



Výzkumný ústav rostlinné výroby, v. v. i.
Drnovská 507/73
161 00 Praha 6 - Ruzyně

Koncepce prezentace a komunikační strategie ústavu

Číslo jednací: SŘ/23/299

Obsah:

- I. Úvod
- II. Stručná informace o VÚRV
- III. Interní a externí komunikace a popularizace výsledků vědy a výzkumu
- IV. Strategické oblasti komunikace
- V. Cílové skupiny
- VI. Komunikační cíle
- VII. Strategie
- VIII. Přehled opatření a návrhy aktivit

Počet stran: 27

Počet příloh: 3



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání





I. Úvod

- 1) Výzkumný ústav rostlinné výroby, v. v. i. (dále jenom „VÚRV“) se v roce 2022 připojil k principům Evropské charty pro výzkumné pracovníky a Kodexu chování pro přijímání nových pracovníků. Ve strategii jsou definovány silné a slabé stránky popularizační činnosti a obecné komunikace VÚRV, definovány klíčové strategické oblasti, cílové skupiny a návrhy opatření v součinnosti s Dlouhodobou koncepcí rozvoje výzkumného ústavu (DKRVO 2023-2027).

II. Stručná informace o VÚRV

- 1) VÚRV je jednou z předních výzkumných institucí a největším pracovištěm aplikovaného výzkumu v České republice se zaměřením na rostlinnou výrobu a příbuzné obory. Instituce se zaměřuje zejména na výzkum v těchto oblastech
1) Systémy udržitelného obhospodařování zemědělské půdy 2) Genetika, šlechtění rostlin a kvalita rostlinných produktů a 3) Environmentálně vyvážené systémy ochrany plodin a zdraví rostlin. Sídlem a hlavním pracovištěm ústavu je od roku 1951 areál v Praze-Ruzyni, s dalšími výzkumnými a pokusnými stanicemi a pracovišti po celé ČR.
- 2) Předmětem činnosti VÚRV je výzkum, vývoj a inovace (hlavní činnost), dále aktivity a projekty zařazené do kategorie další činnosti (národní programy a jiné stálé činnosti pro podporu státní správy) a nakonec hospodářská činnost (kategorie jiná činnost) s důrazem na smluvní výzkum pro státní sektor a privátní subjekty. Předmět činnosti je v souladu se zákonem o veřejných výzkumných institucích a Zřizovací listinou VÚRV.
- 3) VÚRV je koordinátorem a řešitelem „Národního programu konzervace a využití genofondu rostlin a agrobiodiverzity“ a „NP genetických zdrojů mikroorganismů a drobných živočichů hospodářského významu“ a garantuje provoz referenčních laboratoří pro identifikaci GMO a DNA fingerprinting (RLGMO) a diagnostiku rezistence plevelů vůči herbicidům, invazních plevelů a jejich monitoring.
- 4) V současné době VÚRV zaměstnává přes 300 pracovníků/pracovnic organizovaných do 5 odborů, 23 výzkumných týmů a provozuje 7 pokusných stanic.





III.

Interní a externí komunikace a popularizace výsledků vědy a výzkumu

A) Analýza aktuálního stavu

- 1) VÚRV je jednou z 7 resortních veřejných výzkumných organizací v gesci Ministerstva zemědělství. Ve srovnání s obdobnými výzkumnými institucemi je pro tyto instituce charakteristická obecně nižší mediální aktivita i menší míra popularizace vědy směrem k široké veřejnosti, včetně omezeného využívání moderních komunikačních nástrojů. Mezi resortními institucemi MZe patří VÚRV svými mediálními a popularizačními aktivitami mezi nejvýraznější, přesto je stávající systém medializace zatížen řadou systémových nedostatků.

Vybrané detailní příklady z analýzy – příloha č. 1

B) SWOT analýza

- 1) Na základě sběru dat a analýzy (hloubkové pohovory s pracovníky VÚRV, osobní šetření, konzultace s managementem VÚRV, období říjen 2021–říjen 2022) byla navržena tato SWOT analýza:
- 2) Vysvětlivky: silné stránky – vycházejí z **interního** prostředí společnosti, které **pozitivně ovlivňují** dosažení cíle, slabé stránky – představují **interní** vlastnosti společnosti, které **negativně ovlivňují** dosažení cíle. příležitosti – externí podmínky, které **pomáhají dosáhnout cíle**, hrozby – externí podmínky **ztěžující dosažení cíle**.

Silné stránky (pomocné k dosažení cíle) Vnitřní prostředí	Slabé stránky (škodlivé k dosažení cíle) Vnitřní prostředí
Široký záběr výzkumných projektů nabízí výběr témat atraktivních pro veřejnost.	Roztříštěnost a nepravdivost v komunikaci témat.
Pravidelně vysoké hodnocení úspěšnosti v oblasti resortního výzkumu.	Široký záběr řešených témat bez dlouhodobější profilace a tematický překryv s jinými v. v. i. znesnadňuje novinářům orientaci ve využívání informačních zdrojů.
Zemědělští/zemědělské odborníci/odbornice se mohou erudovaně vyjadřovat k aktuálním mediálním tématům.	Až na výjimky nedostatečná práce s novináři/novinářkami jiných než odborných zaměření.
Existuje zde skupina výzkumníků/výzkumnic se zájmem o práci s veřejností.	Časová vytíženost výzkumníků/výzkumnic neumožňuje jejich dostatečné využívání pro mediální výstupy.
VÚRV pravidelně pořádá nebo se účastní akcí pro širokou veřejnost (Den fascinace rostlinami, Den otevřených dveří, Flora Olomouc, Noc vědců.)	Nekoordinovanost medializace (každý/každá si medializuje po vlastní ose, nebo vůbec).
Zemědělská poradna provozovaná v rámci poradenství má potenciál k masivnějšímu oslovení veřejnosti.	Nedostatečný přenos informací mezi pracovišti.





<p>Potenciál oslovení laické veřejnosti skrz projekty občanské vědy (Najdije.cz).</p> <p>Povinná medializace v rámci projektů lze využít k všeobecné propagaci instituce.</p> <p>Areál umožňuje vybudovat řadu vzdělávacích stanovišť pro návštěvy laické veřejnosti (školní skupiny, návštěvníci areálu).</p> <p>Vysoká kvalita některých projektů inicializuje spontánní zájem o medializaci jak ze strany poskytovatelů grantů, tak ze strany médií.</p> <p>V rámci projektové spolupráce se u vybraných projektů daří využívat synergie při oslovování cílových skupin (např. ČT, TAČR či NZM.).</p> <p>Pořádání odborných seminářů pro zemědělce/zemědkyně i širší veřejnost má dobrý ohlas.</p> <p>Existuje potenciál k medializaci interních grantů pro mladé výzkumné pracovníky/pracovnice.</p> <p>Všeobecné povědomí mezi zaměstnanci/zaměstnankyněmi o nutnosti zlepšení komunikace.</p>	<p>Nedostatečně transparentně nastavený systém interní i externí komunikace bez uvedení kompetencí a zodpovědností.</p> <p>Omezená personální a finanční kapacita neumožňuje dostatečně zajišťovat potřebné PR aktivity instituce. Absence pozice marketingového/marketingové/PR pracovníka/pracovnice s povědomím o aktivitách instituce, který/ktará zodpovídá za naplňování komunikačních cílů a definuje a předkládá vedení plán prostředků potřebných pro jejich realizaci.</p> <p>V rámci spolupráce s partnerskými organizacemi nejsou dostatečně nastavené kompetence a zodpovědnosti při medializaci společných projektů.</p> <p>Absence jednotného vizuálního stylu. Centrála nekomunikuje témata mimopražských pracovišť. Mimopražská pracoviště si medializují své aktivity nezávisle na centrále.</p> <p>Absence dostupné a pro propagaci využitelné fotodokumentace činností VÚRV.</p> <p>V případě mediálních výstupů neexistuje zpětná informovanost zaměstnanců/zaměstnankyň.</p> <p>Chybí koncept a plán informačních a propagačních materiálů instituce.</p> <p>Chybí strategické rozhodnutí, co v rámci komunikace bude VÚRV upřednostňovat (výzkum, poradenství, služby?). Nejsou definována hlavní komunikační témata – (přetrvává snaha o propagaci výzkumných týmů, ne průřezových témat).</p> <p>Nízká nebo žádná medializace výsledků výzkumných úkolů MZe.</p> <p>Nízké povědomí a zkušenost výzkumníků/výzkumnic s moderními komunikačními nástroji využitelnými pro cílové skupiny.</p> <p>Chybí strategie pro komunikaci výsledků výzkumu a instituce v zahraničí.</p>
<p>Příležitosti Vnější prostředí</p> <p>Výzkumníci/výzkumnice jsou širokou veřejností i médii vnímáni jako relevantní odborníci/odbornice.</p> <p>Téma zemědělství je v médiích komunikováno převážně zástupci zájmových skupin (oborové organizace), existuje zde proto potenciál využít výzkumníků/výzkumnic jako odborných komentátorů/komentátorek pro vybraná témata.</p>	<p>Hrozby Vnější prostředí</p> <p>Nedostatečné financování ze strany zřizovatele neumožní realizovat navrhovaná opatření.</p> <p>Konkurence popularizátorů/popularizátorek z Akademie věd.</p> <p>Slabá role ČAZV v popularizaci zemědělské vědy.</p> <p>Z důvodu ekonomické krize poklesne zájem o kvalitní prémiové potraviny, environmentálně šetrné</p>





<p>Stoupající zájem veřejnosti o produkci potravin a zemědělských komodit s nízkou environmentální zátěží podpořený EU Zelenou dohodou vytváří mediální prostor pro prezentaci environmentálně šetrných oblastí zemědělského výzkumu.</p> <p>Existuje dlouhodobý zájem médií o vybrané oblasti výzkumu (potravin s přidanou hodnotou, zdravý životní styl, environmentálně šetrné zemědělství apod.).</p> <p>Existuje zájem veřejnosti aktivně se zapojovat do projektů občanské vědy, což lze využít k popularizaci vědy a intenzivnější propagaci instituce.</p> <p>Dobrý potenciál k využívání synergie při komunikaci výzkumných témat a prezentace instituce v rámci spolupráce v projektech (ÚKZÚZ, NZM, UEB, AOPK apod.).</p> <p>Proaktivní postoj některých poskytovatelů k medializaci realizovaných projektů – (např. TAČR vydává vlastní TZ o úspěšných a zajímavých projektech).</p> <p>Potenciál k nastavení pravidelné spolupráce se zřizovatelem formou prezentace projektů NAZV a činnosti ČAZV.</p>	<p>zemědělství může být v době krize vnímáno jako „nadstavba“.</p> <p>Pokles zájmu médií o výsledky výzkumu z důvodu jiných závažnějších celospolečenských témat.</p> <p>Vysoká míra závislosti na zřizovateli, který je současně poskytovatelem podpory výzkumných zemědělských projektů.</p> <p>Nezájem zřizovatele o proaktivní podporu zemědělského výzkumu.</p> <p>Ze strany zřizovatele nejsou zajišťovány podmínky pro medializaci zemědělského výzkumu, nejsou nastavena pravidla pro systematickou propagaci výsledků výzkumů, které zřizovatel financuje (zabezpečuje NAZV – Národní agentura pro zemědělský výzkum, ČAZV).</p> <p>Slovenský Výzkumný ústav rastlinnej výroby (VÚRV) - totožná zkratka v čj a stejný název slovenské instituce v aj – může docházet k záměně při prezentaci.</p>
--	--

IV.

Strategické oblasti komunikace

- Interní komunikace
- Externí komunikace
- Popularizační aktivity

V.

Cílové skupiny

1) Odborná veřejnost

- Zemědělci/zemědělkyně, oborové organizace coby uživatelé/uživatelky výsledků výzkumu
- státní správa coby uživatelé výsledků výzkumu
- pracovníci/pracovnice výzkumných organizací a vysokých škol
- potenciální uživatelé/uživatelky služeb nabízených VÚRV





2) Zřizovatel Ministerstvo zemědělství

3) Laická veřejnost

- žáci/žákyně středních a základních škol, zájemci/zájemkyně o studium na vysoké škole
- laičtí uživatelé/uživatelky výsledků výzkumu – zájmoví zahrádkáři/zahrádkářky, včelaři/včelařky, zájemci/zájemkyně o zdravý životní styl
- všeobecná veřejnost

4) Interní zaměstnanci/zaměstnankyně VÚRV

- výzkumní pracovníci – popularizátoři/výzkumné pracovnice – popularizátorky
- výzkumní pracovníci/výzkumné pracovnice
- všichni zaměstnanci/zaměstnankyně VÚRV

5) Média

- Odborná periodika
- Mezinárodní komunikační platformy (nová média, soc. sítě)
- Ostatní tuzemská média (všeobecná, zpravodajská, lifestylová media – online, televize, rozhlas, tisk)

VI. Komunikační cíle

VÚRV se zabývá 3 oblastmi činností – výzkumem, poradenstvím a nabídkou odborných služeb.

Komunikační cíle:

- 1) Upevnit obecné povědomí veřejnosti o VÚRV jako o prestižní výzkumné instituci.
- 2) Prezentovat VÚRV jako silného partnera pro spolupráci v rámci tuzemských i mezinárodních výzkumných a jiných projektech.
- 3) Zajistit dostatečnou informovanost potenciálních zájemců o službách poskytovaných VÚRV.





VII. Strategie

A1 Nastavit systémové interní procesy, potřebné pro zajištění komunikace a efektivního sdílení informací.

A2 Zkvalitnit využívání stávajících komunikačních nástrojů a rozšířit je o nové formáty s cílem zefektivnit komunikaci směrem k cílovým skupinám.

A3 Navázat systematickou spolupráci s institucemi s popularizačním potenciálem.

A4 Vytvořit jednotný vizuální styl instituce a implementovat jeho užívání do vnitřních předpisů s cílem zkvalitnění prezentace ústavu.

A5 Motivovat zaměstnance/zaměstnankyně k proaktivnímu přístupu k popularizaci vědy a výzkumu.

B1 Vytvořit a aplikovat komunikační strategii pro prezentaci instituce a výsledků výzkumu v mezinárodních médiích.

B2 V rámci strategických partnerství využívat synergického efektu propagace.

B3 Nastavit pravidla pro povinnou medializaci projektů a výsledků výzkumu.

C1 Zajistit prezentaci Poradenského centra, jeho nabídky a oslovení relevantních cílových skupin.

C2 Zajistit systematickou prezentaci pokusných stanic, referenčních laboratoří a dalších služeb, jejich nabídky a oslovení relevantních cílových skupin.

VIII. Přehled opatření a návrhy aktivit

1) Opatření A1 Nastavit systémové interní procesy, potřebné pro zajištění komunikace a efektivního sdílení informací

- Vytvořit Směrnici pro popularizaci činností a výsledků instituce
- Definovat PR tým VÚRV a jeho role a kompetence (součást směrnice)
- Vytvořit pozice PR pracovníka/pracovnice, popularizátora/popularizátorky a koordinátora/koordinátorky aktivit s veřejností



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání





- Vytvořit Plán tiskových zpráv a včetně formuláře pro přípravu tiskové zprávy

Směrnice pro popularizaci činností a výsledků instituce	
Cílová skupina	zaměstnanci
Popis	<p>Interní předpis zahrnující přehled aktivit nutných k zajištění popularizace činností a výsledků instituce bude obsahovat:</p> <ul style="list-style-type: none">- Záměr směrnice- Popis „PR tým“ – role, přehled zodpovědností a kompetencí, zahrnutí týmu v Organizačním řádu; další aktéři, zodpovídající za naplňování směrnice- Přehled činností: media relations, správa soc. sítí, fotobanka, aktualizace vybraných sekcí webu, kontrola dodržování vizuálního stylu, správa plánu TZ, edičního plán a plánu propagačních materiálů, monitoring médií, dohled nad povinnou medializací v rámci partnerských projektů a výzkumných projektů, drobné grafické práce dle vizuálního stylu, příprava a koordinace akcí pro veřejnost, příprava a realizace kampaní a účast na prezentačních akcích (Země Živitelka, Naše pole, Noc vědců apod.) medializace výsledků výzkumu, správa interních informačních systémů (info stánky, info tabule).- Pravidla pro komunikaci s médii, informační povinnost- Pravidla pro tvorbu a zveřejňování TZ, přípravu edičních plánů, plánu propagačních předmětů- Pravidla pro zveřejňování informací na webu, sociálních sítích- Správa fotodokumentace akcí- Správa rozpočtu- Přílohy: Plán TZ, formulář TZ, ediční plán
Cíl:	Zkvalitnění a systematizace propagace instituce a výsledků výzkumu, zlepšení interní komunikace / Nastavit systémové interní procesy, potřebné pro zajištění komunikace a efektivního sdílení informací
Zodpovědnost za realizaci	Management VÚRV
Termín realizace	Duben 2023





Pracovní pozice PR pracovník/pracovnice	
Cílová skupina	Zaměstnanci/zaměstnankyně/ média
Cíl:	Zkvalitnění propagace instituce a výsledků výzkumu, zlepšení interní komunikace / Nastavit systémové interní procesy, potřebné pro zajištění komunikace a efektivního sdílení informací
Popis	Zajistit celý či částečný úvazek/ případně externí spolupráce) pro PR pracovníka/pracovnici Obsah činnosti – viz interní Směrnice pro popularizaci činnosti a výsledků instituce
Zodpovědnost za realizaci	Management VURV
Kalkulace	1 úvazek – odhad 30 tis OON (min. 25 tis ve službě) / měsíčně, tj. 360 tis. OON (300 tis. ve službě) / rok
Termín realizace	V průběhu roku 2023

Plán tiskových zpráv a formulář pro přípravu tiskové zprávy	
Cílová skupina	Zaměstnanci/zaměstnankyně
Cíl:	Nastavit systémové interní procesy, potřebné pro zajištění komunikace a efektivního sdílení informací
Popis	Vytvořit přehled a harmonogram plánovaných tiskových zpráv a mediálních avíz pro nadcházející rok. Plán bude zahrnovat záměr, předpokládaný termín vydání, termín pro dodání podkladů, osobu zodpovědnou za dodání podkladů, zamýšlený rozsah distribuce. Formulář TZ bude sloužit ke sjednocení požadovaných podkladů pro vydávání TZ a medializaci a bude součástí Směrnice pro popularizaci činností a výsledků instituce Plán tiskových zpráv – viz příloha Návrh formuláře pro vytvoření obsahu TZ – příloha
Zodpovědnost za realizaci	PR tým / PR pracovník/pracovnice / Tiskový/tisková mluvčí
Termín realizace	Květen 2023

2) Opatření A2 Zkvalitnit využívání stávajících komunikačních nástrojů a rozšířit je o nové formáty s cílem zefektivnit komunikaci směrem k cílovým skupinám

- Zpřehlednit strukturu webu a zpřístupnit ho pro potřeby novinářů/novinářek
- Vytvořit sdílenou databázi fotografií pro potřeby prezentace aktivit instituce
- Vytvořit Media list relevantních médií a kontaktů pro potřeby PR aktivit
- Vytvořit aktivní účty na Twitteru a YouTube
- Vytvořit ediční plán pro propagační materiály a publikace





- Vytvořit interní a externí newsletter, který bude na pravidelné bázi (minimálně jednou ročně) zasílán partnerům a klíčovým aktérům a zároveň i sdílen uvnitř organizace. Newsletter bude dostupný na webových stránkách VÚRV v technické infrastruktuře míst kontaktu s veřejností.
- Vytvořit informační stezku areálem VÚRV

Web – sekce pro média	
Cílová skupina	Média
Cíl:	Zpřehlednit strukturu webu a zpřístupnit ho pro potřeby novinářů/novinářek
Popis	Vytvořit sekci s přehledem vydávaných tiskových zpráv, která bude obsahovat přehled tiskových zpráv a fotografií vč. možnosti stažení loga a fotodokumentace a kontakt na zodpovědnou osobu
Zodpovědnost za realizaci	PR tým
Termín realizace	Duben 2023

Fotobanka VÚRV	
Cílová skupina	Zaměstnanci/zaměstnankyně VÚRV
Cíl:	Zkvalitnit využívání stávajících komunikačních nástrojů a rozšířit je o nové formáty s cílem zefektivnit komunikaci směrem k cílovým skupinám. Zlepšení dostupnosti fotografií pro potřeby prezentace.
Popis	Ve sdílené složce dostupné všem zaměstnancům/zaměstnankyním budou archivovány fotografie z akcí, výzkumných projektů a dalších aktivit VÚRV. Fotografie budou vždy označeny názvem akce a jménem autora a budou sloužit pro případ potřeby prezentace, zpracování výročních zpráv, příspěvků na sociálních sítích, ilustračních záběrů apod. Za dodání fotodokumentace zodpovídá koordinátor/koordinátorka akce. Užití fotografií podléhá autorským právům, pokud se nejedná o fotografie vytvořené zaměstnanci/zaměstnankyněmi v rámci jejich pracovní náplně.
Zodpovědnost	PR tým
Termín realizace	2. polovina roku 2023





Media list	
Cílová skupina	Media
Cíl:	Nastavit systémové interní procesy, potřebné pro zajištění komunikace a efektivního sdílení informací. Standardizace a zlepšení komunikace s relevantními médii.
Popis	Vytvoření a správa aktuálního seznamu relevantních titulů tuzemských a zahraničních médií s kontakty na konkrétní redakce a novináře/novinářky.
Zodpovědnost	PR tým
Termín realizace	Květen 2023

Twitter	
Cílová skupina	Veřejnost (odborná, laická), média
Cíl:	Rozšířit komunikační nástroje o nové formáty s cílem zefektivnit komunikaci směrem k cílovým skupinám.
Popis	Twitter patří mezi soc. sítě s dobrým zastoupením vědecké komunity a je kvalitním nástrojem k prezentaci výsledků výzkumu. Požadavek zřízení účtu ze strany zřizovatele.
Zodpovědnost za realizaci	PR tým
Termín realizace	Duben 2023

YouTube – VURV Focus	
Cílová skupina	Odborná veřejnost (např. příjemci výsledků výzkumu)
Cíl:	Rozšířit komunikační nástroje o nové formáty s cílem zefektivnit komunikaci směrem k cílovým skupinám.
Popis	<p>YouTube je řadou výzkumných zemědělských institucí úspěšně využíván nejen pro obecnou prezentaci instituce, ale jako nástroj pro poradenskou a edukační činnost k oslovení zemědělců a dalších cílových skupin.</p> <ul style="list-style-type: none">- VÚRV Focus – Formy tutoriálů a instruktážních videí lze dobře využít pro transfer výsledků výzkumu do praxe, poradenství (realizace videí lze zahrnout do grantových projektů). Speciální edice videí pro vzdělávání.- Prezentace partnerské spolupráce, profilů vybraných osobností, představení pracovišť apod. poslouží pro upevňování obecného povědomí o instituci





Zodpovědnost za realizaci	PR tým
Termín realizace	Duben 2023

Roční ediční plán

Cílová skupina	Media
Cíl:	Nastavit systémové interní procesy, potřebné pro zajištění komunikace a efektivního sdílení informací.
Popis	Vytvoření každoročního seznamu plánovaných publikací a propagačních materiálů usnadní kontrolu nad dodržováním jejich vizuálního stylu, správě fotodokumentace a plánu jejich medializace.
Zodpovědnost	PR tým
Termín realizace	2. polovina roku 2023

Interní a externí newsletter

Cílová skupina	Veřejnost, zaměstnanci/zaměstnankyně
Cíl:	Rozšířit komunikační nástroje o nové formáty s cílem zefektivnit komunikaci směrem k cílovým skupinám. Splnit podmínku pro udržení ocenění HR Award (součást akčního plánu).
Popis	Vytvoření newsletteru, který bude na pravidelné bázi (minimálně jednou ročně) zasílán partnerům/partnerkám a klíčovým aktérům/aktérkám a zároveň i sdílen uvnitř organizace. Newsletter bude dostupný na webových stránkách VURV.
Zodpovědnost	PR tým
Termín realizace	Od 2023

Informační stezka areálem VÚRV, infobody pro návštěvníky/návštěvnice

Cílová skupina	Školní skupiny, veřejnost
Cíl:	Zkvalitnit využívání stávajících komunikačních nástrojů a rozšířit je o nové formáty s cílem zefektivnit komunikaci směrem k cílovým skupinám. Využít atraktivního historického areálu k prezentaci dílčích pracovišť a zajímavých míst kontaktu (včelín, genová banka, zahrádka Polopateř, dlouhodobé pokusy).





Popis	V areálu instituce bude vybudována informační stezka s interaktivními obrazovkami, jejíž obsah bude návštěvníkům/návštěvnícím představovat zajímavá místa areálu. Stezka bude využívána pro akce školních skupin i ostatní veřejnost.
Zodpovědnost	PR pracovník/pracovnice a Sekretariát ředitele
Termín realizace	Duben–červen 2023

3) Opatření A3 Navázat systematickou spolupráci s institucemi s popularizačním potenciálem

- Formou spolupráce na popularizačních projektech zemědělské vědy a výzkumu s vybranými partnerskými organizacemi využívat synergického efektu při oslovování cílových skupin. Zkvalitňovat image VÚRV jako instituce, k součinnosti s DKRVO (NZM – Co roste na poli, Noc vědců, ČT – Polopateř, projekty občanské vědy Najdi.je, samostatné exkurze škol ve středisku Praha – Ruzyně apod.).
- Vyhledávat grantové příležitosti pro realizaci popularizačních projektů (např. v rámci OP JAK, NAKI III, městské granty Hl. m. Prahy apod.).
- Účastnit se pravidelně popularizačních akcí v součinnosti s DKRVO (Prezentace „Noc vědců“ v NZM, Prezentace na veletrhu Flóra Olomouc, akce Den otevřených dveří pro školy).

Strategická partnerství pro popularizaci	
Cílová skupina	Partnerské organizace
Cíl:	Navázat systematickou spolupráci s institucemi s popularizačním potenciálem. Formou zapojení v popularizačních projektech zemědělské vědy a výzkumu s vybranými partnerskými organizacemi využívat synergického efektu při oslovování cílových skupin a zviditelnit VÚRV jako instituci s vyšší společenskou relevancí.
Popis	Spolupráce bude realizovaná v součinnosti s DKRVO (NZM – Co roste na poli, Noc vědců, ČT – Polopateř, projekty občanské vědy Najdi.je, Den otevřených dveří pro školy, Farmářská škola, samostatné exkurze škol ve středisku Praha – Ruzyně apod.). V rámci těchto aktivit bude vždy s partnerem definovaná povinná medializace spoluúčasti VÚRV v projektu (informace v TZ, pravidelné příspěvky na sociálních sítích, uvádění loga apod.).
Zodpovědnost	Jednotlivé výzkumné týmy, PR tým
Termín realizace	Od roku 2023





Monitoring grantových příležitostí pro propagační aktivity	
Cílová skupina	Výzkumníci/výzkumnice
Cíl:	Vyhledávat grantové příležitosti pro realizaci popularizačních projektů
Popis	V součinnosti s přípravou grantových žádostí pro výzkumné projekty mapovat možnosti pro propagační a popularizační aktivity. Monitoring grantů zaměřených na popularizaci vědy a výzkumu a tomu blízkých témat.
Zodpovědnost	PR tým ve spolupráci s realizátory/realizátorkami projektů
Termín realizace	Od roku 2023

Akce pro veřejnost	
Cílová skupina	Veřejnost a školní skupiny
Cíl:	Formou účasti na popularizačních akcích prezentovat laické veřejnosti aktuální zemědělský výzkum a jeho význam pro společnost.
Popis	V součinnosti s cíli DKRVO se pravidelně účastnit akcí „Noc vědců“ v NZM, prezentace na veletrhu Flóra Olomouc, akce Den otevřených dveří pro školy v rámci areálu pražského pracoviště.
Zodpovědnost	Management
Termín realizace	Od roku 2023

4) Opatření A4 Vytvořit jednotný vizuální styl instituce a implementovat jeho užívání do vnitřních předpisů s cílem zkvalitnění prezentace ústavu

- Vytvořit Směrnici pro používání jednotného vizuálního stylu
- Vytvořit grafický manuál jednotného vizuálního stylu
- Zajistit firemní pracovní oděvy s jednotným vizuálním označením VÚRV
- Vytvořit koncepci propagačních materiálů VÚRV

Směrnice pro používání jednotného vizuálního stylu	
Cílová skupina	Zaměstnanci/zaměstnankyně
Cíl:	Vytvořit jednotný vizuální styl instituce a implementovat jeho užívání do vnitřních předpisů s cílem zkvalitnění prezentace ústavu. Interní předpis k užívání jednotného vizuálního stylu zajistí jednotnou prezentaci, srozumitelnosti pravidel pro užívání a snadnou dostupnost vizuálních prvků pro potřeby





	propagace i každodenního užívání zaměstnanců/zaměstnankyň.
Popis	Interní předpis bude zahrnovat pravidla a povinnosti pro užívání prvků vizuálního stylu v rámci interní a externí komunikace. Na sdíleném úložišti bude vytvořena složka se schválenými grafickými prvky a šablony pro interní a externí komunikaci, koncipované s důrazem na jejich snadné využívání. Předpis bude zahrnovat přehled osob, které zodpovídají za implementaci a dodržování jednotného vizuálního stylu a definovat jednotlivé zodpovědnosti a kompetence.
Zodpovědnost	Management
Termín realizace	Duben–květen 2023

Vizuální styl – Grafický manuál

Cílová skupina	Zaměstnanci /zaměstnankyň
Cíl:	Vytvořit jednotný vizuální styl instituce a implementovat jeho užívání do vnitřních předpisů s cílem zkvalitnění prezentace ústavu. Srozumitelný a zapamatovatelný vizuální styl instituce napomáhá ke snadnější identifikaci, odkazuje na důvěryhodnost, hodnotu a sílu značky a může posilovat loajalitu zaměstnanců/zaměstnankyň k instituci.
Popis	Základními prvky jednotného vizuálního stylu je grafická podoba značky, písma, definice barev a doplňkových prvků. Jejich podobu a užití určuje grafický manuál. Způsob jeho užívání bude ošetřen vnitřním předpisem. Ve spolupráci s grafikem bude navržen soubor grafických prvků vizuálního stylu a vytvořeny šablony pro různé aplikace (hl. papír, e-mailový podpis apod.).
Zodpovědnost	Management
Termín realizace	Duben–květen 2023

Firemní pracovní oděvy s jednotným vizuálním označením VÚRV

Cílová skupina	Zaměstnanci/zaměstnankyň
Cíl:	V součinnosti s vizuálním stylem sjednotit označení pracovních oděvů.
Popis	Zavést centrální nákup pracovních oděvů tak, aby bylo možné zadávat jednotné označení a umístění loga (potisk/výšivka) pro laboratorní pláště a pracovní oděvy pro techniky, případně další části pracovního oblečení.
Zodpovědnost	Management
Termín realizace	Od roku 2024





Koncepte propagačních materiálů VÚRV	
Cílová skupina	Odborná a laická veřejnost, školy
Cíl:	Zajistit včasnou dostupnost propagačních materiálů dle aktuálních potřeb.
Popis	Bude vytvořen plán propagačních materiálů tak, aby byla zajištěna jejich větší dostupnost a jejich zpracování bylo přizpůsobeno potřebám cílových skupin. Plán bude zahrnovat přehled jednotlivých propagačních tiskovin a propagačních předmětů vč. odhadu předpokládaných nákladů na jejich produkci. Plán bude předložen a schválen vedením.
Zodpovědnost	PR tým plus management
Termín realizace	2. polovina roku 2023

5) Opatření A5 Motivovat zaměstnance/zaměstnankyně k proaktivnímu přístupu k popularizaci vědy a výzkumu

- Vytvořit interní soutěž pro zaměstnance/zaměstnankyně s oceněním pro Nejlepšího popularizátora/popularizátorku roku
- Zahrnout účast na populárně-naučných aktivitách pro veřejnost do osobního hodnocení pracovníka/pracovnice
- Zajistit průběžné proškolení zaměstnanců/zaměstnankyň v oblasti popularizace a medializace vědy a výzkumu

Ocenění Popularizátor/popularizátorka roku	
Cílová skupina	Zaměstnanci/zaměstnankyně
Cíl:	Vytvořit mezi zaměstnanci/zaměstnankyněmi povědomí o různých možnostech popularizace pravidelným vyhodnocováním zaměstnance/zaměstnankyně s největší popularizační aktivitou.
Popis	Každoroční soutěž pro zaměstnance/zaměstnankyně, jejíž vítěz/vítězka bude vyhodnocován/a na základě jeho/její účasti v propagačních aktivitách a počtů jeho/její výstupů v médiích mimo vědeckou publikační činnost.
Zodpovědnost	Management
Termín realizace	Od roku 2024





Osobní ohodnocení pro popularizátory/popularizátorky	
Cílová skupina	Zaměstnanci/zaměstnankyně
Cíl:	Zvýšit motivaci zaměstnanců/zaměstnankyň k proaktivní popularizaci vědy a výzkumu.
Popis	Na základě účasti v propagačních aktivitách a počtu výstupů v mediích mimo vědeckou publikační činnost bude zaměstnancům/zaměstnankyním navýšeno osobní hodnocení, případně prémie.
Zodpovědnost	Management, PR tým
Termín realizace	Od roku 2024

Školení zaměstnanců/zaměstnankyň v oblasti popularizace	
Cílová skupina	Zaměstnanci/zaměstnankyně
Cíl:	Zajistit proškolení pracovníků/pracovnic v oblasti popularizace vědy a výzkumu tak, aby (komunikace s médií, copywriting, mapování příležitostí, pravidla pro psaní na sociálních sítích apod.).
Popis	Výzkumníci/výzkumnice, kteří/které vystupují v médiích a účastní se popularizačních akcí budou proškoleni/proškoleny.
Zodpovědnost	Management, PR tým
Termín realizace	Od roku 2023

6) Opatření B1 Vytvořit a aplikovat komunikační strategii pro prezentaci instituce a výsledků výzkumu v mezinárodních médiích

- Pro vybrané výzkumné projekty vytvořit komunikační plán prezentace výsledků výzkumu v mezinárodních médiích.
- Zajistit na webu plnohodnotnou prezentaci výzkumných projektů a výsledků výzkumu v anglickém jazyce.

Komunikační plán výsledků výzkumů v mezinárodních médiích	
Cílová skupina	Odborná veřejnost, média
Cíl:	Zajistit kvalitnější propagaci vědeckých článků a výsledků výzkumu v mezinárodním prostředí.
Popis	Příprava tiskové zprávy v EN + Rozesílka + publikace Google News. Vložení výsledku na anglickou Wikipedii. Diseminace výsledku na vědecká fóra Reddit. Cílená diseminační kampaň zaměřená na výzkumníky/výzkumnice na Facebooku.





	Propagace výsledku na Twitteru, sdílení zahraničními influencery/influencerkami - Pravděpodobně ve spolupráci s externí společností
Zodpovědnost	PR tým + výzkumný tým
Termín realizace	Od roku 2024

7) Opatření B2 v rámci strategických partnerství využívat synergického efektu propagace

- Vytvořit pravidla pro propagaci instituce v rámci smluvní spolupráce s partnerskými organizacemi

Pravidla pro vzájemnou publicitu v rámci spolupráce	
Cílová skupina	Media, partnerské organizace
Cíl:	Zvýšit prezentaci instituce ve společných partnerských projektech
Popis	Připravit předpis definující povinné uvádění loga a dalších propagačních povinností, který budou vždy předloženy partnerům/partnerkám jako součást smlouvy o spolupráci.
Zodpovědnost	PR tým + výzkumný tým
Termín realizace	2. polovina roku 2023

8) Opatření B3 Nastavit pravidla pro povinnou medializaci projektů a výsledků výzkumu

- Pro každý realizovaný výzkumný projekt vytvořit mediální plán pro potřeby instituce – bude zahrnuto do Směrnice o komunikaci.


9) Opatření C1 a C2 Zajistit prezentaci Poradenského centra, jeho nabídky a oslovení relevantních cílových skupin, zajistit systematickou prezentaci pokusných stanic, referenčních laboratoří a dalších služeb, jejich nabídky a oslovení relevantních cílových skupin

- Vytvořit samostatný facebookový profil Poradenské centrum VÚRV s nabídkou služeb cílovým skupinám.
- Zpřehlednit nabídku Poradenského centra, pokusných stanic a referenčních laboratoří ve struktuře webu.
- Zrealizovat on-line kampaň nabídky služeb VÚRV.





FB profil Poradenské centrum VÚRV	
Cílová skupina	Odborná veřejnost
Cíl:	Rozšířit komunikační nástroje o nové formáty s cílem zefektivnit komunikaci směrem k cílovým skupinám. Cílené oslovení odborné veřejnosti – zefektivnění účinnosti Poradenského centra VÚRV, možnost zásahu i hobby veřejnosti. Profilace VÚRV jako odborné instituce, dobrá synergie s odkazy na YouTube tutoriály.
Popis	FB profil Poradenské centrum VÚRV – funkční nástroj pro prezentaci aktuálních poradenských témat, umožní prezentovat časté dotazy zemědělců, výhodou je možnost zapojení do různých diskuzních skupin, možnost rychlé reakce na dotazy i prolínování na FB VÚRV či partnerské organizace.
Zodpovědnost za realizaci	Poradenské centrum ve spolupráci s PR týmem
Termín realizace	Od roku 2023


RNDr. Mikuláš Madaras, Ph.D.
Ředitel VÚRV, v.v.i.





Analýza aktuálního stavu

Níže uvedené shrnutí situace vychází z výsledků hloubkových rozhovorů s vybranými zaměstnanci a osobních šetření v období říjen 2021–listopad 2022:

1) Organizační struktura, role managementu

Nejsou jasně definovány komunikační cíle, s nimiž by byl seznámen a ztotožněn vedoucí management.

V instituci neexistuje samostatné oddělení komunikace/marketingu, pouze tým projektové podpory. Pozice PR pracovníka/pracovnice není zahrnuta do organizační struktury, chybí nastavení jeho/její kompetencí a zodpovědností. Na pravidelné propagaci instituce se v současné době podílí jednotliví/jednotlivé výzkumníci/výzkumnice, pracovník/pracovnice poradenského centra (aktualizace webu) a zaměstnanci/zaměstnankyně Sekretariátu ředitele, zodpovědnosti a kompetence pracovníků/pracovnic nejsou nijak strukturovány. Existující pozice tiskového/tiskové mluvčího/mluvčí/PR pracovníka/pracovnice nemá ve stávajících vnitřních předpisech jasně definované kompetence a není zaměstnanci/zaměstnankyněmi vnímána jako osoba funkčně zajišťující medializaci instituce, její činnost je v současné době zaměřena převážně na produkční zajištění akcí jako je Země Živitelka či Naše pole. Externí dodavatelka PR servisu v rámci projektu Strategické řízení VÚRV, v. v. i. byla řízena přímo náměstkem pro vědu a výzkum, nedošlo však k potřebnému informačnímu zapojení do chodu instituce.

Neexistuje harmonogram tiskových zpráv, propagačních předmětů ani ediční plán publikací.

2) Komunikace s cílovými skupinami

Komunikačními kanály VÚRV jsou webové stránky, doplňkově sociální síť Facebook. YouTube kanál instituce je sice založen, ale není nikterak aktivně využíván. Účty na soc. sítích Instagram, Twitter, případně LinkedIn nejsou založeny. Komunikace aktivit VÚRV je zajišťována převážně prezentací na webu VÚRV. V rámci projektu Strategické řízení VÚRV, v. v. i. byla v roce 2022 významně posílena propagační aktivita na sociální síti Facebook a částečně zajištěna pravidelná medializace formou tiskových zpráv.

Ke komunikaci odborných témat jsou pravidelně využívány odborné semináře a konference, často organizované ve spolupráci s partnery z řad nevládních oborových





organizací či s partnery v rámci realizovaných výzkumných projektů. Propagace těchto akcí je zajišťována na webu a FB VÚRV, případně e-mailovou rozesílkou. Významnou část propagace zajišťují oborové organizace, které využívají vlastní komunikační kanály a oslovení členské základny.

Výzkumníci/výzkumnice oslovují cílové skupiny zpravidla sami/samy, případně ve spolupráci s partnerskými organizacemi, v rámci řešení výzkumných projektů. K oslovení cílových skupin používají nejčastěji prezentace aktivit na webu a FB nebo formou rozesílky e-mailové pozvánky. V rámci oslovení jednotlivých cílových skupin se využívají formáty, které nevyžadují sofistikovanější zpracování. Nejčastěji využívanými nástroji jsou odborné semináře, konference, dny otevřených dveří, exkurze.

Řada aktivit směrem k cílovým skupinám probíhá ve spolupráci s partnerskými organizacemi, často s kvalitnějším komunikačním aparátem. V rámci těchto spoluprací zpravidla neexistují předem stanovená pravidla pro povinnou vzájemnou medializaci partnerů/partnerek.

Oslovování cílové skupiny zřizovatel a orgány státní správy probíhá převážně na úrovni povinného reportingu nebo v rámci realizovaných projektů, ve kterých je orgán státní správy buď partnerem nebo potenciálním uživatelem výsledků výzkumu. V rámci komunikace výsledků výzkumu ani prezentace instituce nejsou významněji využívána media zřizovatele (FB, IG, Twitter, e-bulletin Zprávy z ministerstva zemědělství).

Mediálně se dobře osvědčují projekty, ve kterých je aktivně oslovována široká veřejnost (př. projekt občanské vědy pro vyhledávání invazních škůdců Najdije.cz – tým J. Skuhrovce, pořad a knižní publikace České televize Polopatě Romana Pavely). Tyto aktivity nejsou však nijak významně využívány pro další medializaci instituce.

VÚRV se pravidelně účastní několika popularizačních akcí pro širokou a odbornou veřejnost ročně. Tyto akce jsou vnímány veřejností pozitivně. Jejich efektivita však není dlouhodobě vyhodnocována, nedochází k evaluaci ani zohlednění případných nových možností. Zodpovědnost za koordinaci a produkce vlastních popularizačních akcí mají buď jednotliví výzkumníci určení ředitelem nebo sekretariát ředitele. Databáze oslovovaných institucí není centrálně sdílena.

Mezi zaměstnanci existuje skupina pracovníků, kteří se opakovaně účastní akcí VÚRV pořádaných pro laickou veřejnost. Tato skupina není nijak systematicky podchycena a transparentně motivována ze strany vedení instituce.

3) Media relations:

Kontakt s médii je v současné době realizován externí PR pracovníci (v rámci projektu Strategické řízení VÚRV, v. v. i.) a samotnými výzkumníky/výzkumnicemi. Pokud se nejedná o povinnou diseminaci výsledků či prezentaci probíhajících výzkumných





projektů, je proaktivní zájem o medializaci ze strany výzkumníků/výzkumnic spíše nárazový, limitovaný zejména časovou kapacitou a mírou osobní iniciativy. Pouze malá skupina výzkumníků/výzkumnic vznáší proaktivně podněty nad rámec povinné projektové diseminace.

Mediální výstupy někdy iniciují grantové agentury, které medializací vybraných projektů propagují svoji činnost, či jiné do výzkumných projektů zapojené instituce. Pokud není VÚRV iniciátorem mediálního výstupu, ztrácí možnost kontroly nad případnými výstupy. Spolupracujícími médii jsou zejména odborná periodika.

Nízké mediální pokrytí není v současné době dáno nezájmem ze strany médií, ale nedostatkem pro media srozumitelně zpracovaných informací ze strany VÚRV. Chybí systémové nastavení sběru informací a podnětů. Problematické je časové vytížení výzkumníků/výzkumnic, kteří/které nemají kapacitu o projektech dostatečně informovat, případně kontrolovat správnost textů navržených PR pracovníci.

Dobrá zkušenost je s aktivitami realizovanými ve spolupráci s institucemi s kvalitní komunikací s veřejností, a projekty orientované přímo na laickou veřejnost (př. projekt občanské vědy Najdi.je, prezentace projektů ve spolupráci s Akademií věd ČR, případně s Národním zemědělským muzeem).

Neexistuje zpětná kontrola mediálních výstupů; pravidelný monitoring médií, který by zaměstnancům/zaměstnankyním dával zpětnou vazbu o úspěších výzkumníků/výzkumnic, projektů či instituce, není realizován.

Komunikace s médii není centrálně koordinovaná a probíhá spíše na základě individuálních vazeb jednotlivých výzkumníků/výzkumnic s novináři/novinářkami. Spontánní zájem ze strany médií nemusí být ze strany zaměstnanců/zaměstnankyň vždy reflektován, často z důvodů nedostatku času. Novináři/novinářky oslovují napřímo „prověřené kontakty“, pokud z jejich strany není zájem, nedochází ze strany výzkumníků/výzkumnic k nabídce alternativních mediálních témat, pravidlem nebývá ani doporučení jiných osob, kteří by na mediální poptávku ze strany novináře/novinářky mohli zareagovat.

Pracoviště mimo Prahu jsou v rámci VÚRV medializována velmi omezeně, případně využívají medializace jinými subjekty (př. pracoviště v Olomouci – medializace probíhá převážně přes Centrum regionu Haná). Za nevyužíváním centrální medializace často stojí špatné zkušenosti. Některá pracoviště řeší medializaci tvorbou vlastních komunikačních kanálů bez zdůraznění vazby na mateřskou instituci (př. FB VsV Karlštejn).

Webová stránka nabízí novinářům záložku „Média“, vedle vydaných tiskových zpráv ale záložka zahrnuje i přehled mediálních výstupů, což je matoucí. V záložce není obsažen odkaz na stažení loga a doprovodné fotografie ani kontakt na PR





pracovníka/pracovnice. Anglická verze webu nezahrnuje překlady všech sekcí a není aktualizována.

4) Mezinárodní komunikace výsledků vědy a výzkumu

Účast v mezinárodních projektech představuje zajímavý potenciál pro mezinárodní propagaci instituce i výsledků výzkumů. K mezinárodním projektům jsou vytvářeny samostatné webové stránky, FB, případně Instagram, ve kterých jsou prezentovány probíhající aktivity i průběžné výsledky projektu. S jejich existencí se nijak v rámci medializace instituce dále nepracuje.

Komunikace o výzkumných projektech a výsledcích výzkumů je zajišťována na úrovni povinné diseminace, neexistují kvalitněji propracované diseminační plány grantových projektů ani nejsou proaktivně využívány media relations se zahraničními médii nebo kanály jako je Twitter, Wikipedia, YouTube, vč. soukromých účtů výzkumníků. Instituce nemá strategii, jak komunikovat výsledky výzkumu v mezinárodním prostředí. Pokud k medializaci v zahraničí dochází, je to nahodilé a bez aktivní iniciativy instituce.

5) Vizuální styl

Vizuální styl VÚRV je částečně zpracován (logo, barevnost, fonty), povinnost jeho užívání není však implementováno do vnitřních předpisů a jeho používání nepodléhá kontrole. Nejsou vypracovány jednotné vizuální prvky pro firemní tiskoviny (hlavičkové papíry, obálky, vizitky), propagační a odborné tiskoviny (letáky, brožury, katalogy, odborné publikace), navigační systémy v areálu či webové stránky a emailovou komunikaci. Mailové adresy zaměstnanců/zaměstnankyň nemají jednotou strukturu a v několika případech ani doménu (@genobanka.cz), formát podpisu (patičky mailu) není sjednocen. Webové stránky nejsou koncipovány v souladu s existujícími vizuálními prvky. Grafické výstupy (pozvánky, plakáty, postery, roll-upy, metodiky apod.) si realizují jednotlivé výzkumné týmy samy. Komplexní grafický manuál není zpracován.

V rámci projektu Strategické řízení VÚRV, v. v. i. zahájil VÚRV spolupráci s externím grafikem, na jejímž základě byl aktualizován vzhled loga.

6) Inzerce a komunikační kampaně

Inzerce v médiích nejsou centrálně koordinovány, nemají jednotný vizuální styl a obsahová sdělení často neprochází kontrolou. Požadavek inzertní stránky v publikacích vzniká často jako výsledek barteru a tyto „inzerce“ jsou realizovány grafiky partnera/partnerky často bez kontroly nad dodržováním vizuálního stylu. Kampaně na sociálních sítích nejsou realizovány.

Propagační předměty VÚRV jsou zajišťovány převážně centrálně, část materiálů je zpracovávána z vlastní produkce nebo s využitím výrobků partnerských organizací.





Není určen konkrétní pracovník/pracovnice, který/která by za realizaci propagačních předmětů zodpovídal/a, případně předkládal/a náklady na jejich realizaci do rozpočtu. V rámci projektu Strategické řízení VÚRV, v. v. i. byla realizace propagačních předmětů zajištěna externí PR pracovníci ve spolupráci se Sekretariátem ředitele.

7) Interní komunikace

Interní komunikace se odehrává zejména na úrovni zápisů z porad vedení, kterých se účastní vedoucí jednotlivých výzkumných týmů. Třikrát ročně je pořádána pro zaměstnance/zaměstnankyně VÚRV společná akce – Novoroční přídělek, Den VÚRV a Dožínky. Neexistuje interní informační systém, sdílení informací je částečně zajišťováno aktualitami na webových stránkách.

8) Web

Webové stránky jsou nově vytvořené v roce 2020. Obsah některých sekcí je stále předmětem plnění. Je zajištěno pravidelné zveřejňování aktualit. Anglická mutace zahrnuje pouze vybrané sekce webu. Grafický vzhled neodpovídá vizuálnímu stylu. S ohledem na finanční nákladnost není analýza funkčnosti a efektivity stávajícího webu předmětem tohoto hodnocení. Doporučení se vztahují pouze k úpravě sekcí vztahujícím se k media relations a úpravám struktury stávajícího webu.

9) Facebook

Období listopad 2021 až listopad 2022: Za 12 měsíců bylo publikováno 164 příspěvků, dosah FB stránky VÚRV zvýšil o více než 500 % a návštěvnost stránky o 240 %. Počet sledujících se zvýšil z 1 101 v říjnu 2021 na 1 617 v listopadu 2022. Nárůst počtu příspěvků byl z 1–2 za měsíc na 12–15 za měsíc. Při publikování nebylo využito sponzorovaných příspěvků.

10) Facebook – srovnání s dalšími institucemi:

Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský – 2,7 tisíc sledujících, 13–15 příspěvků měsíčně.

Botanický ústav AV ČR – 1600 sledujících, 5–6 příspěvků měsíčně.

Výzkumný ústav včelařský – 1300 sledujících, 1–2 příspěvky měsíčně.

Výzkumný ústav meliorací a ochrany půdy – 1238 sledujících, 1–2 příspěvky měsíčně.

Výzkumný a šlechtitelský ústav ovocnářský Holovousy – 930 sledujících, 3–4 příspěvky měsíčně.

Výzkumný ústav pícninářský a Zemědělský výzkum – 668 sledujících, 4–5 příspěvků měsíčně.

Oseva PRO – 579 sledujících.

Zelinařská unie Čech a Moravy – 543 sledujících.

Výzkumný ústav živočišné výroby – Facebook nemá.

Výzkumný ústav bramborářský – Facebook nemá.





11) YouTube kanál

Založený v roce 2018. Neaktualizovaný, 3 videa, poslední z roku 2019, cca 170 zhlédnutí celkem. Za aktualizaci obsahu odpovídá SŘ.
<https://www.youtube.com/channel/UCneYhsnuIR6hUm-cLEgaolQ/videos>

12) Přehled vědecké činnosti v roce 2021 (převzato z Výroční zprávy 2021)

V rámci řešení projektů a výzkumných záměrů vzniklo 212 publikačních, 91 aplikovaných a 217 ostatních výsledků. Z aplikovaných výsledků jsou to 2 patenty, 3 odrůdy, 19 užitných vzorů, 13 ověřených technologií, 3 SW aplikace, 19 metodik pro praxi, 3 specializované mapy, 23 funkčních vzorků a 6 výsledků promítnutých do právních předpisů a norem, do směrnic a předpisů nelegislativní povahy závazných v rámci kompetence příslušného poskytovatele. Publikační výsledky byly publikovány v prestižních vědeckých a odborných časopisech. Bylo publikováno celkem 147 článků evidovaných na Web of Science. Z tohoto počtu bylo až 90 % publikací v časopisech prvního a druhého kvartilu příslušných oborů (Q1/Q2). Rostoucí trend podílu publikací v kvalitních časopisech, společně s rostoucím podílem v časopisech s vyšším IF potvrzuje zvyšující se kvalitu vědecké práce výzkumných pracovníků ústavu. Databáze WoS ke konci roku 2021 evidovala 3 262 vědeckých prací s afiliací VÚRV. Tyto práce byly citovány celkem 38tisíc krát, přičemž jenom v roce 2021 byl počet citací 5 321. Citační index VÚRV, v. v. i., každoročně vzrůstá, což je důkazem vysokého ohlasu výsledků výzkumu VÚRV, v. v. i., v mezinárodním vědeckém prostoru.

Nejcitovanějším vědcem VÚRV, v. v. i., a jedním z 10 nejcitovanějších vědců působících na českých výzkumných institucích a univerzitách, byl podle aktuálního seznamu nejcitovanějších vědců světa „Higly Cited Researchers“ i v roce 2021 doc. Ing. Roman Pavela, Ph.D.





Příloha č. 2 ke Koncepti prezentace
a komunikační strategie ústavu
č.j. SŘ/23/317

Plán tiskových zpráv

Návrh struktury:

Plán tiskových zpráv VÚRV								
Pracoviště	Typ akce (seminář, konference, zahájení projektu, výsledky projektu)	Název sdělení	termín zahájení akce	termín ukončení akce	termín dodání podkladů	požadovaný termín vydání	typ sdělení (TZ / avízo/ pozvánka)	kontaktní osoba zodpovědná za dodání podkladů





Formulář pro vytvoření tiskové zprávy

Návrh struktury:

PODKLAD K VYTVOŘENÍ TISKOVÉ ZPRÁVY			
Pracovní název TZ:			
Kontaktní osoba (zodpovídá za dodání podkladů a kontrolu faktické správnosti vypracovaného obsahu TZ)			
Jméno:	Telefon		E-mail
Zaměření informace (označte křížkem)			
Výzkumný projekt – zahájení		Ocenění	
Výzkumný projekt – výsledky výzkumu		Publikační činnost	
Akce pro odbornou veřejnost (seminář, konference, polní den apod.)		Spolupráce (Memoranda, partnerství apod.)	
Akce pro veřejnost (školy, laická veřejnost)		Informace o VÚRV (výroční zpráva, hodnocení apod.)	
Požadavky na obsah tiskové zprávy			
Datum akce/ nejzazší termín vydání TZ			
Termín konání		Místo konání	
Hlavní téma / sdělení	Uveďte informace, které mají být hlavním sdělením TZ		
Odkaz na informační zdroj	Uveďte odkazy na informace, na základě kterých bude možné zpracovat návrh textu		
Citace – návrh textu	Ředitel/ředitelka VÚRV (v případě určení jiná osoba)		
Spolupracující organizace, partneři			
Povinná publicita	Uveďte texty, partnery/partnerky, loga apod., jejichž uveřejnění je požadováno v rámci zamýšleného textu – info o dotaci, grantu, smlouvě o spolupráci apod.		
Povinné přílohy (elektronicky):			
Fotografie (s uvedením jména autora/autorky):	Plakát: ano / ne / bude později	Pozvánka: ano / ne / bude později	Jiné (loga partnerů/partnerek apod.):

Jméno zpracovatele/zpracovatelky dne

