**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 Ministerstvem práce a sociálních věcí 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)
* zajištění informací a informačních materiálů 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. Přihláškový 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 i zajištění informací a informačních materiálů pro pracovníky na místním pracovišti Úřadu práce.

Roadshow ve firmách bude probíhat především na bázi osobního setkání se zástupci firem, kterému bude předcházet informační e-mail a telefonický rozhovor. Firmy budou oslovovány 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** (viz. Příloha č. 3 Vstupní analýza). 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 tématikou 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.

1. 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.
2. Po zahájení stáží bude docházet k informování o dosavadních poznatcích z praxe. Hlavní sdělení se bude soustřeďovat i na další aspekty dalšího vzdělávání.
3. 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 se bude modifikovat s ohledem na vývoj v projektu, další informace jsou uvedeny v harmonogramu níže.

**Květen 2012 – červen 2012** – Zahájení přípravy a realizace tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude i pořádání seminářů pro příslušníky cílové skupiny a zajištění informací a informačních materiálů na Úřadech práce. Tato roadshow bude následně realizována i v dalších měsících v průběhu projektu – viz. dále.

**Od června 2012** – Zahájení Roadshow ve firmách – pravidelná realizace setkávání se zástupci firem, která budou prováděná pravidelně **po celou dobu projektu**.

**Červen 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.

**Červen - červenec 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.

**Říjen 2012 – červen 2013**

**1. vlna informační kampaně, rozdělená na čtyři dílčí části:**

*Jednotlivé dílčí části této vlny kampaně jsou plánovány v měsících: říjen – listopad, prosinec – leden, březen – duben a květen – červen. Zaměří se nejprve na seznámení všech cílových skupin s možností zapojení do projektu formou absolvování stáže, na poskytovatele stáží pro zvýšení jejich ochoty stáže nabídnout, dále reagovat na změny na pracovním trhu, které nastávají na přelomu kalendářního roku (zvýšení nezaměstnanosti a tedy i možnost oslovit další potenciální stážisty) a celkové zvýšení motivace cílových skupin k absolvování stáží.*

* vysílání TV spotů (spoty zaměřené na jednotlivé cílové skupiny, tj. absolventy, nezaměstnané, osoby vracející se na trh práce, osoby se zájmem o další kariérní vzdělávání a firmy)
* vysílání rozhlasových spotů (stejné rozdělení jako TV spoty)
* publikování propagačních textů a PR textů k projektu a redakčních materiálů k projektu vztažených v tištěných médiích; jednak s využitím standardních reklamních ploch, jednak v podobě speciálních tématických 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 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

**Září – říjen 2012** - Realizace tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude pořádání seminářů pro příslušníky cílové skupiny a zajištění informací a informačních materiálů na Úřadech práce.

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

**Únor – červen 2013** - Realizace tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude pořádání seminářů pro příslušníky cílové skupiny a zajištění informací a informačních materiálů 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

**Září 2013 – červen 2014**

**2. vlna informační kampaně, rozdělená na pět dílčích částí:**

*Jednotlivé dílčí části této vlny kampaně jsou plánovány v měsících: září – říjen, prosinec – leden, březen – duben a květen – červen. Opět bude cílit na seznámení všech cílových skupin s možností zapojení do projektu formou absolvování stáže, na poskytovatele stáží pro zvýšení jejich ochoty stáže nabídnout, dále opět reagovat na změny na pracovním trhu, které nastávají na přelomu kalendářního roku (zvýšení nezaměstnanosti a tedy i možnost oslovit další potenciální stážisty) a celkové zvýšení motivace cílových skupin k absolvování stáží. Zároveň bude obsahovat i obecnější imageovou kampaň (souběžně cca v říjnu v začátku druhé vlny kampaně). Kampaň v TV a rozhlasu bude probíhat pouze do června 2014, dále již jen v tištěných a online médiích.*

* vysílání mixu TV spotů
* vysílání mixu 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 tématických 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 relevantní pracoviště Úřadu práce, popř. do center pro rodiče na rodičovské dovolené

**Září – říjen 2013** - Realizace tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude 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.

**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** - Realizace tzv. „Roadshow“ ve vybraných obcích 13 krajů ČR. Součástí Roadshow bude 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.)

**Září 2014 – říjen 2014**

**3. vlna informační kampaně, rozdělená na dvě dílčí části:**

*V této vlně bude probíhat především kampaň zaměřená na výsledky projektu, spojená s klasickou imageovou kampaní na podporu vzdělávání formou stáží.*

* 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.