

Příloha č. 7

Průběh a popis klíčové aktivity „PR a publicita projektu“

1. Základní informace o projektu

Globálním cílem projektu je zkvalitnit, zefektivnit a zpopularizovat další vzdělávání občanů v ČR a zvýšit jejich motivaci a přístup k dalšímu vzdělávání. Hlavním cílem projektu je zavést v České republice inovativní způsob individuálního dalšího vzdělávání pomocí stáží ve firmách. Stáže jsou určeny pro obyvatele České republiky s trvalým bydlištěm mimo hl. město Praha za účelem zvýšení jejich kvalifikace. Během realizace projektu dojde k pilotnímu ověření dalšího vzdělávání formou stáží ve firmách u 5 000 lidí.

Délka stáže bude činit 1 až 6 měsíců, v závislosti na typu stáže. Uchazeči o stáž získají formou dalšího vzdělávání nové znalosti a zkušenosti postavené na praxi v požadovaném oboru, zajímavým způsobem si zvýší odbornou kvalifikaci a zvýší svou uplatnitelnost na trhu práce. Projekt bude spolufinancován Evropským sociálním fondem (ESF) prostřednictvím Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OP VK) ve výši 85% a Fondem dalšího vzdělávání prostřednictvím státního rozpočtu České republiky ve výši 15%.

2. Zajištění mediálního prostoru projektu

Možnost realizovat další vzdělávání formou stáží ve firmách je nutné dostatečně zpopularizovat, představit široké veřejnosti a zvýšit informovanost a zájem cílové skupiny (zejména absolventů vzdělávacích zařízení a klientů Úřadu práce). Kromě tohoto hlavního cíle projektu je potřebná i realizace dalšího cíle, jímž je podpora osvěty tohoto systému u poskytovatelů stáží, tj. u firem.

Předpokládaným výsledkem popularizace a zvýšení informovanosti bude v první fázi zvýšený zájem o projekt – a to jak ze strany cílové skupiny (zejména absolventů vzdělávacích zařízení a klientů Úřadu práce), tak ze strany potenciálních poskytovatelů stáží, tj. firem. V následné fázi půjde především o zajištění osvětové kampaně pro nově nastavovaný systém dalšího vzdělávání.

FDV předpokládá největší zájem z řad absolventů a osob registrovaných na úřadu práce. S ohledem na velikost cílové skupiny a její diverzifikaci dojde k použití několika odlišných komunikačních nástrojů - FDV zahájí velmi masivní a cílenou informační kampaň. Ve snaze o co nejširší využití kompletního spektra komunikačních kanálů bude kampaň realizována zejména prostřednictvím následujících nástrojů:

- ✧ zřízení speciálních internetových stránek s moderním designem a přehledným způsobem používání
- ✧ propagace projektu v rámci sociálních sítí, zejména sítě Facebook (v ČR nejpopulárnější a cílovou skupinou nejvyužívanější)
- ✧ tvorba a odvysílání televizních spotů
- ✧ tvorba a odvysílání rozhlasových spotů

- ✧ tvorba a distribuce informačních brožur
- ✧ tvorba a distribuce informačních letáků
- ✧ vydávání specializovaných příloh tištěných médií
- ✧ využití reklamního prostoru tištěných médií
- ✧ využití reklamního prostoru online médií
- ✧ založení a využívání specializované telefonní infolinky
- ✧ navázání spolupráce a využití prostoru na specializovaných pracovních serverech
- ✧ vydávání tiskových zpráv, PR článků a jejich medializace prostřednictvím komunikace s novináři
- ✧ realizace tiskových konferencí
- ✧ realizace tzv. „Roadshow“ v regionech, respektive ve vybraných obcích 13 krajů (Pozn.: dále vysvětleno v sekci 3.2)
- ✧ provoz infostánku na pracovištích Úřadu práce (spojeno s Roadshow)
- ✧ pásmo seminářů cílených na zástupce cílové skupiny (spojeno s Roadshow)
- ✧ oslovování a setkávání se se zástupci firem (spojeno s Roadshow).

Období realizace jednotlivých nástrojů budou vhodně zvolena s ohledem na situaci na trhu práce (např. bude vhodně zvoleno pro absolventy vysokých škol s ohledem na ukončení akademického roku). Vhodným způsobem dojde také k oslovení firem, tj. potenciálních poskytovatelů stáží.

3. Opatření pro zajištění publicity

3.1 Internetové stránky

Stálým zdrojem informací o projektu budou nově zřízené webové stránky. Ty budou obsahovat následující moduly:

- a) Informační modul pro prezentaci průběhu projektu a souvisejících aktualit, zahrnujících jak obecné informace o projektu, tak konkrétní výstupy jednotlivých fází projektu.
- b) Interaktivní a nabídkový modul, určený pro jednoduchou orientaci v aktuální nabídce stáží v regionu uživatele, popřípadě i pro zpětné uživatelské hodnocení jednotlivých stáží. Příhláskový formulář pro uchazeče z cílové skupiny a firmy.
- c) Komunikační modul pro spolupráci členů realizačního týmu s občany – příslušníky cílové skupiny

Informace o projektu budou zároveň prezentovány i na internetových stránkách jednotlivých poskytovatelů stáží, zúčastněných škol a dalších zařízení (mateřská centra, Úřady práce atd.). FDV

bude poskytnuta přímá součinnost ze strany Úřadů práce, které projevují vážný zájem o realizaci projektu. Ke spolupráci s FDV se Úřady práce zavázaly na jednání nejvyšších představitelů obou stran.

3.2 Roadshow

Zásadním prvkem, zajišťujícím publicitu projektu, budou tzv. Roadshow. Půjde o řetězec informačních setkání s občany – příslušníky cílové skupiny, zejména absolventů vzdělávacích zařízení, klientů Úřadu práce ve vybraných obcích 13 krajů ČR a zaměstnanců s motivací dalšího vzdělávání. Náplní setkání bude srozumitelná a zkrácená prezentace systému dalšího vzdělávání formou stáží, určená cílové skupině. Přítomní členové cílové skupiny budou seznámeni i s aktuální nabídkou stáží v daném regionu a konkrétními podmínkami stáží. Typicky budou tyto informační aktivity probíhat ve školách, na Úřadech práce, v mateřských centrech atd. Příslušníci cílové skupiny budou mít možnost předat pracovníkům roadshow své kontaktní údaje s tím, že je následně budou kontaktovat pracovníci infolinky s možnostmi konkrétních nabídek stáží. Předpokládá se, že pracovníci Roadshow dokáží každý den absolvovat v navštívené obci jedno či více informačních setkání a seminářů, podle potřeby a velikosti dané obce. Součástí Roadshow bude vždy i provoz infostánku na místním pracovišti Úřadu práce. FDV bude poskytnuta přímá součinnost ze strany Úřadů práce, které projevují vážný zájem o realizaci projektu. Ke spolupráci s FDV se Úřady práce zavázaly na jednání nejvyšších představitelů obou stran.

Roadshow ve firmách bude probíhat především na bázi osobního setkání se zástupci firem, kterému bude předcházet informační e-mail a telefonický rozhovor. Firmy budou osločovány na základě vytipovaných **odvětví a profesí, které se dle dostupných dat jeví jako perspektivní pro jednotlivé regiony a tím i pro celkovou konkurenceschopnost České republiky**. Firmy budou srozumitelně a podrobně seznámeni s projektem Stáže ve firmách a bude specifikovaná možnost spolupráce. K tomu budou sloužit především vytvořené šablony, které budou popisovat pravidla činností a povinností u jednotlivých profesí, kterými se budou řídit firmy i uchazeči. Dále budou informováni propagačními materiály (letáky, brožury, apod.). Firmy budou mít možnost předat zástupcům projektu své údaje pro zařazení do databáze. Budou mít možnost se dále informovat u pracovníků infolinky a také budou informováni pracovníky infolinky o stážistech.

3.3 Mimořádné informační akce

Jako doplňková, avšak důležitá aktivita pro zajištění publicity může sloužit účast na společenských akcích, spojených s tematikou vzdělání či uplatnění na trhu práce (např. různé veletrhy pracovních příležitostí). Vytipování takových aktuálních příležitostí a jejich využití může být realizováno pracovníky Roadshow.

4. Mediální plán a harmonogram plnění

Poznámka: O projektu je nutné informovat po celou dobu jeho realizace s tím, že intenzita publikování informací se může v jednotlivých obdobích lišit – tak, aby míra efektivity kampaně byla stále co nejvyšší.

- V počátcích projektu bude kampaň zaměřena především na informování o nově zaváděném způsobu dalšího vzdělávání formou stáží ve firmách. Cílová skupina se dozví o možnosti zapojení se do projektu a o konkrétních stážích, které budou nabízené. Zároveň bude cílová skupina žádána o uvedení preferovaných profesí, ve kterých by ráda absolvovala stáž.
- Po zahájení stáží bude docházet k informování o dosavadních poznatcích z praxe. Hlavní sdělení se bude soustřeďovat i na další aspekty dalšího vzdělávání.

- c) Přibližně od poloviny roku 2013 se bude kampaň soustředit hlavně na vytvořené produkty – Národní katalog stáží (katalog šablon, online databáze stáží). Součástí kampaně budou evaluační poznatky z průběhu projektu a prezentace tohoto způsobu dalšího vzdělávání.

Výše uvedený plán a níže uvedený harmonogram se bude modifikovat s ohledem na vývoj v projektu.

Červen - červenec 2012 – Realizace tiskové konference, seznamující novináře s tématem dalšího vzdělávání formou stáží, zveřejnění tiskové zprávy a její následná medializace. Další tiskové zprávy budou publikovány po celé období fungování projektu v pravidelných intervalech.

Září - říjen 2012 – Spuštění vlastní webové stránky projektu a facebookové stránky. Obě stránky budou pravidelně aktualizovány po celou dobu fungování projektu, ideálně na denní bázi.

Červenec 2012 - Založení a využívání specializované telefonní infolinky (s jejím využíváním se počítá minimálně do dubna 2014)

Září - říjen 2012 – Tvorba mobilní aplikace pro smartphony a tablety, zaměřené na absolventy škol.

Září 2012 – listopad 2012 – Intenzivní informační kampaň, zahrnující:

- ✧ vysílání 1., 2. a 3. verze TV spotů (1. verze - absolventi, 2. – nezaměstnaní, 3. - firmy)
- ✧ vysílání 1., 2. a 3. verze rozhlasových spotů (stejně rozdělení jako TV spoty)
- ✧ publikování propagačních textů a PR textů k projektu a redakčních materiálů k projektu vztahených v tištěných médiích; jednak s využitím standardních reklamních ploch, jednak v podobě speciálních tematických příloh
- ✧ publikování PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztahených v online médiích
- ✧ umístění reklamních bannerů v rámci online médií
- ✧ využití prostoru internetových stránek, poskytujících přehled nabídky a poptávky na pracovním trhu
- ✧ distribuci informačních letáků a informačních brožur na všechny vysoké a vyšší odborné školy, na všechny mimopražské střední školy a učiliště a na všechna mimopražská pracoviště Úřadu práce, popř. do center pro rodiče na rodičovské dovolené
- ✧ pravidelnou realizaci tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude i pořádání seminářů pro příslušníky cílové skupiny a provoz informačních stánků na Úřadech práce.

Říjen 2012 - Realizace tiskové konference u příležitosti zahájení vzdělávání formou stáží, zveřejnění tiskové zprávy a její následná medializace

Červenec 2012 – leden 2013 – pravidelná realizace tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude i pořádání seminářů pro příslušníky cílové skupiny a provoz informačních stánků na Úřadech práce

Od Června 2012 – roadshow ve firmách – pravidelná realizace setkávání se zástupci firem, která budou prováděna pravidelně po celou dobu projektu.

Prosinec 2012 – únor 2013 – Informačně-rekapitulační kampaň, zahrnující:

- ✧ vysílání 4. a 5. verze TV spotů (4. verze - absolventi, 5. – nezaměstnaní)
- ✧ vysílání 4. a 5. verze rozhlasových spotů (rozdělení stejné jako u TV spotů)
- ✧ publikování propagačních textů a PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v tištěných médiích; jednak s využitím standardních reklamních ploch, jednak v podobě speciálních tematických příloh
- ✧ publikování PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v online médiích
- ✧ umístění reklamních bannerů v rámci online médií
- ✧ využití prostoru internetových stránek, poskytujících přehled nabídky a poptávky na pracovním trhu

Únor 2013 – červenec 2013 - pravidelná realizace tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude i pořádání seminářů pro příslušníky cílové skupiny a provoz informačních stánků na Úřadech práce

Duben 2013 - Realizace tiskové konference u příležitosti ukončení první kompletní vlny vzdělávání formou stáží, zveřejnění tiskové zprávy a její následná medializace. Zpráva popíše průběh projektu a míru naplnění očekávaných výsledků

Červen 2013 – září 2013 – Intenzivní informační kampaň, zahrnující:

- ✧ vysílání 1., 2. a 3. verze TV spotů
- ✧ vysílání 1., 2. a 3. verze rozhlasových spotů
- ✧ publikování propagačních textů a PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v tištěných médiích; jednak s využitím standardních reklamních ploch, jednak v podobě speciálních tematických příloh
- ✧ publikování PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v online médiích
- ✧ umístění reklamních bannerů v rámci online médií
- ✧ využití prostoru internetových stránek, poskytujících přehled nabídky a poptávky na pracovním trhu
- ✧ distribuci nové verze informačních letáků a informačních brožur na všechny vysoké a vyšší odborné školy, na všechny mimopražské střední školy a učiliště a na všechna mimopražská pracoviště Úřadu práce, popř. do center pro rodiče na rodičovské dovolené
- ✧ pravidelnou realizaci tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude i pořádání seminářů pro příslušníky cílové skupiny a provoz informačních stánků na Úřadech práce

Říjen 2013 - Realizace tiskové konference u příležitosti prvního výročí zahájení vzdělávání formou stáží, zveřejnění tiskové zprávy a její následná medializace. Zpráva popíše průběh projektu a míru naplnění očekávaných výsledků.

Listopad 2013 - vhodná PR medializace a posilování pozitivní image projektu (médiím budou poskytnuty rozhovory s klienty Úřadu práce, pro které bylo další vzdělávání prostřednictvím stáže pozitivní zkušeností, se zaměstnavateli, kteří se programu účastní, popř. s vysokými správními či politickými činiteli atd.

Prosinec 2013 – únor 2014 - Druhá informačně-rekapitulační kampaň, zahrnující:

- ✧ vysílání 4. a 5. verze TV spotů
- ✧ vysílání 4. a 5. verze rozhlasových spotů
- ✧ publikování propagačních textů a PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v tištěných médiích; jednak s využitím standardních reklamních ploch, jednak v podobě speciálních tematických příloh
- ✧ publikování PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v online médiích
- ✧ umístění reklamních bannerů v rámci online médií
- ✧ využití prostoru internetových stránek, poskytujících přehled nabídky a poptávky na pracovním trhu

Březen 2014 - Realizace tiskové konference, mapující dosavadní vývoj a fungování projektu vzdělávání formou stáží, zveřejnění tiskové zprávy a její následná medializace.

Březen 2014 – duben 2014 - pravidelná realizace tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude i pořádání seminářů pro příslušníky cílové skupiny a provoz informačních stánků na Úřadech práce

Květen 2014 – červenec 2014 – vhodná PR medializace a posilování pozitivní image projektu (médiím budou poskytnuty rozhovory s klienty Úřadu práce, pro které bylo další vzdělávání prostřednictvím stáže pozitivní zkušeností, se zaměstnavateli, kteří se programu účastnili, popř. s vysokými správními či politickými činiteli atd.)

Červen 2014 – srpen 2014 - Třetí informačně-rekapitulační kampaň, zahrnující:

- ✧ publikování propagačních textů a PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v tištěných médiích; jednak s využitím standardních reklamních ploch, jednak v podobě speciálních tematických příloh
- ✧ publikování PR textů projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v online médiích
- ✧ umístění reklamních bannerů v rámci online médií
- ✧ využití prostoru internetových stránek, poskytujících přehled nabídky a poptávky na pracovním trhu

Říjen 2014 - Realizace tiskové konference, shrnující kompletní průběh projektu vzdělávání formou stáží a zhodnocující jeho úspěchy, zveřejnění tiskové zprávy a její následná medializace.