
Jak komunikují české univerzity?

Jak komunikují české univerzity?

Z průzkumu francouzské agentury Noir sur Blanc

Většina velkých českých univerzit pochopila ještě před vstupem České republiky do Evropské unie důležitost komunikační strategie v prostředí s tak velkou konkurencí, jako je vysokoškolské vzdělání. Příchod konkurenčních zahraničních univerzit na tuzemský trh nutí české vysoké školy zesílit jejich pozici na trhu.

Komunikace s veřejností

ČVUT se účastní například již třetím rokem Semináře o studiu a perspektivách absolventů univerzity na trhu práce. Škola zve výchovné poradce středních škol, z nichž se nejvíce studentů zapisuje ke studiu na ČVUT, a studenty. Dozívají se zde informace nejen od představitelů univerzity, ale i firem (např. Aero Vodochody, KM, Skanska, Metrostav atd.). Každý rok v říjnu se škola také účastní veletrhu pomaturitního vzdělávání Gaudeamus. Fakulty pořádají dny otevřených dveří, kde vítají právě studenty středních škol. Například fakulta jaderná a fyzikálně inženýrská pořádá Fyzikální týden, kde studenti středních škol pracují týden na projektech a pak je mezi sebou prezentují.

VŠE pořádá každoročně dny otevřených dveří na jednotlivých fakultách s velkou odezvou u studentů. Dále také organizuje přípravné kurzy pro přijímací řízení, kde mají potenciální uchazeči o studium možnost seznámit se s prostředím školy a zlepšit své předpoklady pro úspěšné složení přijímacích zkoušek.

Komunikačním kanálem číslo jedna, co se týče oslovení studentů, zůstává bezpochyby internet. Internetové stránky univerzit jsou pravidelně aktualizovány a nabízejí informace o akcích probíhajících na škole, informace týkající se studia na univerzitě anebo možnosti studia v zahraničí.

Vztahy se soukromými a státními podniky

Vztahy mezi firmami a vysokými školami v České republice jsou intenzivní a velmi různorodé. V tomto ohledu můžeme rozlišit dva hlavní trendy. V první řadě je tu příklad ČVUT. Podniky, které spolupracují s univerzitou - převážně z technického oboru (typu Aero Vodochody, KM, Skanska, Metrostav atd.), nezasahují do studijního programu, ale nabízejí studentům možnosti stáží či také zadání diplomových prací. Univerzita na oplátku nabízí ředitelům podniků kurzy celoživotního vzdělávání a pravidelně je informuje o aktualitách školy prostřednictvím interního časopisu Pražská technika.

VŠE zvolila jinou strategii. Mnozí čelní představitelé firem spolupracujících s univerzitou jsou členy orgánů školy (správní rady, Vědecké rady VŠE či vědeckých rad fakult). Firmy se na rozdíl od příkladu ČVUT mohou podílet na tvorbě a aktualizaci studijních programů.

Spolupráce na mezinárodním poli

Velmi úspěšně se rozvíjí spolupráce se zahraničními univerzitami. Hlavním aspektem, který přitahuje zahraniční studenty do českých vysokých škol, je možnost studovat vybrané hlavní předměty v angličtině či jiných cizích jazycích. VŠE například vysílá své studenty na více než 70 zahraničních partnerských univerzit, pro jejichž studenty recipročně nabízí výuku v cizojazyčných programech.

ČVUT jde v tomto směru ještě dál. Zahraniční studenti jsou přivítáni českými studenty z organizace ISC (International Student's Club), kteří pro ně připravili řadu aktivit, například program Buddy, kdy jeden český student má na starosti jednoho zahraničního studenta. Univerzita má velmi dobré vztahy především se zeměmi Evropské unie, ale v poslední době rozvíjí spolupráci také s Argentinou a Čínou.

Prestižní akreditace

V dnešním, velmi konkurenčním světě vysokoškolského vzdělání, představují mezinárodní akreditace udělené vysokým školám skutečné plus. Znamka kvality studijního programu, řízení a managementu té či oné vysoké školy, to je kritérium, které může do značné míry ovlivnit studenty při jejich výběru vysoké školy.

Budoucnost je v komunikaci

Podle aktuálního vývoje ve světě se budou komunikační strategie vysokých škol stále více podobat strategiím komunikace uplatňovaným soukromými firmami: větší finanční prostředky, sofistikovanější techniky, vyšší profesionalizace osob zodpovědných za prezentaci univerzity na veřejnosti. Univerzity, které budou schopné co nejrychleji se adaptovat na tento nový trend, budou mít před ostatními podstatný náskok.

(Markéta Šupková, Autorka je spolupracovnicí redakce)