

ANALÝZA - PROPAGÁCIA V RÁMCI FAKÚLT STU

Fakulta	SvF/prod. Gajdošová	SjF / prod. Beniak	FEI/doc. Vargic	FCHPT/prod. Drtil
Existencia PR Počet zamestnancov	áno 2	áno (momentálne ¼) od 06 mesiaca 1	Áno 1+ Agentúra Mega Loman – zmluva	áno 2 (1 externí a 1 čiastočný úv) Agentúra Mega Loman – zmluva, plán propagačná rada
Zameranie PR oddelenia/dôraz na	- stredoškólači/potenciálny študenti - vnútorné prostredie fakulty študenti/zamestnanci - odborná verejnosť - zahraničie	- stredoškólači/potenciálny študenti - zahraničie	- stredoškólači/potenciálny študenti - vnútorné prostredie fakulty študenti/zamestnanci - odborná verejnosť - zahraničie (hlavne Ukrajina, Srbsko, Rusko)	- stredoškólači/potenciálny študenti - vnútorné prostredie fakulty študenti/zamestnanci - odborná verejnosť - zahraničie
Propagácia štúdiá na fakulte cez	- dni otvorených dverí (termíny, formy) - letné školy pre záujemcov - spolupráca so strednými školami - letné školy pre deti	- dni otvorených dverí (termíny, formy) - letné školy pre záujemcov - spolupráca so strednými školami	- DoD - Sociálne médiá (Facebook, Instagram), Google, Študentské portály, Roadshow	- dni otvorených dverí (termíny, formy) - letné školy pre záujemcov - spolupráca so strednými školami - letné školy pre deti
Realizácia analýz/uchádzači	nie	nie	áno	áno
Vlastné propagačné materiály	áno - o štúdiu SK/EN - o fakulte - veda/výskum	áno - o štúdiu SK/EN -	áno - o štúdiu SK/UKR/RUS/SRB - veda/výskum	áno - o štúdiu SK/EN - o fakulte - veda/výskum
Vlastné vecné materiály/darčkové	áno	áno	áno	áno
Facebook/instagram Návštevnosť/počet	áno	áno	áno	áno 250 tis/rok, 20 tis/mesiac
Annual report	áno	áno	áno	áno
Fakultný časopis	áno	Študenti (Škrt)	Áno (Oko)	áno

o dianí na fakulte				študenti/Radikál
--------------------	--	--	--	------------------

Fakulta	FA/prod. Brašeň	MTF/doc. Gerulová	FIIT/Ing.Pištek	UM/doc.Jaššo
Existencia PR Počet zamestnancov	áno 3	áno 3	Áno - cca 1 FTE (2 osoby) + príležitostne študenti	samostatné oddelenie nie (PR majú v gescii doc.Špirková, doc.Jaššo a dr.Ondrejčková) 0
Zameranie PR oddelenia/dôraz na	<ul style="list-style-type: none"> - stredoškólači/potenciálny študenti - vnútorné prostredie fakulty študenti/zamestnanci - odborná verejnosť 	<ul style="list-style-type: none"> - propagácia štúdia - propagácia diania na MTF - propagácia výskumného potenciálu - spolupráca s praxou 	<ul style="list-style-type: none"> - stredoškólači/potenciálni študenti (áno) - vnútorné prostredie fakulty študenti/zamestnanci (áno) - odborná verejnosť (áno – rozbiehame) - zahraničie (áno, ale nie významne) 	<ul style="list-style-type: none"> - stredoškólači/potenciálny študenti - vnútorné prostredie ústavu študenti/zamestnanci partnerské univerzity v zahraničí
Propagácia štúdia na fakulte cez	<ul style="list-style-type: none"> - dni otvorených dverí - letné školy a kurzy pre záujemcov - spolupráca so strednými školami - workshopy pre deti - Noc architektúry - Prieskum prác 	<ul style="list-style-type: none"> - dni otvorených dverí - web fakulty - sociálne siete - exkurzie zo SŠ - projekt Ambasádor - výstavy/veľtrhy vzdelávacie - propagácia v obchodných centrách - propagácia v stredoškólských časopisoch - propagácia na základných školách - TV vysielanie, regionálne vysielanie - miniUNI – týždňový pobyt stredoškólačkov na fakulte – povinnosti, život,... 	<ul style="list-style-type: none"> dni otvorených dverí (termíny, formy) - polovica decembra, veľké podujatie (700+ účastníkov) letné školy pre záujemcov (len univerzitná LUS) spolupráca so strednými školami (áno) letné školy pre deti (nie) 	<ul style="list-style-type: none"> - dni otvorených dverí (termíny, formy) - letné školy pre záujemcov - spolupráca so strednými školami

Realizácia analýz/uchádzači	áno	áno (aj absolventi)	áno	čiastočne
Vlastné propagačné materiály	áno - o štúdiu SK/EN - o fakulte	áno - študijné programy - výskumný potenciál - o fakulte - virtuálne prehliadky - publikácie, letáky, banery, rollupy	áno/nie - o štúdiu SK/EN/UA - o fakulte (SK/EN) - veda/výskum (SK/EN)	áno - o štúdiu SK/EN - o fakulte veda/výskum (Spectra Centrum)
Vlastné vecné materiály/darčkové	áno	áno - odznaky, samolepky, záložky,....	Skôr nie	Áno (Spectra centrum)
Facebook/instagram Návštevnosť/počet	áno/áno FB - 24 tis/mesiac	áno 9561/mesiac	Áno – Facebook, Youtube, LinkedIn Pripájam excel celej univerzity ohľadne počtu fanúšikov. Dosah príspevkov 28 000 posledný mesiac na facebooku	Áno (2 facebookove skupiny)
Anual report	áno	nie (vychádzal do r. 2014)	áno	áno
Fakultné časopisy	áno ILFA	áno -Udalosti na MTF: https://www.mtf.stuba.sk/sk/vnutorne-vztahy-a-public-relations/udalosti-na-mtf.html?page_id=7572	nie	Časopisy FOR-UM a Terra Spectra

Katarina Gajdosova <katarina.gajdosova@stuba.sk>, Juraj Beniak <juraj.beniak@stuba.sk>, Radoslav Vargic <radoslav.vargic@stuba.sk>, Miloslav Drtil <miloslav.drtil@stuba.sk>, Brašeň Michal <michal.brasen@stuba.sk>, kristina.gerulova <kristina.gerulova@stuba.sk>, <prodekan_studium@fiit.stuba.sk>, Matej Jasso <matej.jasso@stuba.sk>, Špirková Daniela <daniela.spirkova@stuba.sk>

Fakulta	Ďalšie pripomienky ku koncepcií propagácie:
SvF	- V rámci výberu reklamných predmetov som jednoznačne za spoločný výber a rozlíšenie farbami a logami pre jednotlivé fakulty, zásadné je však rozdeliť reklamné predmety do dvoch skupín: 1. pre študentov a uchádzačov (jednorázové perá, bloky, tašky, samolepiace úchyty na mobil, napr: https://omniashop.sk/sk/drziaky/popsocet-univerzalny-drziak-na-mobil-627.html) a 2. pre čestných hostí (kvalitné perá v prebaloch s potlačou,

	<p>obrandovaná kvalitná bonboniéra zo slovenskej ručne robenej čokolády, napr. https://www.dobracokolada.sk/, obrandované kvalitné slovenské víno,...)</p> <p>- Vypracovať usmernenia pre GDPR - keďže sa na fakultách koná množstvo podujatí, fotíme kadekoho a fotky potom svojvoľne zverejňujeme...</p> <p>- premyslieť spoločný termín DOD fakúlt - aj napriek odmietavým postojom kolegov prodekanov si myslím, že by možno bolo zaujímavé pripraviť návrh: v rámci našich štyroch fakúlt v centre mesta - každá fakulta by mala celodennú možnosť navštíviť výuku a laboratóriá a mali by sme program spoločný a "riadený" na jednu hodinu na každej z fakúlt (plus presun) (9:00, 10:30, 12:00, 13:30) (alebo 45 minút plus 15 presun: 9:00, 10:00, 11:00, 12:00), kde by každá fakulta predstavila sama seba a čo ponúka...</p>
SjF	<p>-web stránka prijateľná pre dnešnú dobu a prijímateľa</p> <p>-podpora rektorátu pri propagácii, PR</p> <p>-usmernenie GDPR pre akcie ktoré organizujeme, nenechávať to na fakulty</p>
FEI	<p>- je potrebné rozdeliť propagáciu STU na „šírenie dobrého mena STU a fakúlt“ a „náborovú kampaň“, keďže majú rozdielnu stratégiu. Šírenie dobrého mena je nevyhnutným základom pre náborovú kampaň a dá sa oprieť o klasické marketingové projektovanie See Think Do Care. Náborová kampaň je defacto politická kampaň.</p> <p>- Propagačné komisie zložené z vedcov a pedagógov sa neosvedčili. Nemajú profesionálne skúsenosti a mali by sa venovať hlavnej činnosti. Ale tí úspešní a inšpiratívni sú nevyhnutnou súčasťou propagácie a treba s nimi úzko spolupracovať v zmysle šíriť ich úspech dovnútra aj navonok.</p> <p>- STU by mala náborovú kampaň od fakúlt kompletne prebrať, a to rozpočtovo, koncepcne aj realizačne. Jediné, čo je nevyhnutné na fakultách ponechať je road-show a DOD, kde by realizačné tímy fakúlt dostávali poradenstvo od profesionálov obstaraných STU. Toto však nebude možné bez outsourcingu kreatívy a mediaplánu s cieľom na študijné programy, ktoré nie sú samopropagovateľné, ako je to na FIIT a AI na FEI. Realizovať samotný mediaplán je už otázkou obstarania najnižšej ceny a dobrého konzultanta, ktorý nedovolí outsourcingu vybočiť, a ktorý bude kontrolovať plnenie mediaplánu a vyhodnocovať účinnosť kampane.</p>
FCHPT	<p>1. Existencia PR oddelenia na fakulte + počet zamestnancov: mame 1 externého PR pracovníka + 1 pracovníka na čiastočný úväzok (robi spolu propagácie + evidenciu publikácií). Zároveň máme dohodu 2 roky s reklamnou agentúrou Mega Loman, ktorá zabezpečuje mediálnu kampan (zmluva o spolupráci každoročne podpisovaná) plánujeme Propagačnú radu s 5 - 6 kolegami</p> <p>2. Zameranie PR oddelenia/dôraz: - stredoškólači/potenciálni študenti najmä cez mediálnu kampan (reklamná agentúra a externá PR pracovníčka sa špecializuje) - vnútorné prostredie fakulty, odbor verejnosť, zahraničie: druhý pracovník + prodekan + ad hoc kolegovia</p> <p>3. Propagácia štúdiá na fakulte - akcie: Dni otvorených dverí (týždeň v januári, 200 účastníkov; prednášky + laboratóriá ukážka) + Chemshow (koniec júna; 700 účastníkov, prednášky + stánky s chemickými pokusmi + obhliadka laboratórií...) + Cheday (marec, firmy pre našich študentov, možnosti uplatnenia, "jarmok firiem"; 20 - 30 firiem) + Chemschool (jún letná škola pre 40 stredoškólačov) + Letná škola chem. inžinierstva (jún letná škola pre 40 stredoškólačov) + Noc výskumníka (účasť kolegov ad hoc) + exkurzie pre stredoškólačov (ad hoc; plánujeme systémovo) + plán systému Laboratórnych cvičení pre stredoškólačov - stredoškólačov lanárime na ŠVK - navštevujeme stredné školy - pre "deti" zatiaľ nič norganizujeme</p> <p>4. Realizácia analýz zameraných na potencionálnych uchádzačov: áno</p>

	<p>5. Propagačné materiály: 3 skupiny materiálov: - pre stredoškóľákov: web + propagačný leták odkazujúci na web v slovenčine a ukrajinštine https://www.najlepsiaskola.sk/ https://www.studybestschool.com/ - pre kolegov a študentov: web v slovenčine a čiastočný informačný aj v angličtine https://www.fchpt.stuba.sk/ - pre ostatných (spolupracujúce inštitúcie vo vede, stredoškóľskí učitelia, zahr. školy): propagačné materiály tlačené, reprezentačné + videá a PR články o jednotlivých programoch (cez TA3 Svet technológií; po odvysielaní zostali videá na youtube)</p> <p>6. Vecné propagačné materiály: máme perá, mendelejevka, prepočítavacie pravítka, trička pre stredoškóľákov (s logom "najlepšia škola") + ostatnú verejnosť (s "mendelejevku"; tento rok zvýraznené jej 150 výročím), tašky, cukriky atd.</p> <p>7. Facebook Instagram: máme, necelý rok, návštevnosť priebežne vyhodnocovaná: 250 tisíc pozretí; jarné mesiace 20 tisíc mesačne reklamy o fakulte na webe: milióny zobrazení; do sto tisíc kliknutí</p> <p>8. Annual report: áno tlačený aj na CD</p> <p>9. Fakultný časopis: áno vydávajú študenti štvrťročne (Radikál) + 1 špeciálne číslo nadčasové propagujúce fakultu "očami študentov"</p>
FA STU	<p>1. Existencia PR oddelenia na fakulte + počet zamestnancov: - dvaja interní zamestnanci na plný pracovný pomer, zastrešovanie kompletnej PR aj s grafickou prípravou podkladov</p> <p>2. Zameranie PR oddelenia/dôraz: - stredoškóľáci/potenciálni študenti - vnútorné prostredie fakulty (študenti, pedagógovia, absolventi) - odborná verejnosť a aj laická verejnosť</p> <p>3. Propagácia štúdiá na fakulte - akcie: - FA OPEN / DOD (300 účastníkov; prednášky a workshopy) - Vyskúšaj si svoj talent (simulácia prijímacieho konania pre záujemcov cca 120 – obmedzená kapacita) - Prieskum prác, akcia pre záujemcov a verejnosť (500 návštevníkov) - Noc architektúry, predstavenie najlepších prác spojená s prednáškami, po akademickom roku (2000 účastníkov) - Hravý architekt (pre ZŠ)</p> <p>4. Realizácia analýz zameraných na potencionálnych uchádzačov: - aktuálne vytvárame firemnú kultúru a internú komunikáciu, ktorej súčasťou je aj profil absolventa FA STU - máme vytvorenú komunikačnú stratégiu v online prostredí na komunikáciu ku generácii Z - zapájame do procesu tvorby aktuálnych študentov v rámci Kreatívneho centra FA STU - vytvárame komunikačnú stratégiu zameranú na aktuálnych študentov stredných škôl a ďalšie aktivity, ktoré majú za cieľ pritiahnúť študentov na našu fakultu (sociálne siete, emailing, newsletter)</p> <p>5. Propagačné materiály:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - pre záujemcov o štúdium máme letáky (podľa odborov) - prezentácie (podľa produktov – interiérový dizajn, produktový dizajn, ...) - prezentačné PR články (rozhovory s úspešnými kolegami na FA STU) <p>6. Vecné propagačné materiály:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tašky, diáre, perá, tričká, (doplňame podľa potreby) <p>7. Facebook Instagram:</p> <ul style="list-style-type: none"> - oba profily na sociálnych sieťach máme aktívne - vytvárame komunikačnú stratégiu na dve cieľové skupiny – budúcich/súčasných študentov a sponzorov/partnerov školy - komunikácia na sociálnych sieťach pre študentov je zameraná na úspechy fakulty a image posty, ktoré majú žviálnejšiu rétoriku, ako komunikácia v online prostredí zameraná na sponzorov/partnerov - oba kanály využívame, predovšetkým, ako marketingový a PR nástroj, nie ako formu náboru nových študentov (pretože na to slúžia iné médiá) <p>8. Annual report: V podobe výročnej správy</p> <p>9. Fakultný časopis: ILFA – informačné listy Fakulty architektúry</p>
MTF	<p>1. Existencia PR oddelenia na fakulte + počet zamestnancov: vyhovujúce</p> <p>2. Zameranie PR oddelenia/dôraz: zväziť mediálnu kampaň cez profesionálnu agentúru; MTF má schválenú koncepciu propagácie na sociálnych sieťach; predpripravená Marketingová koncepcia</p> <p>3. Propagácia štúdia na fakulte: zvýšiť pozornosť na zahraničných záujemcov, podpora tvorby anglickej web stránky a materiálov v angličtine</p> <p>4. Realizácia analýz zameraných na potencionálnych uchádzačov: áno; support ústavov pri kreovaní ponúk a informácií pre uchádzačov; každoročne sa realizuje analýza uplatniteľnosti absolventov MTF</p> <p>5. Propagačné materiály: nedostatok propagačných materiálov STU</p> <p>6. Vecné propagačné materiály: všeobecné – perá, publikácie,.....</p> <p>7. Facebook Instagram: áno, vrátane Youtube</p> <p>8. Annual report: žiaľ nerobí sa</p> <p>9. Fakultný časopis: elektronický – Udalosti na MTF</p>
FIIT	
ÚM	Kľúčové je nájsť rovnováhu medzi jednotnou prezentáciou STU a prezentáciou jednotlivých fakult/ustavu. Určite by bolo dobré zlepšiť koordináciu PR aktivít jednotlivých fakult/ustavu.