

Podklady pro zpracování souhrnné prezentace

1. Kontext

Univerzita Karlova je nejvýznamnější česká vzdělávací instituce a jedna z předních univerzit ve střední Evropě. Se 17 fakultami ve třech městech (Praha, Plzeň, Hradec Králové) představuje unikátní spojení tradice, excelentního výzkumu a dynamické současnosti. Od svého založení v roce 1348 je klíčovou institucí formující českou vzdělanost a společnost.

UK je výzkumně orientovanou univerzitou, která se hlásí k hodnotám svobody, humanismu a demokracie. Stojí na třech základních pilířích: kvalitní vzdělávání, špičkový výzkum a aktivní role ve společnosti. V mezinárodních žebříčcích se pravidelně umisťuje mezi 1,5 % nejlepších světových univerzit (246. místo v QS Rankings).

Jsme místem, kde se každý den rodí nové objevy a myšlenky, kde se setkává minulost s budoucností a kde aktivní studující realizují své projekty. Jako instituce veřejné služby máme zodpovědnost nejen za rozvoj vzdělanosti, ale i za kultivaci společenské diskuze a řešení globálních výzev 21. století.

2. Současná situace UK

2.1 Silné stránky

- nejvýkonnější vědecké pracoviště v ČR
- nejstarší univerzita ve střední Evropě s mezinárodním renomé
- pestrá komunita s více než 52 600 studujícími, včetně 11 000 zahraničních
- téměř 1 000 studijních programů
- systematická podpora excelence ve výzkumu
- role společenské autority v klíčových tématech
- bohatý studentský život a spolková činnost

2.2 Výzvy

- vnímaná nedostupnost pro některé cílové skupiny
- roztržitá komunikace napříč 17 fakultami
- potenciál pro silnější propojení s absolventy
- nutnost vyvážit prestiž a otevřenost
- nedostatečné povědomí o možnostech studia mimo Prahu
- výzva srozumitelně komunikovat vědecké úspěchy
- rostoucí konkurence ostatních vysokých škol

2.3 Kam směřujeme

- jednotná a přístupná identita respektující osobitost a specifika fakult
- zvýšení počtu kvalitních uchazečů
- posílení mezinárodní prestiže a spolupráce (zejména v rámci aliance 4EU+)
- systematické budování značky jako moderní výzkumné univerzity
- aktivní role při řešení společenských výzev
- rozvoj třetí role univerzity
- efektivní propojování vědy, vzdělávání a praxe
- posilování komunity studujících, zaměstnanců a absolventů

3. Zadání úkolů ke zpracování pro dodavatele

3.1 Analýza současné komunikace UK

Proveďte stručnou analýzu současné komunikace Univerzity Karlovy

- SWOT analýza komunikace UK
- co považujete za příklady dobré komunikace
- identifikace příležitostí pro zlepšení
- doporučení pro jednotlivé komunikační kanály

3.2 Strategické otázky

Vypracujte odpovědi na následující otázky (cca 2 odstavce na jednu odpověď, dohromady max. 2 normostrany). Není očekáváno komplexní řešení problémů, nýbrž pochopení, jak o problematice přemýšlíte a jak byste k ní přistupovali.

- **Sjednocení komunikace při zachování autonomie:** Jaké kroky můžeme udělat, abychom sjednotili komunikaci Univerzity a zároveň zachovali fakultám autonomii, osobitost a poskytli jim kvalitní a jednoduše použitelné podklady a inspirace?
- **Využití komunity:** Jak můžeme aktivovat, zapojit a využít naši komunitu studujících, absolventů a zaměstnanců do naší komunikace?
- **Práce s médii:** Jak strategicky pracovat s (digitální) reklamou, médii a ambasadory pro efektivní šíření našeho obsahu?

3.3 Kreativní výstupy

A) Kampaň pro nábor uchazečů – „Příležitosti a rozvoj“

- cíl: ukázat konkrétní možnosti a benefity studia na UK
- cílová skupina: čeští středoškoláci a jejich rodiče
- klíčové sdělení: UK ti dá znalosti, dovednosti a kontakty pro jakoukoliv budoucnost
- výzva: vyvážit komunikaci prestiže a přístupnosti univerzity (špičková, ale ne elitářská – „přivítáme každého, kdo to se studiem myslí vážně“)

Příloha č. 2 výzvy

Požadované výstupy:

- koncept kampaně
- ekosystém kampaně (zapojené kanály) a načasování
- alespoň 3 ukázkové výstupy
- návrh zapojení influencerů/ambasadorů
- kritéria výběru v souladu s hodnotami UK
- typ obsahu a způsob spolupráce
- propojení s ostatními kanály kampaně
- vizuální styl v souladu s logomanuálem jednotného propagačního vizuálního stylu UK

B) Popularizace vědy a výzkumu

Navrhněte strategii pro efektivní komunikaci vědeckých úspěchů a výsledků výzkumu UK směrem k široké veřejnosti.

Požadované výstupy:

- identifikace vhodných komunikačních kanálů pro různé typy výstupů
- návrh formátů a forem sdělení pro různé cílové skupiny
- konkrétní ukázka zpracování 1 vědeckého tématu (dle vlastního výběru a přehledu) do různých formátů
- metriky pro měření úspěšnosti

3.4 Implementační plán:

Navrhněte implementační plán marketingové strategie po jejím budoucím přijetí, a to s důrazem na vytyčení harmonogramu a možností v následujících letech (2026+) včetně nástinu etablování strategie napříč celou šíří Univerzity Karlovy. Pokuste se definovat potřebnou následnou časovou dotaci pro implementaci v roce 2026 a navrhněte možnou formu a rozsah potenciální spolupráce nad realizací implementace s třetí stranou. (např. agentura)

4. Požadovaný výstup – souhrnná prezentace

4.1 Prezentace (max. 60 slidů) obsahující:

- analýza současné komunikace UK a váš přístup k UK jako značce a její komunikaci, rozsah max 10 slidů (viz bod 3.1)
- odpovědi na strategické otázky (viz bod 3.2)
- návrh řešení zadaných kreativních úkolů (viz bod 3.3)
- stručný (implementační) plán/přístup ke spolupráci mezi dodavatelem a Univerzitou (viz bod 3.4)

5. Souhrn příloh

5.1 Strategické dokumenty

- Strategický záměr Univerzity Karlovy 2021–2025
- HR Award Akční plán 2024–2026
- Univerzita Karlova – Studijní nabídka 2025/2026
- Univerzita Karlova – Studijní nabídka 2025/2026 – Vklad

5.2 Vizuální identita

- Logomanuál jednotného propagačního vizuálního stylu UK
- Návrh budoucích log fakult/součástí UK

5.3 Organizační struktura UK

Informace o organizační struktuře zadavatele naleznete zde: <https://cuni.cz/UK-4064.html>

5.4 Nový claim UK

Spojujeme staletí, tvoříme budoucnost od roku 1348 / Univerzita Karlova – Spojujeme staletí, tvoříme budoucnost od roku 1348