

Vysoká škola:
UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ

Rozvojový projekt na rok 2019

Formulář pro centralizované rozvojové projekty

Tematické zaměření:	a) rozvoj systému vnitřního hodnocení kvality vzdělávací a/nebo tvůrčích činností s důrazem na zapojení všech aktérů; b) rozvoj opatření na snižování studijní neúspěšnosti e) pořádání festivalů, přehlídek, výstav a dalších obdobných akcí mající mimořádný charakter; f) posilování regionálního působení vysokých škol a zvyšování společenské odpovědnosti vysokých škol
----------------------------	---

Název projektu:

Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd

Období řešení projektu:	Od: 1. 1. 2019	Do: 31. 12. 2020
--------------------------------	-----------------------	-------------------------

Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu v roce 2019 ukazatel I (v tis. Kč):

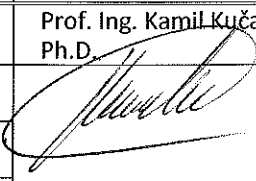
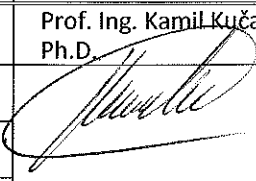
	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Na celý projekt (vyplní pouze koordinátor)	2 500	2 500	0
Na dílčí část předkládající vŠ	1 115	1 115	0

ZÁKLADNÍ INFORMACE

Koordinátor celého projektu

Jméno	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.
Škola	Univerzita Hradec Králové

Zúčastněné školy:	Ostravská univerzita Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem
--------------------------	--

	Řešitel předkládané díleční části	Kontaktní osoba	Rektor	Razítko školy
Jméno:	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.	Prof. Ing. Kamil Kuča, Ph.D.	 Univerzita Hradec Králové Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové IČ: 62690094, DIČ: CZ62690094
Podpis:				
Škola:	Univerzita Hradec Králové			
Adresa/Web:	Rokitanského 62 500 03 Hradec Králové III www.uhk.cz	Rokitanského 62 500 03 Hradec Králové III www.uhk.cz		
Telefon:	+420 49 333 1260	+420 49 333 1260		
E-mail:	jan.prouza@uhk.cz	jan.prouza@uhk.cz		

Vyplní pouze koordinátor projektu

CHARAKTERISTIKA CELÉHO PROJEKTU

**Anotace
a popis celého
projektu**

Předkládaný projekt reaguje na uměle vytvářený negativní obraz studentů a absolventů humanitních a společenských věd ve veřejném prostoru a snahu o stigmatizaci humanitního a společenskovedního vzdělávání jako neperspektivního vysokoškolského sektoru.

Hledá společensky akceptovatelné řešení situace, kdy je cíleně podporována a finančně subvencována preference přírodovědného a technického vzdělávání, a to nejen ze strany státu, ale též samospráv. Potenciální absolvent humanitních a společenskovedních oborů (dále HaSVO) je tak a priori sociálně diskvalifikován označením za budoucího adepta úřadu práce či je degradována jeho kvalifikace.

Tento dominující diskurz negativně ovlivňuje potenciál významu vysokoškolského vzdělávání v HaSVO, a nepřímo tak ideologizuje a dehumanizuje veřejný prostor striktním zaměřením na potřeby „výrobního sektoru“. Projekt hledá na základě odborných analýz způsoby a formy, jak tomuto v ČR převládajícímu diskurzu efektivně čelit, či jej dokonce zvrátit.

Za jeden z hlavních cílů si projekt klade podporu přímé interakce především mezi trhem práce (zaměstnavateli) a zainteresovanými vysokými školami za účelem zvýšení kvality vzdělávací činnosti, zejména v oblasti nastavení a optimalizace profesní přípravy budoucích absolventů humanitně zaměřených fakult. Současně projekt poskytuje prostředky k vytvoření efektivních nástrojů k posílení pozitivního vnímání HaSVO ve veřejném prostoru, a tím nepřímo ke zvýšení prestiže studia a kvality studentů a absolventů za pomoci příkladů dobré praxe. V této rovině projekt cílí na veřejnost, zaměstnavatele, střední školy, uchazeče i absolventy.

Společný postup na poli zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd bude založen na výsledku sociologického šetření, které si klade za cíl identifikovat především požadavky zaměstnavatelů na absolventy mimo jiné za účelem efektivní přípravy studentů ve vztahu k požadavkům na trhu práce a autonomního šetření zapojených VŠ do projektu za účelem zvýšení marketingového potenciálu humanitních věd na základě dobré praxe ze zahraničí.

Jako nástroje jsou navrhovány následující společné kroky vycházející ze závěrů výše zmíněných šetření:

Bude realizována mediální kampaň za účelem přiblížení úspěšných absolventů HaSVO veřejnosti a uchazečům, jejím cílem bude především změnit vnímání humanitních oborů. Vše doplní společný marketingový postup zapojených filozofických fakult za účelem šíření pozitivního obrazu HaSVO prostřednictvím sociálních sítí, médií a ve veřejném prostoru.

K podpoře bude vytvořen společný webový portál, který umožní prezentovat pozitivní obraz HaSVO (např. prostřednictvím příkladů úspěšných absolventů humanitních fakult), představit výsledky výše uvedených sociologických šetření a vytvořit společnou platformu pro oslovení potenciálních uchazečů o studium HaSVO.

Výsledky šetření, zejména požadavky zaměstnavatelů vůči kompetencím absolventů HaSVO, budou zohledněny při inovaci předmětů příslušných studijních programů. Tento koncept umožní v dlouhodobém horizontu zvýšit uplatnitelnost absolventů na trhu práce.

Přehled o řešení projektu v roce 2018	Nejedná se o pokračující projekt.	
	Cíle stanovené v návrhu projektu	Plnění plánovaných cílů a kontrolovatelných výstupů k datu předání této žádosti
	Cíl	x
	Cíl	x
	Přehled čerpání finančních prostředků k datu předání této žádosti	Projekt financován od
	Projekt nebyl doposud řešen	
Zdůvodnění projektu/ analýza potřeb/ popis současného stavu oblasti, na kterou je projekt zaměřen.	Přirozený demografický vývoj způsobil úbytek počtu uchazečů o vysokoškolské vzdělání. Pokles uchazečů o studium humanitních oborů navíc nekopíruje demografickou křivku, ale je ještě dramatičtější, mj. i v důsledku stigmatizace převládajícího diskurzu o praktické nevyužitelnosti těchto oborů. Většina strategických dokumentů, ve kterých se ČR zavázala postupovat na poli vzdělávání mladých lidí v souladu s mezinárodním konsensem (<i>Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2015–2020, Strategie mezinárodní konkurenceschopnosti České republiky pro období 2012 až 2020</i>), predefinuje volbu budoucího povolání s ohledem na požadavky trhu práce, respektive sleduje za cíl především hospodářský rozvoj v krátkodobém či střednědobém horizontu.* Ačkoli se v časově limitovaném a sociálně zjednodušeném rámci zdá tato podmínka plně relevantní, vedla by k tomu, že jiné než přírodovědné a technické obory nebudou podporovány a budou neoprávněně vnímány jako společensky nepotřebné či dokonce společnost zatěžující, ačkoli právě absolventi HaSVO disponují vysokou mírou flexibility na trhu práce danou především jejich jazykovými kompetencemi, soft-skills, schopnostmi kritického myšlení atp. Právě s tímto přístupem spojená dehumanizace veřejného prostoru je však příčinou mnoha negativních jevů ve společnosti (nízká participace mladých lidí na veřejném životě, nízká volební účast) zejména u cílové skupiny mládeže a potažmo ve společnosti jako celku. Nízká nezaměstnanost a hlad zaměstnavatelů po technicky zaměřených pracovnících pokrývá pracovní trh, a tím i nepřímo „trh uchazečů“ o studium. Cílená subvence samospráv ve formě stipendií pro žáky zejména technických oborů dlouhodobě způsobuje výkyv na trhu uchazečů o vysokoškolské studium humanitních oborů. Tyto obory jsou ve společnosti označovány jako zbytečné či dokonce zbytečné bez ohledu na to, jaká je jejich reálná uplatnitelnost na trhu práce. Všeobecná stigmatizace vede k negativnímu vnímání všech humanitních fakult veřejností, ačkoli právě tyto fakulty mají ve společnosti nezastupitelnou roli. Pokud bychom reflektovali vliv na celkový obraz společnosti mladých lidí, jsou to pak zejména humanitní fakulty, které pokračují v naplňování <i>Koncepce podpory mládeže České republiky na období 2014–2020</i>, a to ve strategických cílech této politiky č. 8–13. Nezastupitelná je pak v případě humanitních fakult zejména jejich uplatnitelnost v oblasti tzv. třetí role vysokých škol, která je patrná zejména z pohledu sociální koheze, mezigenerační soudržnosti, participace humanitních a společenskovedních fakult na veřejném životě, při uchovávaní kulturních a duchovních hodnot společnosti či při akcentaci trvale udržitelného rozvoje společnosti. Zaměstnavatelé velmi často potřebují pro svůj další rozvoj vedle technických profesí také kvalitní personální zajištění v nevýrobních činnostech a právě v této oblasti mohou humanitní fakulty nabídnout kvalifikované pracovníky, které tak nelze podceňovat z hlediska oborové charakteristiky. Absolventi HaSVO mohou být schopni na tyto potřeby zaměstnavatelů efektivně reagovat již během svého studia. Ačkoli probíhala či probíhá šetření mezi absolventy vysokých škol (např. Reflex 2013, PedF UK; Absolvent 2018, Centrum pro studium vysokého školství), tak tato šetření řešily problematiku absolventů centrálně napříč vědními obory. Jádrem tohoto projektu je však cílení především na humanitní a společenskovední obory (HaSVO) a pohled zaměstnavatelů na jejich kompetence. Výsledky šetření, které realizují jiné subjekty, budou v tomto projektu také zohledněny. <i>*Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy České republiky na období 2015–2020, s. 21.</i>	
Cíl projektu. Popis cílového stavu, kterého má být řešením projektu dosaženo.	Hlavním cílem projektu je meziuniverzitní spolupráce humanitních fakult za účelem zvýšení kvality budoucích absolventů humanitních fakult na základě přímé interakce a komunikace se zaměstnavateli a stakeholdery, která přispěje ke zlepšení postavení humanitních fakult ve veřejném prostoru. Cílovým stavem je nastavení nových mechanismů v přístupu ke vzdělávání, které nehegemonizují jednu konkrétní oblast vzdělávání na základě mediálního obrazu a kompetenčně zaměřené volitelné oblasti studijních programů. Inovací příslušných studijních předmětů pomůžeme reflektovat požadavky zaměstnavatelů a umožníme tak studentům zvyšování jejich uplatnitelnosti dle požadavků trhu práce.	

	Cílovým ukazatelem je informovaný uchazeč o studium, který je orientován v relevantní nabídce humanitního a společenskovedního vzdělávání, které je v souladu s požadavky trhu práce v tomto sektoru. Tento uchazeč bude mít možnost během svého studia na požadavky trhu práce reagovat adekvátním výběrem volitelných předmětů, které mohou klíčově ovlivnit jeho budoucí požadované kompetence.
Popis skupiny cílové	Základními cílovými skupinami projektu jsou: uchazeči o studium, absolventi humanitně zaměřených fakult a obecně též celá veřejnost. Uchazeči o studium – žáci středních škol, kteří se rozhodují o volbě budoucího povolání, resp. vysoké školy. Budoucí absolventi, resp. studenti vysokých škol – podpora studentů při přípravě na budoucí uplatnění na trhu práce a při hledání zaměstnání po ukončení studia. Veřejnost – šíření povědomí o podobě a náplni studia HaSVO, informování veřejnosti o praktické využitelnosti studia HaSVO, podpora pozitivního mediálního obrazu humanitních fakult, resp. HaSVO a akcentace jejich společenského významu.
Rozsah aktivit celého projektu. Popis aktivit celého projektu, kterými má být dosaženo stanovených cílů a kontrolovatelných výstupů.	• Sociologické šetření ○ Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR - Očekávání zaměstnavatelů vůči absolventům HaSVO, profil ideálního absolventa HaSVO z pohledu kompetencí. Zaměří se na poměr mezi profesními a všeobecnými kompetencemi. Výzkum nebude regionálně omezen, ale bude se soustředit na řešení zadané problematiky na území celé ČR, aby výsledky byly reprezentativní a přenositelné. Z tohoto důvodu bude výzkumná metoda v kompetencích návrhu dodavatele na způsob řešení tohoto problému, úkolem realizačních týmů zapojených univerzit bude definovat problematiku ve vztahu k HaSVO vycházející z jejich zkušeností. • Vlastní šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí ○ Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí - Cílem této analýzy je získat inspiraci pro propagaci HaSVO z dobré zahraniční praxe. Realizační týmy zapojených univerzit se budou podílet na výběru relevantního výzkumného vzorku (zemí a univerzit) a provedou a vyhodnotí výzkum. Hlavním úkolem bude zaměřit se především na to, jakým způsobem se v zahraničí prezentují humanitní fakulty a obory a jakým způsobem budují pozitivní obraz ve veřejném prostoru (prostřednictvím sociálních sítí, webových prezentací, mediálních výstupů a dalších). Jako nástroj podpory implementace změny jsou pro rok 2019 navrhovány tyto kroky: • Tvorba společné webové platformy humanitních fakult Společná webová stránka umožní prezentovat pozitivního obraz HaSVO, např. prostřednictvím příkladů úspěšných absolventů humanitních fakult ("Success Stories"); představit výsledky výše uvedeného sociologického šetření a vytvořit společnou platformu pro oslovení potenciálních uchazečů o studium HaSVO. Výstupy této aktivity mohou být prezentovány uchazečům na veletrzích pro ně určených, např. Gaudeamus a budou tvořit základ pro přípravu související mediální kampaně. • Mediální kampaň Společný postup zapojených filozofických fakult za účelem šíření pozitivního obrazu HaSVO prostřednictvím sociálních sítí, médií a ve veřejném prostoru („pozitivní branding HaSVO“). Předpokládá se využití takových informačních kanálů, které nejvíce korespondují s cílovými skupinami projektu (tato část kampaně bude zaměřena na přímou interakci s uchazečem pomocí mediálního prostředí – sociální sítě např. Facebook, Twitter, LinkedIn; dále tiskové zprávy, rozhovory, videospoty či propagační přednášky). Výstupy této aktivity budou připraveny pro prezentaci uchazečům na pro ně určených akcích. Součástí bude rovněž monitoring tisku pro sledování dopadu aktivit.

Vztah projektu k prioritám Dlouhodobého záměru ministerstva, Plánu realizace pro rok 2019 a Vyhlášení Centralizovaného rozvojového programu pro veřejné vysoké školy pro rok 2019	Předkládaný projekt je komplementární s cílem Dlouhodobého záměru a jeho plánem realizace na rok 2019, zejména: s Prioritním cílem 2: Diverzita a dostupnost: <i>Vysoké školy budou nabízet široký a diverzifikovaný přístup ke kvalitnímu vzdělávání. Vzdělávací nabídka vysokých škol bude reflektovat potřeby, zájmy a možnosti široké populace studentů, včetně výjimečně nadaných. Diverzifikované vzdělávání umožní dosažení zřejmé přidané hodnoty pro znalosti, dovednosti a kompetence všech studentů, bez ohledu na jejich sociální a ekonomické zázemí, věk, národnost, předchozí vzdělávací či profesní zkušenost nebo zvláštní potřeby způsobené zdravotními či jinými obtížemi.</i> 1. Zvýšit cílenou kampaní informovanost studujících na středních školách o základních podmínkách studia na vysoké škole s cílem předcházet špatné volbě studijní dráhy a snížit studijní neúspěšnost v prvních ročnících studia (např. zřízení speciální sekce na webu MŠMT, spolupráce s Národním informačním centrem mládeže). Současně intenzivněji rozvíjet spolupráci s orgány zodpovědnými za obsah výuky ve středním školství se snahou usnadnit přechod studujících na vysokou školu. Jedním z cílů projektu je zvýšení informovanosti uchazečů o studium i veřejnosti o humanitních a společenských oborech, o nabídce konkrétních předmětů, praxí, zahraničních studijních a pracovních pobytech. Uchazečům tak bude usnadněna volba zaměření vysokoškolského studia, čímž dojde ke snížení studijní neúspěšnosti v prvních ročnících. Tyto informace budou nabídnuty i studijním poradcům na středních školách za účelem zlepšení povědomí o studiu HaSVO. s Prioritním cílem 4: Relevance: <i>Vysoké školy budou ve své činnosti reflektovat aktuální společenský vývoj, nejnovější vědecké poznatky a potřeby partnerů. Vysoké školy budou v těsném a oboustranně otevřeném kontaktu s partnery na lokální, národní i mezinárodní úrovni, s absolventy, zaměstnavateli, vědeckými a akademickými institucemi i s neziskovým sektorem a veřejnou správou.</i> Předkládaný projekt podporuje a proaktivně nabízí dialog mezi vysokými školami a zaměstnavateli, resp. zaměstnavateli a absolventy, čímž pomáhá zvýšit uplatnitelnost a úspěšnost absolventů. Nezastupitelnou roli v tomto ohledu zastává zejména získání zpětné vazby z pracovního trhu, která může zúčastněným fakultám posloužit ke zkvalitnění profesní přípravy studentů HaSVO. Pakliže bude moci být projekt realizován také v následujícím roce, bude tento cíl akcelеровán realizací odborných panelů se zaměstnavateli a burzami práce. Získaná data budou rovněž uplatněna při propagaci HaSVO v rámci mediální kampaně a při tvorbě obsahu webové platformy. s Prioritním cílem 6: Rozhodování založené na datech: V souladu s tímto prioritním cílem usiluje předkládaný projekt o využití dat získaných ze sociologických analýz k podpoře informovanosti uchazečů o studium a veřejnosti o HaSVO, zkvalitnění profesní přípravy studentů na zúčastněných fakultách, usnadnění uplatnění absolventů na trhu práce, zvýšení jejich úspěšnosti v profesním životě a ke snaze o naplnění nároků zaměstnavatelů vůči absolventům.
Soulad projektu s Dlouhodobým záměrem univerzity na období 2016 - 2020 a Plánem realizace univerzity pro rok 2019	Projekt koresponduje s prioritami a dílčími i dlouhodobými cíli zapojených univerzit, jejichž synergií s těmito cíli dokládáme níže. Předkládaný projekt je v souladu s Dlouhodobým záměrem Univerzity Hradec Králové na období 2016–2020 zejména v těchto prioritních oblastech a s těmito dílčími cíli: Priorita 1: Vzdělávání (P1) P1/DC1: Inovace studijních programů – podle požadavků praxe, pro zvýšení kvality, spolupráce s odběratelskou sférou, prostupností oborů atd. DC1-3 Pokračování v procesu inovace studijních oborů: <i>Pokračovat v modernizaci obsahu studia v návaznosti na vývoj vědních oborů a požadavků praxe, a to zejména cestou zkvalitňování studijní dokumentace, zkvalitňování studijních opor a výukových pomůcek nebo cestou zřizování a zkvalitňování dalších nástrojů a struktur vedoucích k tomuto cíli.</i> Sociologická analýza zahrnutá v tomto projektu (analýza potřeb zaměstnavatelů) má pro budoucí inovace studijních programů na FF UHK klíčový význam. DC1-5 Zvýšení propojení studia s odběratelskou sférou: <i>V souvislosti s potřebami regionálních i nadregionálních firem, organizací a subjektů veřejné správy vytvářet a realizovat studijní obory dle jejich specifických potřeb. Na základě potřeb praxe reagovat úpravami struktury a obsahu studijních oborů, aby více naplňovaly potřeby trhu. Systematicky pracovat a komunikovat s nejdůležitějšími zaměstnavateli absolventů UHK a s radami pro spolupráci s praxí.</i> Relevantní zpětná vazba vzešlá ze sociologického šetření (požadavky zaměstnavatelů vůči kompetencím absolventů HaSVO), budou zohledněny při inovaci předmětů příslušných studijních programů FF UHK, což umožní zvýšit konkurenceschopnost budoucích absolventů na trhu práce. DC1-6 Rozvoj studentských stáží a praxí <i>V návaznosti na požadavky praxe rozšiřovat možnost či povinnost studentských stáží a praxí v rámci studia i mimo něj. Rozšiřovat a zkvalitňovat systém akreditovaných pracovišť praxe a fakultních škol.</i> Zefektivnění kontaktu s potenciálními zaměstnavateli absolventů povede k rozšíření a zkvalitnění sítě partnerských institucí poskytujících studentům FF UHK možnost vykonávat praxe a stáže. Cílené propojování úspěšných absolventů se stávajícími studenty povede mimo jiné k rozšiřování nabídky praxí.

P1/DC 2 Celoživotní vzdělávání

DC2-3 Rozvoj aktivit a spolupráce s uchazeči o studium

Na všech součástech se systematicky zaměřit na přípravu budoucích uchazečů, např. v rámci přípravných kurzů, letních škol, podpory středoškolských soutěží či jiných specializovaných akcí pro potenciální uchazeče o studium.

Webová platforma a sociální sítě poslouží jako nástroje komunikace se studenty SŠ vedoucí k jejich přesnějšímu obrazu toho, co mohou studiem daných oborů FF UHK získat pro své budoucí uplatnění.

Priorita 2: Věda a výzkum (P2)

P2/DC1: Analýza a výběr výzkumných oblastí excelence jednotlivými součástmi univerzity

DC1-4 Spolupráce s aplikační sférou

Podporovat spolupráci s veřejnou správou a podnikatelským sektorem (propojení základního a aplikovaného výzkumu a experimentálního vývoje). V souladu s požadavky v regionu a sledováním stavu techniky rozvíjet nové výzkumné obory, mít pozitivní vliv na rozvoj regionu. Získání strategických podniků a institucí ke spolupráci.

Díky komunikaci s aplikační sférou zahrnutou v tomto projektu dojde i ke zkvalitnění v oblasti vědy a výzkumu, a to posílením kontaktů s oblastí aplikovaného výzkumu a získání nových kvalitních institucí ke spolupráci.

Priorita 5: Třetí role UHK, propojení s praxí (P5)

P5/DC1: Uplatnitelnost absolventů na trhu práce

Provést kompletní revizi plánu uplatnitelnosti a profilu absolventa na všech součástech u bakalářských a magisterských studijních oborů. Současně dokončit a prohloubit rozbor a identifikaci požadavků odběratelské sféry.

Výstupy zohledňující zvýšení uplatnitelnosti na trhu práce absolventů FF v kontextu požadavků odběratelské sféry je klíčovou součástí projektu.

P5/DC2 Oblast PR, propagace a komunikace

DC2-1 Budování a posilování značky univerzity v regionu, národním měřítku i v zahraničí (tzv. brand)

Posilovat pozici univerzity jako kulturního, vzdělávacího a sportovního centra regionu prostřednictvím aktivit a akcí, které osloví a zaujmou vedle absolventů i širší veřejnost. Postupné zvětšování podílu spontánní přítomnosti UHK v médiích a veřejném prostoru vahou témat a záběrem svých činností v poměru k placené inzerci, reklamě a PR textům.

Klíčové aktivity projektu směřují k posílení a jasnému definování univerzity v oblasti HaSV oborů, jeho součástí je rovněž systematická mediální kampaň.

DC2-2 Komunikace výzkumného potenciálu a vědeckých výsledků univerzity směrem k široké veřejnosti
Zařazení komunikace vědy do systému základních činností univerzity jako jedné z oblastí plnění tzv. třetí role vysokých škol a propagace.

Propojení s odběratelskou sférou je založeno na prezentaci tvůrčí činnosti univerzity v HaSV oborech. Integrální součástí projektu je komunikace tvůrčí činnosti univerzity směrem k dílčím cílovým skupinám i široké veřejnosti.

DC2-3 Komunikace studijního a vzdělávacího potenciálu UHK v kontextu udržení zájmu o studium, vytvoření realistického očekávání uchazečů a podpory jejich rozhodování o volbě vhodného studijního oboru.

Kláse důraz na přechod od prosté reklamní podpory k cílené osvětě, popularizaci oborů mezi studenty a žáky a popularizaci jednotlivých vědních disciplín v těsném kontaktu s dílčími specializovanými pracovišti a jejich osobnostmi z řad odborného personálu.

Projekt klade důraz na komunikaci studijního a vzdělávacího potenciálu instituce ve vztahu k budoucímu uplatnění jejich absolventů.

- Projekt koresponduje s prioritami a dílčími cíli **Dlouhodobého záměru Ostravské univerzity na období 2016–2020**, jehož vybrané priority (P) a dílčí cíle (DC) rozvíjí ve vztahu k filozofické fakultě:

Prioritou je především rozvoj komunikace se strategickými partnery (zaměstnavatelé, instituce primárního a sekundárního vzdělávání, neziskové organizace, subjekty veřejné správy) v regionu. Získaná zpětná vazba bude využita také k hodnocení a úpravě profilu absolventa filozofické fakulty jako nedílné součásti moderní společnosti.

Cílem strategických plánů univerzity i vlastní aktivity fakulty je především rozvoj znalostí, jazykových kompetencí a měkkých dovedností („soft skills“) studentů (kreativita, flexibilita, kritické myšlení, týmová spolupráce, podpora celoživotního vzdělávání, sebe prezentace na trhu práce) i podpora vnímání filozofické fakulty jako kvalitní vzdělávací instituce přispívající k humanizaci společnosti.

P1: Kvalitním studiem ke vzdělanosti

DC 3: Uplatnitelný absolvent = flexibilní absolvent

Ostravská univerzita pravidelně monitoruje formou dotazníkových šetření a SWOT analýzami situaci v jednotlivých oblastech své činnosti (analýza přijímacího řízení na OU, analýza doktorského studia,

analýza celoživotního vzdělávání). Z těchto analýz vyplývá, že OU je sice silnou v oblasti propojování centrálních cílů vzdělávací politiky ČR s požadavky zaměstnavatelů na regionální úrovni, data jsou však agregována za univerzitu jako celek. Teprve v počátcích je analýza úspěšnosti absolventů filozofické fakulty na trhu práce nejen ve vztahu k Ostravské univerzitě a regionu, ale především ve vztahu k filozofickým fakultám mimo centra.

Opatření 1. 3. 3: Vytvoření systému zapojení relevantních partnerů do procesu inovace a evaluace studijních programů prostřednictvím pravidelných výzkumů uplatnění absolventů, zapojení relevantních zaměstnavatelů, definování kompetencí u typových pracovních pozic apod.

Indikátory: míra nezaměstnanosti absolventů OU, pravidelné výzkumy uplatnitelnosti absolventů formou dotazníkových šetření, zavedení pravidelné evaluace studijních programů ze strany absolventů OU.

P2: Excelentní vědou k rozvoji poznání

DC3: Věda pro společnosti (transfer poznatků do aplikační sféry)

Opatření: 2. 3. 3: Aktivní diseminace a propagace možností spolupráce kvalitních týmů prostřednictvím nové PR strategie včetně burzy práce, poptávky po spolupráci in/out

Opatření 2. 3. 4: Organizace workshopů, kulatých stolů a diskuzních fór se zástupci aplikované sféry

Opatření 2. 3. 5: Systematická podpora výzkumných aktivit studentů orientovaných na praxi a potřeby místního regionu.

Díky komunikaci s aplikační sférou dojde ke zkvalitnění v oblasti vědy a výzkumu a to posílením kontaktů s oblastí výzkumu a především k seznámení aplikační sféry s výsledky výzkumu na filozofické fakultě, které mají společenskou relevanci a potenciál k uplatnění v praxi.

P5: Komunikace jako základ spolupráce

DC 2: Vnější komunikace jako brána do společnosti

Slabou stránkou univerzity, filozofické fakulty nevyjímaje, zůstává její vnější prezentace. Stále se potýká s nedostatky ve způsobu vnější prezentace, které se projevují například malou informovaností o její existenci a aktivitách, s čímž souvisí také neinformovanost potenciálních uchazečů o studium. Tato neinformovanost o profilu absolventa FF OU zhoršuje postavení absolventa FF OU na trhu práce (neinformovanost zaměstnavatelů). Na druhé straně také snižuje počet potenciálních uchazečů o studium a zvyšuje míru neúspěšných studentů (např. špatně zvolený studijní program).

Za účelem eliminace těchto jevů rozvíjí univerzita mimo jiné odbornou poradenskou činnost v rámci Akademického poradenského a informačního centra (APIC), jehož cílem je poskytování komplexních kariérních, studijních i sociálně-právních služeb.

Opatření 5. 2. 3: Vytvoření sítě odborných redaktorů za účelem pravidelné populárně naučné prezentace univerzitních vzdělávacích a vědeckých aktivit.

Opatření 5. 2. 5: Systematické využívání sociálních sítí ke komunikaci s odpovídajícími cílovými skupinami.

Opatření 5. 2. 6: Vytvoření funkčního systému přenosu informací a koordinace aktivit v PR oblasti mezi fakultou a rektorátními PR útvary.

- Projekt koresponduje s prioritami a dílčími cíli **Dlouhodobého záměru Univerzity Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem na období 2016–2020** zejména v těchto prioritních oblastech a s těmito dílčími cíli:

Priorita 1: Kvalita

Cíl: Nastavit a udržovat vysoké standardy kvality všech činností univerzity, včetně nároků na znalosti, dovednosti a kompetence absolventů a na kvalitu tvůrčích výstupů

1.4 V systému vnitřního zajišťování a hodnocení kvality zajistit vyváženou roli relevantních aktérů (v případě vzdělávací činnosti studentů, absolventů, akademických a neakademických pracovníků a zástupců zaměstnavatelů, v případě tvůrčí činnosti uživatelů výsledků a odborných partnerů a v případě třetí role sociálních partnerů). Dotazníkové šetření provedené v rámci projektu (analýza potřeb zaměstnavatelů a studie sledující uplatnění absolventů) umožní relevantní zapojení názorů zaměstnavatelů do přípravy a inovace studijních programů, které FF UJEP vidí jako klíčové.

1.11 Pro podporu pozitivního vnímání univerzity systematicky rozvíjet univerzitní Oddělení marketingu a propagace zodpovědné za koordinaci přípravy a kontrolu relevantních výstupů UJEP. Rozšířit portfolio využívaných komunikačních nástrojů, zintenzivnit komunikaci s médii a budovat media relations. Webová platforma a jednotlivé prvky plánované mediální kampaně přispějí k rozšíření kanálů, jimiž FF UJEP bude moci oslovovat budoucí uchazeče o studium, potenciální zaměstnavatele absolventů, ale i širší veřejnost s cílem šíření pozitivního obrazu HaSVO.

Priorita 2: Kvalitní vzdělání

Cíl: Rozvinout systém vnitřního zajišťování a hodnocení kvality vzdělávací činnosti univerzity, ve kterém je kvalita vzdělávací činnosti chápána nejen jako přidaná hodnota pro každého studenta jednotlivě, ale i jako míra, v níž znalosti, dovednosti a kompetence absolventa (včetně kompetence nezávisle a kriticky přemýšlet o společnosti a aktivně přispívat k jejímu rozvoji) odpovídají potřebám společnosti v 21. století a jsou v souladu s akademickými hodnotami.

2.3 Mezi klíčové procesy vnitřního zajišťování kvality vzdělávací činnosti zahrnout komunikaci s vnějšími partnery. Vnější partnery zapojit do přípravy a inovací studijních programů v rámci akreditačního a

	<i>reakreditačního procesu.</i> Sociologické šetření poskytne důležité poznatky od externích partnerů, které přispějí k inovaci studijních programů FF UJEP ve směru přiblížení očekávání zaměstnavatelů vůči absolventům HaSVO, a tento proces ještě dále prohloubí (r. 2020) případné plánované panelové diskuze do projektu zapojených filozofických fakult se zástupci zaměstnavatelů, či institucí samosprávy. Priorita 5: Relevance Cíl: Posilovat provázanost činností UJEP s partnery na lokální, národní i mezinárodní úrovni, s absolventy, zaměstnavateli, vědeckými a akademickými institucemi, s neziskovým sektorem a veřejnou správou. Ve své činnosti reflektovat aktuální společenský vývoj a nejnovější vědecké poznatky, rozvíjet celoživotní vzdělávání. 5.14 Pravidelně realizovat šetření mezi absolventy, vyhodnocovat jejich uplatnění, potřeby trhu práce a relevanci dosahovaných výsledků učení. Sociologické šetření přispěje k přípravě absolventů FF UJEP s ohledem na požadavky podnikatelské a nepodnikatelské sféry. 5.19 Příklady dobré praxe z uskutečněných inovací činností univerzity popularizovat, zajistit informovanost vnějších partnerů a veřejnosti o přínosných projektech realizovaných na UJEP. Webová platforma bude důležitým nástrojem, který umožní prezentovat pozitivní příklady činnosti FF UJEP a HaSVO jak v oblasti vzdělávací, tak tvůrčí činnosti, a tímto způsobem popularizovat jak činnost FF UJEP, tak oslovovat nové zájemce o studium HaSVO.																				
Detailní cíle celého projektu	Uvedte reálné, konkrétní a termínované cíle, kterých má být dosaženo.																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>č.</th><th>Cíle (přidejte řádky podle potřeby)</th><th>Termín</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>Realizace sociologického šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce</td><td>31. 12. 2019</td></tr> <tr> <td>2</td><td>Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)</td><td>31. 12. 2019</td></tr> <tr> <td>3</td><td>Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace</td><td>31. 12. 2019</td></tr> <tr> <td>4</td><td>Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru</td><td>31. 12. 2019</td></tr> </tbody> </table>	č.	Cíle (přidejte řádky podle potřeby)	Termín	1	Realizace sociologického šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce	31. 12. 2019	2	Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)	31. 12. 2019	3	Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace	31. 12. 2019	4	Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru	31. 12. 2019					
č.	Cíle (přidejte řádky podle potřeby)	Termín																			
1	Realizace sociologického šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce	31. 12. 2019																			
2	Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)	31. 12. 2019																			
3	Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace	31. 12. 2019																			
4	Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru	31. 12. 2019																			
Plnění kontrolovatelných výstupů celého projektu	Definujte konkrétní a měřitelné výstupy projektu, které budou výsledkem projektu.																				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>č.</th><th>Výstup projektu (přidejte řádky podle potřeby)</th><th>Cíl (uvedte číslo z předchozí tab.)</th><th>Termín</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td><td>Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR</td><td>1</td><td>31. 12. 2019</td></tr> <tr> <td>2</td><td>Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí</td><td>2</td><td>31. 12. 2019</td></tr> <tr> <td>3</td><td>Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a jejich aktivní prezentace na veřejných akcích</td><td>3</td><td>31. 12. 2019</td></tr> <tr> <td>4</td><td>Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity.</td><td>4</td><td>31. 12. 2019</td></tr> </tbody> </table>	č.	Výstup projektu (přidejte řádky podle potřeby)	Cíl (uvedte číslo z předchozí tab.)	Termín	1	Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1	31. 12. 2019	2	Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí	2	31. 12. 2019	3	Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a jejich aktivní prezentace na veřejných akcích	3	31. 12. 2019	4	Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity.	4	31. 12. 2019
č.	Výstup projektu (přidejte řádky podle potřeby)	Cíl (uvedte číslo z předchozí tab.)	Termín																		
1	Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1	31. 12. 2019																		
2	Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí	2	31. 12. 2019																		
3	Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a jejich aktivní prezentace na veřejných akcích	3	31. 12. 2019																		
4	Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity.	4	31. 12. 2019																		
Zdůvodnění řešení projektu ve spolupráci zapojených vysokých škol. Popis synergického efektu společného řešení.	Zapojené humanitní fakulty partnerských univerzit dlouhodobě a intenzivně problematiku tohoto projektu řeší. Vše se však děje převážně separovaně od okolního prostředí dalších univerzit a humanitních fakult, ačkoli základ problému je jim společný. Riziko konkurenčního prostředí až doposud bránilo podívat se na problém do hloubky a spolupracovat na řešení tohoto palčivého problému. Zvyšující se tlak na kvalitní absolventy humanitních oborů vybavené kompetencemi potřebnými na trhu práce, či přímo kompetencemi poptávané zaměstnavateli je v této době enormní. Humanitní fakulty zapojených univerzit se právě proto rozhodly tomuto tlaku čelit společně, neboť jak již dříve deklarovaly ve svých dlouhodobých prioritách – relevance je oním slovem, které výsledky projektu a zapojení partnerů spojuje. Bez ohledu na velikost zapojených univerzit, na jejich regionální či nadregionální charakter, chápeme tuto problematiku jako stěžejní pro nalezení kvalitního systému pro formování budoucích absolventů. Významná synergie v činnosti zde nastává zejména v případě uplatnitelnosti výsledků výzkumů, kdy partneři hodlají výsledky nejen vzájemně porovnávat, ale relevanci výsledku konfrontovat s očekáváním zaměstnavatelů vzešlých z uskutečněných šetření. Univerzita Hradec Králové představuje menší regionálně pojatou univerzitu, jejíž region a jeho pracovní trh je silně spjat s rychlým rozmachem dominantního automobilového výrobce v zemi a s tím spojenou poptávkou po technicky orientované pracovní síle, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem je také regionální univerzitou, jejíž lokální pracovní trh je ale silně ovlivněn přeshraniční ekonomikou a konečně největší z partnerů Ostravská univerzita zastupuje historicky silně průmyslově orientovaný moravskoslezský region. Ačkoli lokální determinanty jsou podobné, ve vzájemné																				

	komparaci řešení problému tkví pro zapojené univerzity významný přínos vzhledem k tomu, že vnitřní charakteristiky univerzit jsou rozdílné (regionální charakter UHK a UJEP a nadregionální charakter OU). Ačkoli v obecné rovině se požadavky na trhu práce v daných regionech příliš nemění, přichází univerzity v rámci tohoto projektu s novou vizí, jak reflektovat požadavky zaměstnavatelů a rovněž rehabilitovat budoucího absolventa humanitních fakult ve vnímání veřejnosti jako neperspektivního a nezaměstnaného. Společné definování průsečíků v případě sociologických šetření, spolupráce při budování dobrého jména absolventů humanitních fakult a také vůle reflektovat názory zaměstnavatelů i absolventů jsou hlavním synergickým efektem tohoto projektu. Relevantnost a univerzálnost výsledků zapojených škol podílejících se na řešení projektu jsou hlavním přínosem tohoto projektu. Projektové týmy zapojených univerzit hodlají tuto problematiku dále vzájemně řešit na společných projektových setkáních.	
Stručná charakteristika zapojení jednotlivých vysokých škol do řešení projektu (přidejte řádky dle počtu zapojených vysokých škol)	Název (zkratka) VŠ	Popis zapojení
	UHK, FF	Univerzita Hradec Králové je hlavním koordinátorem projektu, bude se aktivně podílet na všech plánovaných aktivitách projektu, bude spolupracovat na zadání sociologického šetření ve spolupráci s OU a UJEP a realizovat VZ na dodavatele tak, aby co nejvíce reflektovala poměry absolventů na všech zapojených univerzitách. Bude se ve spolupráci s partnery podílet na zpracování analýzy stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí (tj. dobré praxi ze zahraničí). Se svými partnery připraví a zajistí realizaci webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu absolventů tzv. „Success Stories“. Průběžně bude skrze média a sociální sítě veřejně publikovat výstupy podporující šíření pozitivního obrazu HaSVO ve vztahu k FF UHK a projektu.
	OU, FF	OU se bude aktivně podílet na všech plánovaných aktivitách projektu, bude spolupracovat na zadání sociologického šetření s UHK a UJEP. Bude se podílet na zpracování analýzy stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí (tj. dobré praxi ze zahraničí). Bude se spolupodílet na realizaci webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu absolventů tzv. „Success Stories“ humanitních oborů OU. Průběžně bude skrze média a sociální sítě veřejně publikovat výstupy podporující šíření pozitivního obrazu HaSVO ve vztahu k FF OU a projektu.
	UJEP, FF	UJEP se bude aktivně podílet na všech plánovaných aktivitách projektu, bude spolupracovat na zadání sociologického šetření s UHK a OU. Bude se ve spolupráci s partnery podílet na zpracování analýzy stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí (tj. dobré praxi ze zahraničí). Bude se spolupodílet na realizaci webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu absolventů tzv. „Success Stories“ humanitních oborů UJEP. Průběžně bude skrze média a sociální sítě veřejně publikovat výstupy podporující šíření pozitivního obrazu HaSVO ve vztahu k FF UJEP a projektu.
Zdůvodnění způsobu rozdělení rozpočtu mezi jednotlivé vysoké školy.	Zcela zásadní rozpočtovou položkou projektu je realizace sociologického šetření dodavatelskou formou. Z důvodu nutnosti realizovat VZ na dodavatele je tedy rozpočet ve vztahu mezi koordinátorem a partnery asymetrický v položce sociologické šetření a dále v položce pro tvorbu webové prezentace, jejíž tvorbu zajistí UHK. Na ostatních aktivitách projektu a tedy i jeho nákladech se pak podílí všichni zapojení partneři téměř rovnoměrně.	
Zdůvodnění výše požadovaných finančních prostředků jednotlivých vysokých škol do projektu	Název (zkratka) VŠ	Zdůvodnění
	UHK, FF	Připravuje a realizuje aktivity pod hlavní nákladovou položkou <i>Sociologické šetření</i> jako zadavatel. Z tohoto důvodu je příslušná částka alokována v rozpočtu UHK - přepočítává se částka 350tis. Kč na zpracování Analýzy potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR (nadregionální pojetí s celostátním dopadem); Mezi další náklady pak patří zejména mzdové náklady na realizační tým, včetně zákonných odvodů. Realizační tým (koordinátor, PR pracovník, projektově-administrativní pracovník) připravuje a realizuje aktivity v souvislosti s PR aktivitami, výzkumné činnosti Analýzy stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí a dále se podílí na definování zadání výzkumu ve spolupráci s týmy ostatních partnerů. Předpokládá se zejména zvýšený důraz na práci PR pracovníků, kteří aktivně komunikují se zástupci dotčených cílových skupin a jsou hlavními tvůrci mediálních výstupů. PR pracovníci také připravují komunikační plán ve vztahu k cílové skupinám v oblasti sociologického výzkumu a zapojují se do realizace pozitivního obrazu HaSVO pomocí „Success Stories“ i do celkové realizace podpůrné mediální kampaně. Aktivně vyhledávají úspěšné absolventy za účelem jejich cílené prezentace. Nezbytnou položkou rozpočtu UHK je i IT pracovník (tvůrce webu) a Grafik (tvůrce vizuálních výstupů).

		Pro účely koordinace aktivit jsou součástí rozpočtu náklady na cestovné a stravné pro členy RT, dále je rozpočtováno i cestovné, stravné a ubytování pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus, který se uskuteční na podzim roku 2019. Pro potřeby šíření mezi cílovou skupinou jsou nezbytnou položkou výdaje na propagaci (např. brožury, letáky, roll-upy, propagační předměty, placená inzerce na facebooku, monitoring tisku apod.) ve výši 60 tis. Kč. Tyto náklady zahrnují rovněž sponzoring cílených výstupů na sociálních sítích, aby byl efekt co nejdostupnější cílovým skupinám.
	OU, FF	Realizační tým OU se podílí na všech aktivitách projektu – součástí mzdových nákladů jsou tak platy koordinátora, PR pracovníka, projektově-administrativního pracovníka a Grafika, vč. zákonných odvodů. V oblasti sociologických šetření se zástupci OU účastní schůzek za účelem zadání šetření (koordinátor, PR pracovník, administrativně-projektový pracovník); připravují komunikační strategii vůči absolventům a uchazečům (koordinátor a PR pracovník), podílí se na distribuci výsledků výzkumu cílovým skupinám a promýšlí strategii jejího šíření (PR pracovník). Podílí se na zpracování výstupu <i>Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí</i> a na aktivním vyhledávání úspěšných absolventů za účelem jejich cílené prezentace. Připravují také mediální výstupy za účelem podpory pozitivního obrazu absolventů HaSVO (koordinátor, PR pracovník). S oběma partnery dále participuje na vizuálních výstupech na sociálních sítích, webu a dalších relevantních médiích (PR pracovník, Grafik) a aktivně připravují a využívají propagační nástroje ve vztahu k cílové skupině projektu (náklady propagace ve výši Kč 60 tis. Kč), zahrnující rovněž sponzoring cílených výstupů na sociálních sítích viz výše. Součástí rozpočtu jsou rovněž náklady na cestovné, stravné, příp. ubytování za účelem koordinačních schůzek RT projektu a cestovné, stravné a ubytování pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus.
	UJEP, FF	Realizační tým UJEP se podílí na všech aktivitách projektu - součástí mzdových nákladů jsou tak platy koordinátora, PR pracovníka, projektově-administrativního pracovníka a Grafika, vč. zákonných odvodů. V oblasti sociologických šetření se zástupci UJEP účastní schůzek za účelem zadání šetření (koordinátor, PR pracovník, administrativně-projektový pracovník); připravují komunikační strategii vůči absolventům a uchazečům (koordinátor a PR pracovník), podílí se na distribuci výsledků výzkumu cílovým skupinám a promýšlí strategii jejího šíření (PR pracovník). Podílí se na zpracování výstupu <i>Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí</i> a na aktivním vyhledávání úspěšných absolventů za účelem jejich cílené prezentace. Připravují také mediální výstupy za účelem podpory pozitivního obrazu absolventů HaSVO (koordinátor, PR pracovník). S oběma partnery dále participuje na vizuálních výstupech na sociálních sítích, webu a dalších relevantních médiích (PR pracovník, Grafik) a aktivně připravují a využívají propagační nástroje ve vztahu k cílové skupině projektu (náklady propagace ve výši Kč 60 tis.), zahrnující rovněž sponzoring cílených výstupů na sociálních sítích viz výše. Součástí rozpočtu jsou rovněž náklady na cestovné a stravné za účelem koordinačních schůzek RT projektu a na cestovné, stravné a ubytování pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus.
Organizace a řízení projektu	Za řízení a monitorování projektu je zodpovědný hlavní koordinátor projektu s koordinujícími řešiteli ostatních partnerských univerzit, jimiž jsou proděkané příslušných zapojených fakult. Všichni partneři jsou zapojeni do všech aktivit projektu a podílí se na realizaci všech výstupů vedoucích k naplnění cílů. Z tohoto důvodu se budou realizační týmy pravidelně scházet za účelem definování a koordinace dalšího společného postupu činností. Zcela zásadní je úvodní setkání realizátorů - zejména proděkanů, PR pracovníků a ustanoveného nezbytného podpůrného administrativně-projektového týmu. Předpokládá se rovněž průběžné využití Skype konferencí a konzultací. Zejména zahájení informační části kampaně bude koordinováno tak, aby zvýšilo synergický efekt tohoto cíle. Pravidelné dílčí zprávy a schůzky členů týmu na různých úrovních řízení projektu zajistí hladký průběh činností a jejich monitorování. Pravidelně se bude na schůzkách vyhodnocovat pokrok v naplňování cílů a výstupů projektu, případně se budou přijímat opatření k jejich zdárnému naplnění.	

Harmonogram	Pro každý výstup identifikujte hlavní činnosti, které povedou k jeho naplnění v harmonogramu.			
	č.	Hlavní činnosti (přidejte řádky podle potřeby)	Termín zahájení	Termín ukončení
	1	Koncepční příprava realizace na úrovni každého z partnerů	1. 1. 2019	31. 1. 2019
	2	Úvodní jednání realizačních týmů partnerů k zahájení realizace	15. 1. 2019	15. 2. 2019
	3	Koordinace a příprava sociologického šetření – analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí (dále jen šetření I.)	1. 2. 2019	31. 3. 2019
	4	Příprava zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření a realizace VZ na dodavatele pro zpracování sociologického šetření (dále jen šetření II.)	1. 3. 2019	30. 6. 2019
	5	Vyhledávání úspěšných absolventů za účelem propagace v rámci společné webové platformy a mediální kampaně	1. 3. 2019	30. 6. 2019
	6	Související mediální kampaň	1. 4. 2019	31. 12. 2019
	7	Realizace sociologického šetření I.	1. 4. 2019	30. 6. 2019
	8	Koordinační jednání partnerů k realizaci společné webové platformy	1. 4. 2019	15. 5. 2019
	9	Realizace sociologického šetření II.: Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1. 7. 2019	31. 10. 2019
	10	Realizace webové platformy	16. 5. 2019	30. 7. 2019
	11	Obsahová náplň webu „Success stories“ (příběhy, videospoty)	1. 6. 2019	15. 12. 2019
	12	Vyhodnocení a příprava závěrečné zprávy	1. 12. 2019	31. 12. 2019

Realizační tým	Uvedte plán personálního zajištění.		
	č.	Jména klíčových lidí (přidejte řádky podle potřeby)	Činnosti
	1	Mgr. Jan Prouza, Ph.D., proděkan FF UHK	Hlavní koordinace projektu, koordinace a vedení řešitelského týmu dílčí části aktivit za FF UHK, podílí se na přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření (odborná část), podílí se na přípravě obsahové náplně jednotlivých analýz a konzultuje průběh sociologického šetření s dodavatelskou firmami, účastní se projektových setkání, podílí se na výběru relevantního výzkumného vzorku v rámci sociologického šetření, připravuje koncepční část společné webové platformy atd.
	2	PhDr. Daniela Rywiková, Ph.D., proděkanka FF OU	Koordinace a vedení řešitelského týmu dílčí části aktivit za FF OU, podílí se na přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření (odborná část), podílí se na přípravě obsahové náplně jednotlivých analýz, účastní se projektových setkání, podílí se na výběru relevantního výzkumného vzorku v rámci sociologických šetření, připravuje koncepční část společné webové platformy atd.
	3	Mgr. Pavel Maškarinec, Ph.D., proděkan FF UJEP	Koordinace a vedení řešitelského týmu dílčí části aktivit za FF UJEP, podílí se na přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření (odborná část), podílí se na přípravě obsahové náplně jednotlivých analýz, účastní se projektových setkání, podílí se na výběru relevantního výzkumného vzorku v rámci sociologických šetření, připravuje koncepční část společné webové platformy atd.

Přehled o pokračujícím projektu	Pokud se jedná o pokračující projekt, uveďte, kolik finančních prostředků bude čerpáno a jaké cíle a kontrolovatelné výstupy jsou plánovány do budoucna.		
	Rok realizace	Čerpání finančních prostředků (souhrnný údaj)	Plánované cíle a kontrolovatelné výstupy
	2020	3 092 tis. Kč	Cíl 1 Realizace panelových diskusí za účelem zprostředkování kontaktu mezi zaměstnavateli a humanitně orientovanými fakultami v návaznosti na výsledky sociologických šetření Výstupy Organizované panelové diskuse Organizace diskusních panelů se zástupci zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace), s představiteli do projektu zapojených filozofických a humanitně zaměřených fakult, studenty a absolventy za účasti zástupců studijních poradců středních škol. Tyto panely pomohou k přiblížení očekávání zaměstnavatelů vůči absolventům HaSVO, a tento proces plánované panelové diskuse do projektu zapojených filozofických fakult se zástupci zaměstnavatelů, či institucí samosprávy dále prohloubí. V rámci panelových diskusí se počítá s využitím výstupů vzniklých v rámci projektu v roce 2019. Tyto panelové diskuse se budou konat v regionech, v nichž sídlí zapojené filozofické fakulty. Celkem 3 panelové diskuse (UHK, OU, UJEP). Zkušenosti z těchto panelových diskusí budou předmětem společného projektového setkání, kde bude vyhodnocen jejich přínos. Cíl 2 Podpora zaměstnanosti absolventů humanitních fakult prostřednictvím organizace platformy pro setkávání zaměstnavatelů s absolventy, resp. uchazeči o zaměstnání Výstupy Burzy práce Organizování regionálních burz práce pro studenty a absolventy humanitních fakult za účasti zástupců zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace). Tyto aktivity jsou vedeny v synergii zapojených partnerů, aby i zde bylo možné vyhodnotit jejich přínos. Celkem 3 regionální burzy práce cílené pro absolventy humanitních oborů. Cíl 3 Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru Výstup Mediální kampaň Pokračování společného postupu zapojených filozofických fakult za účelem šíření pozitivního obrazu HaSVO prostřednictvím sociálních sítí, médií a ve veřejném prostoru („pozitivní branding HaSVO“). Předpokládá se využití takových informačních kanálů, které nejvíce korespondují s cílovými skupinami projektu. Předpokládá se realizace propagačních aktivit na veletrzích určených uchazečům (např. Gaudeamus) a na aktivitách určených zejména uchazečům, absolventům a veřejnosti. Cíl 4 Realizace společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace Výstup Webová platforma k propagaci úspěšných absolventů HaSVO. Pokračování prezentace a aktualizace úspěšných absolventů za účelem změny vnímání a přínosu humanitního vzdělávání ve společnosti.
	2021	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
	2022	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx	xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Přehled o udržitelnosti investice/aktivity	Uveďte, jak bude z rozvojového projektu podpořená investice/aktivita pokračovat a jakým způsobem bude finančně zabezpečena po ukončení rozvojového projektu.
	Projekt je zaměřen na zvýšení kvality absolventů humanitních fakult za pomoci zpětné vazby od zaměstnavatelů, resp. obrazu uchazečů na trhu práce. Výstupy realizované v rámci tohoto projektu budou dlouhodobě zohledňovány v činnosti zapojených univerzit vůči uchazečům, pomohou dotčeným VŠ lépe navázat a cílit spolupráci s trhem práce a klíčovými zaměstnavateli a umožní zejména zvýšit kvalitu nabízeného vzdělávání ve vztahu k následné uplatnitelnosti absolventů na trhu práce, což je dlouhodobým prioritním cílem všech zúčastněných. Výstupy šetření budou dlouhodobě zohledňovány v budoucím postupu fakult při propagaci klíčového profilu absolventa. Hlavní snahou partnerů je dlouhodobě přenést pozitivní prvky kampaně úspěšných absolventů a co nejdéle je využívat: 1) ve vztahu k prezentaci vůči zaměstnavatelům; 2) ve vztahu k marketingovým účelům vůči uchazečům; 3) ve vztahu k pozitivnímu vnímání humanitního a společenskovedního vzdělávání ve veřejném prostoru. Marketingové výstupy k podpoře pozitivního vnímání absolventů HaSVO mezi uchazeči a veřejností jsou a budou realizovány i po skončení tohoto projektu a financovány z vlastních prostředků zapojených partnerů. Webová platforma bude udržována nejméně 3 roky po skončení realizace projektu a rovněž dále využívána jako nástroj pro šíření pozitivního obrazu absolventů.

Vyplní pouze koordinátor:

ROZPOČET CELÉHO PROJEKTU		
		Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu – ukazatel I (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky	0
2.	Běžné finanční prostředky	2 500
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	2 500

ROZPOČET DÍLČÍCH ČÁSTÍ PROJEKTU (přidejte tabulky dle potřeby)		
	Univerzita Hradec Králové	Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu – ukazatel I (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky	0
2.	Běžné finanční prostředky	1 115
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	1 115

ROZPOČET DÍLČÍCH ČÁSTÍ PROJEKTU (přidejte tabulky dle potřeby)		
	Ostravská univerzita	Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu – ukazatel I (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky	0
2.	Běžné finanční prostředky	716
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	716

ROZPOČET DÍLČÍCH ČÁSTÍ PROJEKTU (přidejte tabulky dle potřeby)		
	Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem	Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu – ukazatel I (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky	0
2.	Běžné finanční prostředky	669
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	669

Každá škola (včetně té, která je koordinující) uvede charakteristiku té části projektu, kterou řeší, v následující tabulce:

CHARAKTERISTIKA DÍLČÍ ČÁSTI PROJEKTU – UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ (UHK)				
Přehled o řešení projektu v roce 2018	Pokud se jedná o pokračující projekt nebo projekt navazuje na řešení obdobného projektu, uveďte, kolik finančních prostředků bylo dosud čerpáno, jak jsou plněny cíle, jakých výstupů bylo dosaženo a jak budou čerpány finanční prostředky, plněny cíle a dosaženo kontrolovatelných výstupů do konce roku 2017.			
	Cíle stanovené v návrhu projektu		Plnění plánovaných cílů a kontrolovatelných výstupů k datu předání této žádosti	
	Cíl		x	
	Cíl		x	
	Přehled čerpání finančních prostředků k datu předání této žádosti		Projekt financován od	
Nejedná se o pokračující projekt				
Cíle dílčí části projektu	Uveďte reálné, konkrétní a termínované cíle, kterých má být dosaženo.			
	č.	Cíle (přidejte řádky podle potřeby)	Termín	
	1	Realizace sociologického šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce	31. 12. 2019	
	2	Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)	31. 12. 2019	
	3	Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace	31. 12. 2019	
	4	Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru	31. 12. 2019	
Plnění kontrolovatelných výstupů dílčí části projektu	Definujte konkrétní a měřitelné výstupy projektu, které budou výsledkem projektu.			
	č.	Výstup projektu (přidejte řádky podle potřeby)	Cíl (uvedte číslo z předchozí tab.)	Termín
	1	Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1	31. 12. 2019
	2	Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí	2	31. 12. 2019

	3	Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a aktivní prezentace na veřejných akcích	3	31. 12. 2019
	4	Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity.	4	31. 12. 2019
Harmonogram dílčí části projektu	Pro každý výstup identifikujte hlavní činnosti, které povedou k jeho naplnění v harmonogramu.			
	č.	Hlavní činnosti (přidejte řádky podle potřeby)	Termín zahájení	Termín ukončení
	1	Koncepční příprava realizace na úrovni UHK	1. 1. 2019	31. 1. 2019
	2	Zabezpečení úvodního jednání realizačních týmů partnerů k zahájení realizace	15. 1. 2019	15. 2. 2019
	3	Koordinace a příprava sociologického šetření – analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí (dále jen šetření I.)	1. 2. 2019	31. 3. 2019
	4	Příprava zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření a realizace VZ na dodavatele pro zpracování sociologického šetření (dále jen šetření II.)	1. 3. 2019	30. 6. 2019
	5	Vyhledávání úspěšných absolventů UHK za účelem propagace v rámci společné webové platformy a mediální kampaně	1. 3. 2019	30. 6. 2019
	6	Realizace související mediální kampaně na UHK	1. 4. 2019	31. 12. 2019
	7	Koordinace partnerů a součinnost při realizaci sociologického šetření I.	1. 4. 2019	30. 6. 2019
	8	Zabezpečení/účast na jednání partnerů k realizaci společné webové platformy	1. 4. 2019	15. 5. 2019
	9	Zajištění realizace sociologického šetření II.: Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1. 7. 2019	31. 10. 2019
	10	Zajištění tvorby společné webové platformy	16. 5. 2019	30. 7. 2019
	11	Tvorba obsahové náplně webu „Success stories“ (příběhy, videospoty) za UHK	1. 6. 2019	15. 12. 2019
	12	Vyhodnocení a příprava závěrečné zprávy v koordinaci s partnery projektu	1. 12. 2019	31. 12. 2019
Realizační tým	Uvedte plán personálního zajištění			
	č.	Jména klíčových lidí (přidejte řádky podle potřeby)	Činnosti	
	1	Mgr. Jan Prouza, Ph.D. – koordinátor za FF UHK	Hlavní koordinace projektu, koordinace a vedení řešitelského týmu dílčí části aktivit za FF UHK, podílí se na přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření (odborná část), podílí se na přípravě obsahové náplně jednotlivých analýz a konzultuje průběh sociologických šetření s dodavatelskými firmami, účastní se projektových setkání, podílí se na výběru relevantního výzkumného vzorku v rámci sociologických šetření, připravuje koncepční část společné webové platformy, navrhuje opatření na plnění cílů projektu.	
	2	PR pracovník	Hlavní tvůrce mediálních výstupů, tvůrce Analýzy stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí, komunikuje se zástupci dotčených cílových skupin, řeší realizaci a distribuci výstupů v rámci informační kampaně, připravuje komunikační plán projektu, vede mediální kampaň za účelem šíření pozitivního obrazu humanitních a společensko-vědních oborů,	

		vytváří pozitivní mediální obraz projektu ve vztahu k absolventům HaSVO, vyhledává úspěšné absolventy za účelem jejich cílené prezentace, spolupracuje při tvorbě webu, aktualizuje informace na webové prezentaci atd.
3	Projektově-administrativní pracovník	Podílí se na přípravě a realizaci VZ (administruje VZ) na sociologické šetření ve spolupráci s PR a koordinátory, poskytuje součinnost při realizaci obsahové náplně s PR pracovníkem, zajišťuje komunikaci členů RT, organizuje projektová setkání zástupců řešitelských týmů a setkání v rámci týmu na UHK, administrativní podpora Koordinátora za FF a PR pracovníka, zajišťuje objednávky a proplácení výdajů vzniklých v souvislosti s realizací projektu, připravuje pracovní-právní dokumenty pro osoby zapojené do projektu, zajišťuje proplácení mzdových výdajů osob zapojených do projektu, podílí se na zpracování závěrečné zprávy, sleduje harmonogram plnění aktivit a naplňování cílů projektu, účastní se projektových setkání atd.
4	IT pracovník	Realizuje tvorbu webové platformy humanitních fakult zapojených do projektu, podpora RT při správě a aktualizaci webu
5	Grafik	Podílí se na přípravě vizuální části kampaně - letáky, tištěné materiály, úprava fotografií, podkladů pro web, Fbook a jiné sociální sítě; příprava vizuálního stylu webové platformy atd.

Přehled o pokračujícím projektu		Pokud se jedná o pokračující projekt, uveďte, kolik finančních prostředků bude čerpáno a jaké cíle a kontrolovatelné výstupy jsou plánovány do budoucna.	
	Rok realizace	Čerpání finančních prostředků (souhrnný údaj)	Plánované cíle a kontrolovatelné výstupy
	2020	1 002 tis. Kč	Cíl 1 Realizace panelových diskusí za účelem zprostředkování kontaktu mezi zaměstnavateli a humanitně orientovanými fakultami v návaznosti na výsledky sociologických šetření Výstup Organizace panelové diskuse Organizace diskusního panelu ve spolupráci s partnery projektu se zástupci zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace), s představiteli do projektu zapojených filozofických a humanitně zaměřených fakult, studenty a absolventy za účasti zástupců studijních poradců středních škol. Tyto panely pomohou k přiblížení očekávání zaměstnavatelů vůči absolventům HaSVO, a tento proces plánované panelové diskuse do projektu zapojených filozofických fakult se zástupci zaměstnavatelů, či institucí samosprávy dále prohloubí. V rámci panelových diskusí se počítá s využitím výstupů vzniklých v rámci projektu v roce 2019. Tyto panelové diskuse se budou konat v regionech, v nichž sídlí zapojené filozofické fakulty. Zkušenosti z těchto panelových diskusí budou předmětem společného projektového setkání, kde bude vyhodnocen jejich přínos. Realizace dílčí části za FF UHK. Cíl 2 Podpora zaměstnanosti absolventů humanitních fakult prostřednictvím organizace platformy pro setkávání zaměstnavatelů s absolventy, resp. uchazeči o zaměstnání Výstup Organizace burzy práce Organizování regionální burzy práce pro studenty a absolventy humanitních fakult za účasti zástupců

			zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace). Tyto aktivity jsou vedeny v synergii zapojených partnerů, aby i zde bylo možné vyhodnotit jejich přínos. Realizace burzy na UHK. Cíl 3 Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru Výstup Mediální kampaň Pokračování společného postupu zapojených filozofických fakult za účelem šíření pozitivního obrazu HaSVO prostřednictvím sociálních sítí, médií a ve veřejném prostoru („pozitivní branding HaSVO“). Předpokládá se využití takových informačních kanálů, které nejvíce korespondují s cílovými skupinami projektu. Předpokládá se realizace propagačních aktivit na veletrzích určených uchazečům (např. Gaudeamus) a na aktivitách určených zejména uchazečům, absolventům a veřejnosti. Účast na veletrhu FF UHK ve spolupráci s partnery a pokračování realizace mediální kampaně. Cíl 4 Realizace společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace Výstup Webová platforma k propagaci úspěšných absolventů HaSVO. Pokračování prezentace a aktualizace úspěšných absolventů za účelem změny vnímání a přínosu humanitního vzdělávání ve společnosti.
	2021	xx	xx
	2022	xx	xx

Přehled o udržitelnosti investice/aktivity	Uvedte, jak bude z rozvojového projektu podpořená investice/aktivita pokračovat a jakým způsobem bude finančně zabezpečena po ukončení rozvojového projektu.
	Projekt je zaměřen na zvýšení kvality absolventů filozofických fakult za pomoci zpětné vazby od zaměstnavatelů, resp. obrazu uchazečů na trhu práce. Výstupy realizované v rámci tohoto projektu budou dlouhodobě zohledňovány v činnostech FF UHK vůči uchazečům, pomohou lépe navázat a cílit spolupráci s trhem práce a klíčovými zaměstnavateli a umožní zejména zvýšit kvalitu nabízeného vzdělávání ve vztahu k následné uplatnitelnosti absolventů na trhu práce, což je dlouhodobým prioritním cílem univerzity. Marketingové výstupy k podpoře pozitivního vnímání absolventů HaSVO mezi uchazeči a veřejností jsou a budou fakultou realizovány i po skončení tohoto projektu.

Poznámka: V případě, že potřebujete sdělit další doplňující informace, uveďte je v příloze.

ROZPOČET DÍLČÍ ČÁSTI PROJEKTU		
	UHK	Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu – ukazatel I (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky	0
1.1	Dlouhodobý nehmotný majetek (SW, licence)	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0

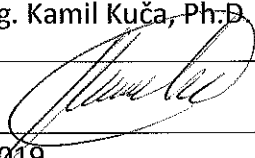
1.3	Ostatní technické zhodnocení	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem	1 115
	Osobní náklady:	
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	421
2.2	Ostatní osobní náklady (odměny z dohod o pracovní činnosti, dohod o provedení práce, popř. i některé odměny hrazené na základě nepojmenovaných smluv uzavřených podle zákona § 1746 odst. 2 č. 89/2012 Sb., občanský zákoník)	100
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	169
	Ostatní:	
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0
2.5	Služby a náklady nevýrobní	410
2.6	Cestovní náhrady	15
2.7	Stipendia	0
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	1 115

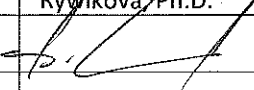
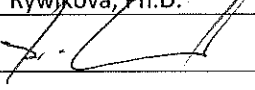
Zdůvodnění požadavků v jednotlivých položkách (přidejte řádky podle potřeby)				
Číslo položky (viz předchozí tabulka)	Název výdaje a jeho podrobné zdůvodnění	Cíl (uvedte cíl z tabulky „Cíle projektu“)	Výstup projektu (uvedte výstup z tabulky „Plnění kontrolovatelných výstupů“)	Částka (v tis. Kč)
2.1	Mzdy – obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za FF UHK (0,1 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 3 700,--), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 28 000,--) a dále projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 6 500,--) – pracovní náplň všech osob je podrobně uvedena v části Realizační tým	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	421
2.2	Ostatní osobní náklady – zahrnují náklady na IT pracovníka (DPČ v celkovém rozsahu 200 hodin, sazba Kč 350,--/hod.) a dále na Grafika (DPP v celkovém rozsahu 100 hodin, sazba Kč 300,--/hod.) - pracovní náplň těchto osob je podrobně uvedena v části Realizační tým	2, 3, 4	2, 3	100
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přídělů do sociálního fondu – zahrnují výdaje na sociální a zdravotní pojištění (ve výši 34% z mezd a DPČ), zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele (ve výši 4,2 promile z mezd a DPČ)	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	169
2.4	Materiální náklady			0
2.5	Služby a náklady nevýrobní – zahrnují náklady na dodavatelsky prováděná sociologická šetření Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům Humanitních a společensko-vědních oborů (Kč 350 000,--) a dále náklady na propagaci (brožury, letáky, roll-upy, propagační předměty, placená inzerce na facebooku, monitoring tisku apod.) ve výši Kč 60 000,--	1, 3, 4	1, 3, 4	410
2.6	Cestovní náhrady – zahrnují náklady na cestovné a stravné realizačního týmu na schůzky konané v Ostravě či v Ústí nad Labem ve výši 2 x Kč 4 000,-- a dále náklady pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (cestovné, ubytování, stravné) ve výši Kč 7 000,--	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	15

Předpokládané zdroje financování projektu	
Uvedte, jaké jsou předpokládané zdroje financování rozvojového projektu (dotace ze státního rozpočtu, vlastní zdroje vysoké školy – uvedte jaké atd.).	
Zdroj financování	Částka (v tis. Kč)
Dotace ze státního rozpočtu – projekt CRP	1 115

Souvislost s ostatními podávanými projekty	Uvedte, zda je obsahově podobný projekt podáván současně v rámci centralizovaných rozvojových projektů na rok 2019.
Ne	Obsahově podobný projekt není na UHK v rámci centralizovaných rozvojových projektů na rok 2019 podáván.

Počet studentů, kteří jsou do projektu zapojeni/jichž se projekt týká	Uveďte, jaké je zapojení studentů v rámci projektu, ať již jako příjemci podpory a/nebo jestliže se podílí na řešení projektu (přidejte řádky dle potřeby).
XX	XX

Čestné prohlášení	Prohlašuji, že aktivity, na které škola žádá finanční dotaci v rámci rozvojového projektu, nejsou financovány z jiných zdrojů.	Jméno rektora:	Prof. Ing. Kamil Kuča, Ph.D.
		Podpis:	
		Datum:	21. 1. 2019
		Razítko školy:	Univerzita Hradec Králové Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové IČ: 62690094, DIČ: CZ62690094 

Koordinující vysoká škola: Univerzita Hradec Králové			
Spoluřešitelská vysoká škola: Ostravská univerzita			
Rozvojový projekt na rok 2019 Formulář pro dílčí část centralizovaného rozvojového projektu			
Tematické zaměření:	a) rozvoj systému vnitřního hodnocení kvality vzdělávací a/nebo tvůrčích činností s důrazem na zapojení všech aktérů; b) rozvoj opatření na snižování studijní neúspěšnosti e) pořádání festivalů, přehlídek, výstav a dalších obdobných akcí mající mimořádný charakter; f) posilování regionálního působení vysokých škol a zvyšování společenské odpovědnosti vysokých škol		
Název projektu: Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd			
Období řešení projektu:	Od: 1. 1. 2019	Do: 31. 12. 2020	
Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu v roce 2019 ukazatel I (v tis. Kč):			
	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Na dílčí část předkládající VŠ	716	716	0
ZÁKLADNÍ INFORMACE			
	Řešitel předkládané dílčí části	Kontaktní osoba	Rektor
Jméno:	PhDr. Daniela Rywiková, Ph.D.	PhDr. Daniela Rywiková, Ph.D.	prof. MUDr. Jan Lata, CSc.
Podpis:			
Škola:	Ostravská univerzita	Ostravská univerzita	 OSTRAVSKÁ UNIVERZITA Rektorát Dvořákova 7 / 701 03 Ostrava www.osu.cz
Adresa/Web:	Dvořákova 7, 701 03 Ostrava www.osu.cz	Dvořákova 7, 701 03 Ostrava www.osu.cz	
Telefon:	553 462 001	553 462 001	
E-mail:	Daniela.Rywikova@osu.cz	Daniela.Rywikova@osu.cz	

CHARAKTERISTIKA DÍLČÍ ČÁSTI PROJEKTU – OSTRAVSKÁ UNIVERZITA (OU)				
Přehled o řešení projektu v roce 2018	Pokud se jedná o pokračující projekt nebo projekt navazuje na řešení obdobného projektu, uveďte, kolik finančních prostředků bylo dosud čerpáno, jak jsou plněny cíle, jakých výstupů bylo dosaženo a jak budou čerpány finanční prostředky, plněny cíle a dosaženo kontrolovatelných výstupů do konce roku 2017.			
	Cíle stanovené v návrhu projektu		Plnění plánovaných cílů a kontrolovatelných výstupů k datu předání této žádosti	
	Cíl		x	
	Cíl		x	
	Přehled čerpání finančních prostředků k datu předání této žádosti		Projekt financován od	
	Nejedná se o pokračující projekt			
Cíle dílčí části projektu	Uveďte reálné, konkrétní a termínované cíle, kterých má být dosaženo.			
	č.	Cíle (přidejte řádky podle potřeby)	Termín	
	1	Realizace sociologického šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce	31. 12. 2019	
	2	Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)	31. 12. 2019	
	3	Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace	31. 12. 2019	
	4	Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru	31. 12. 2019	
Plnění kontrolovatelných výstupů dílčí části projektu	Definujte konkrétní a měřitelné výstupy projektu, které budou výsledkem projektu.			
	č.	Výstup projektu (přidejte řádky podle potřeby)	Cíl (uveďte číslo z předchozí tab.)	Termín
	1	Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1	31. 12. 2019
	2	Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí	2	31. 12. 2019
	3	Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a aktivní prezentace na veřejných akcích	3	31. 12. 2019
	4	Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity.	4	31. 12. 2019
Harmonogram dílčí části projektu	Pro každý výstup identifikujte hlavní činnosti, které povedou k jeho naplnění v harmonogramu.			
	č.	Hlavní činnosti (přidejte řádky podle potřeby)	Termín zahájení	Termín ukončení
	1	Koncepční příprava realizace na úrovni OU	1. 1. 2019	31. 1. 2019
	2	Aktivní účast na úvodním jednání realizačních týmů k zahájení realizace	15. 1. 2019	15. 2. 2019
	3	Součinnost při přípravě sociologického šetření – analýza stávajícího stavu marketingových	1. 2. 2019	31. 3. 2019

	přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí (dále jen šetření I.)		
4	Součinnost při přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření a realizaci VZ na dodavatele pro zpracování sociologického šetření	1. 3. 2019	30. 6. 2019
5	Vyhledávání úspěšných absolventů OU za účelem propagace v rámci společné webové platformy a mediální kampaně	1. 3. 2019	30. 6. 2019
6	Realizace související mediální kampaně na OU	1. 4. 2019	31. 12. 2019
7	Součinnost při realizaci sociologického šetření I.	1. 4. 2019	30. 6. 2019
8	Účast na jednání partnerů k realizaci společné webové platformy	1. 4. 2019	15. 5. 2019
9	Součinnost při realizaci sociologického šetření II.: Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1. 7. 2019	31. 10. 2019
10	Spolupráce při tvorbě společné webové platformy	16. 5. 2019	30. 7. 2019
11	Tvorba obsahové náplně webu „Success stories“ (příběhy, videospoty) za OU	1. 6. 2019	15. 12. 2019
12	Součinnost při přípravě závěrečné zprávy v koordinaci s koordinátorem projektu	1. 12. 2019	31. 12. 2019

Realizační tým		Uveďte plán personálního zajištění	
	č.	Jména klíčových lidí (přidejte řádky podle potřeby)	Činnosti
	1	PhDr. Daniela Rywiková, Ph.D.	Koordinace a vedení řešitelského týmu dílčí části aktivit za FF OU, podílí se na přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření (odborná část), podílí se na přípravě obsahové náplně jednotlivých analýz, účastní se projektových setkání, podílí se na výběru relevantního výzkumného vzorku v rámci sociologických šetření, připravuje koncepční část společné webové platformy, navrhuje opatření na plnění cílů projektu, účastní se projektových setkání atd.
	2	PR pracovník	Hlavní tvůrce mediálních výstupů, tvůrce Analýzy stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí, komunikuje se zástupci dotčených cílových skupin, řeší technickou stránku realizace a distribuce výstupů v rámci informační kampaně, připravuje komunikační plán projektu, vede mediální kampaň za účelem šíření pozitivního obrazu humanitních a společensko-vědních oborů, vytváří pozitivní mediální obraz projektu ve vztahu k absolventům HaSVO, vyhledává úspěšné absolventy za účelem jejich cílené prezentace, spolupracuje při tvorbě webu, aktualizuje informace na webové prezentaci atd.
	3	Projektově-administrativní pracovník	Podílí se na přípravě VZ na sociologické šetření ve spolupráci s PR a koordinátory, poskytuje administrativně-technickou součinnost při realizaci obsahové náplně s PR pracovníkem, zajišťuje komunikaci členů RT a oběh dokumentů, organizuje projektová setkání týmu na OU, administrativní podpora Koordinátora a PR pracovníka, zajišťuje objednávky a proplácení výdajů vzniklých v souvislosti s realizací projektu, připravuje pracovní-právní dokumenty pro osoby zapojené do projektu, podílí se na zpracování závěrečné zprávy, sleduje harmonogram

		plnění aktivit a naplňování cílů projektu ve spolupráci s koordinátorem, účastní se projektových setkání atd.
	4	Grafik
		Podílí se na přípravě vizuální části kampaně - letáky, tištěné materiály, úprava fotografií, podkladů pro web, Fbook a jiné sociální sítě; příprava vizuálního stylu webové platformy atd., participuje na realizaci šetření Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí s ohledem na očekávané výstupy

Přehled o pokračujícím projektu			
Pokud se jedná o pokračující projekt, uveďte, kolik finančních prostředků bude čerpáno a jaké cíle a kontrolovatelné výstupy jsou plánovány do budoucna.			
	Rok realizace	Čerpání finančních prostředků (souhrnný údaj)	Plánované cíle a kontrolovatelné výstupy
	2020	1 095 tis. Kč	Cíl 1 Realizace panelových diskusí za účelem zprostředkování kontaktu mezi zaměstnavateli a humanitně orientovanými fakultami v návaznosti na výsledky sociologických šetření Výstup Organizace panelové diskuse Organizace diskusního panelu ve spolupráci s partnery projektu se zástupci zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace), s představiteli do projektu zapojených filozofických a humanitně zaměřených fakult, studenty a absolventy za účasti zástupců studijních poradců středních škol. Tyto panely pomohou k přiblížení očekávání zaměstnavatelů vůči absolventům HaSVO, a tento proces plánované panelové diskuse do projektu zapojených filozofických fakult se zástupci zaměstnavatelů, či institucí samosprávy dále prohloubí. V rámci panelových diskusí se počítá s využitím výstupů vzniklých v rámci projektu v roce 2019. Tyto panelové diskuse se budou konat v regionech, v nichž sídlí zapojené filozofické fakulty. Zkušenosti z těchto panelových diskusí budou předmětem společného projektového setkání, kde bude vyhodnocen jejich přínos. Realizace dílčí části za FF OU. Cíl 2 Podpora zaměstnanosti absolventů humanitních fakult prostřednictvím organizace platformy pro setkávání zaměstnavatelů s absolventy, resp. uchazeči o zaměstnání Výstup Organizace burzy práce Organizování regionální burzy práce pro studenty a absolventy humanitních fakult za účasti zástupců zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace). Tyto aktivity jsou vedeny v synergií zapojených partnerů, aby i zde bylo možné vyhodnotit jejich přínos. Realizace burzy na OU. Cíl 3 Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru Výstup Mediální kampaň Pokračování společného postupu zapojených filozofických fakult za účelem šíření pozitivního obrazu HaSVO prostřednictvím sociálních sítí, médií a ve veřejném prostoru („pozitivní branding HaSVO“). Předpokládá se využití takových informačních kanálů, které nejvíce korespondují s cílovými skupinami projektu. Předpokládá se realizace propagačních aktivit na veletrzích určených uchazečům (např. Gaudeamus) a na aktivitách určených zejména uchazečům, absolventům a veřejnosti. Účast na veletrhu FF OU ve spolupráci s partnery a

			pokračování realizace mediální kampaně. Cíl 4 Realizace společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace Výstup Webová platforma k propagaci úspěšných absolventů HaSVO. Pokračování prezentace a aktualizace úspěšných absolventů OU za účelem změny vnímání a přínosu humanitního vzdělávání ve společnosti.
	2021	xx	xx
	2022	xx	xx

Přehled o udržitelnosti investice/aktivity	Uvedte, jak bude z rozvojového projektu podpořená investice/aktivita pokračovat a jakým způsobem bude finančně zabezpečena po ukončení rozvojového projektu.
	Projekt je zaměřen na zvýšení kvality absolventů filozofických fakult za pomoci zpětné vazby od zaměstnavatelů, resp. obrazu uchazečů na trhu práce. Výstupy realizované v rámci tohoto projektu budou dlouhodobě zohledňovány v činnostech FF OU vůči uchazečům, pomohou lépe navázat a cílit spolupráci s trhem práce a klíčovými zaměstnavateli a umožní zejména zvýšit kvalitu nabízeného vzdělávání ve vztahu k následné uplatnitelnosti absolventů na trhu práce, což je dlouhodobým prioritním cílem univerzity. Marketingové výstupy k podpoře pozitivního vnímání absolventů HaSVO mezi uchazeči a veřejností jsou a budou fakultou realizovány i po skončení tohoto projektu.

ROZPOČET DÍLČÍ ČÁSTI PROJEKTU		
	OU	Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu – ukazatel I (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky	0
1.1	Dlouhodobý nehmotný majetek (SW, licence)	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0
1.3	Ostatní technické zhodnocení	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem	716
	Osobní náklady:	
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	466
2.2	Ostatní osobní náklady (odměny z dohod o pracovní činnosti, dohod o provedení práce, popř. i některé odměny hrazené na základě nepojmenovaných smluv uzavřených podle zákona § 1746 odst. 2 č. 89/2012 Sb., občanský zákoník)	0
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	159
	Ostatní:	
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0
2.5	Služby a náklady nevýrobní	60
2.6	Cestovní náhrady	31
2.7	Stipendia	0
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	716

Zdůvodnění požadavků v jednotlivých položkách (přidejte řádky podle potřeby)

Číslo položky (viz předchozí tabulka)	Název výdaje a jeho podrobné zdůvodnění	Cíl (uveďte cíl z tabulky „Cíle projektu“)	Výstup projektu (uveďte výstup z tabulky „Plnění kontrolovatelných výstupů“)	Částka (v tis. Kč)
2.1	Mzdy – obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za FF OU (0,1 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 3 700,--), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 28 000,--), projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 6 000,--), Grafika (0,2 úvazku po dobu 9 měsíců, měsíční mzda Kč 5 600,--), – pracovní náplň všech osob je podrobně uvedena v části Realizační tým	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	466
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti – zahrnují výdaje na sociální a zdravotní pojištění (ve výši 34% z mezd a DPČ)	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	159
2.4	Materiální náklady			0
2.5	Služby a náklady nevýrobní – zahrnují náklady na propagaci (brožury, letáky, roll-upy, propagační předměty, placená inzerce na facebooku, monitoring tisku apod.) ve výši Kč 60 000,--	1, 3, 4	1, 3, 4	60
2.6	Cestovní náhrady – zahrnují náklady na cestovné, stravné, příp. ubytování realizačního týmu na schůzky konané v Hradci Králové celkově ve výši 3 x Kč 7 500,-- a dále náklady pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (cestovné, ubytování, stravné) ve výši Kč 8 000,--	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	31

Předpokládané zdroje financování projektu	
Uveďte, jaké jsou předpokládané zdroje financování rozvojového projektu (dotace ze státního rozpočtu, vlastní zdroje vysoké školy – uveďte jaké atd.).	
Zdroj financování	Částka (v tis. Kč)
Dotace ze státního rozpočtu – projekt CRP	716

Souvislost s ostatními podávanými projekty	Uveďte, zda je obsahově podobný projekt podáván současně v rámci centralizovaných rozvojových projektů na rok 2019.
NE	Obsahově podobný projekt není na OU v rámci centralizovaných rozvojových projektů na rok 2019 podáván.

Počet studentů, kteří jsou do projektu zapojení/jichž se	Uveďte, jaké je zapojení studentů v rámci projektu, ať již jako příjemci podpory a/nebo jestliže se podílí na řešení projektu (přidejte řádky dle potřeby).
--	---

projekt týká	
XX	XX

Čestné prohlášení	Prohlašuji, že aktivity, na které škola žádá finanční dotaci v rámci rozvojového projektu, nejsou financovány z jiných zdrojů.	Jméno rektora:	prof. MUDr. Jan Lata, CSc.
		Podpis:	<i>n. l. Jemal</i>
		Datum:	23. 1. 2019
		Razítko školy:	 OSTRAVSKÁ UNIVERZITA Rektorát Dvořákova 7 / 701 03 Ostrava WWW.OSUCZ



OSTRAVSKÁ
UNIVERZITA

prof. MUDr. Jan Lata, CSc.
rektor

Ostrava 9. ledna 2019
Č. j.: OU-1558/90-2019

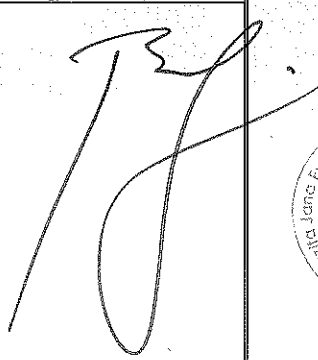
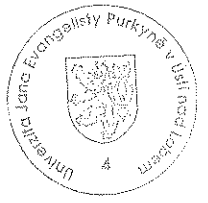
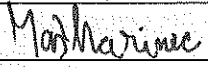
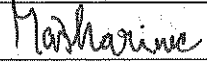
Vážená paní prorektorko,

po dobu mé nepřítomnosti ve dnech od 23. ledna do 24. ledna 2019 Vás pověřuji mým zastupováním s výjimkou věcí mzdových.

prof. MUDr. Jan Lata, CSc.
rektor OU

Vážená paní
Mgr. Renáta Tomášková, Dr.
prorektorka pro mezinárodní vztahy
Ostravská univerzita

Pověření přijímám dne: 21. 01. 2019

Koordinující vysoká škola: Univerzita Hradec Králové				
Spoluřešitelská vysoká škola: UNIVERZITA JANA EVANGELISTY PURKYNĚ				
Rozvojový projekt na rok 2019 Formulář pro dílčí část centralizovaného rozvojového projektu				
Tematické zaměření:	a) rozvoj systému vnitřního hodnocení kvality vzdělávací a/nebo tvůrčích činnosti s důrazem na zapojení všech aktérů; b) rozvoj opatření na snižování studijní neúspěšnosti e) pořádání festivalů, přehlídek, výstav a dalších obdobných akcí mající mimořádný charakter; f) posilování regionálního působení vysokých škol a zvyšování společenské odpovědnosti vysokých škol			
Název projektu: Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd				
Období řešení projektu:	Od: 1. 1. 2019	Do: 31. 12. 2020		
Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu v roce 2019 ukazatel I (v tis. Kč):				
	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:	
Na dílčí část předkládající VŠ	669	669	0	
ZÁKLADNÍ INFORMACE				
	Řešitel předkládané dílčí části	Kontaktní osoba	Rector	Razítko školy
Jméno:	Mgr. Pavel Maškarinec, Ph.D.	Mgr. Pavel Maškarinec, Ph.D.	doc. RNDr. Martin Balej, Ph.D.	 
Podpis:				
Škola:	Univerzita Jana Evangelisty Purkyně	Univerzita Jana Evangelisty Purkyně		
Adresa/Web:	Pasturova 3544/1, 400 96 Ústí nad Labem www.ujep.cz	Pasturova 3544/1, 400 96 Ústí nad Labem www.ujep.cz		
Telefon:	475 286 505	475 286 505		
E-mail:	pavel.maskarinec@ujep.cz	pavel.maskarinec@ujep.cz		

CHARAKTERISTIKA DÍLČÍ ČÁSTI PROJEKTU – UNIVERZITA JANA EVANGELISTY PURKYNĚ (UJEP)

Přehled o řešení projektu v roce 2018	Pokud se jedná o pokračující projekt nebo projekt navazuje na řešení obdobného projektu, uveďte, kolik finančních prostředků bylo dosud čerpáno, jak jsou plněny cíle, jakých výstupů bylo dosaženo a jak budou čerpány finanční prostředky, plněny cíle a dosaženo kontrolovatelných výstupů do konce roku 2017.			
	Cíle stanovené v návrhu projektu	Plnění plánovaných cílů a kontrolovatelných výstupů k datu předání této žádosti		
	Cíl	x		
	Cíl	x		
	Přehled čerpání finančních prostředků k datu předání této žádosti	Projekt financován od		
	Nejedná se o pokračující projekt			
Cíle dílčí části projektu	Uveďte reálné, konkrétní a termínované cíle, kterých má být dosaženo.			
	č.	Cíle (přidejte řádky podle potřeby)	Termín	
	1	Realizace sociologického šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce	31. 12. 2019	
	2	Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)	31. 12. 2019	
	3	Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace	31. 12. 2019	
	4	Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru	31. 12. 2019	
Plnění kontrolovatelných výstupů dílčí části projektu	Definujte konkrétní a měřitelné výstupy projektu, které budou výsledkem projektu.			
	č.	Výstup projektu (přidejte řádky podle potřeby)	Cíl (uveďte číslo z předchozí tab.)	Termín
	1	Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1	31. 12. 2019
	2	Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí	2	31. 12. 2019
	3	Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a aktivní prezentace na veřejných akcích	3	31. 12. 2019
	4	Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity.	4	31. 12. 2019
Harmonogram dílčí části projektu	Pro každý výstup identifikujte hlavní činnosti, které povedou k jeho naplnění v harmonogramu.			
	č.	Hlavní činnosti (přidejte řádky podle potřeby)	Termín zahájení	Termín ukončení
	1	Koncepční příprava realizace na úrovni UJEP	1. 1. 2019	31. 1. 2019
	2	Aktivní účast na úvodním jednání realizačních týmů k zahájení realizace	15. 1. 2019	15. 2. 2019
	3	Součinnost při přípravě sociologického šetření – analýza stávajícího stavu marketingových	1. 2. 2019	31. 3. 2019

	přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí (dále jen šetření I.)		
4	Součinnost při přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření a realizace VZ na dodavatele pro zpracování sociologického šetření (dále jen šetření II.)	1. 3. 2019	30. 6. 2019
5	Vyhledávání úspěšných absolventů UJEP za účelem propagace v rámci společné webové platformy a mediální kampaně	1. 3. 2019	30. 6. 2019
6	Realizace související mediální kampaně na UJEP	1. 4. 2019	31. 12. 2019
7	Součinnost při realizaci sociologického šetření I.	1. 4. 2019	30. 6. 2019
8	Účast na jednání partnerů k realizaci společné webové platformy	1. 4. 2019	15. 5. 2019
9	Součinnost při realizaci sociologického šetření II.: Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1. 7. 2019	31. 10. 2019
10	Spolupráce při tvorbě společné webové platformy	16. 5. 2019	30. 7. 2019
11	Tvorba obsahové náplně webu „Success stories“ (příběhy, videospoty) za UJEP	1. 6. 2019	15. 12. 2019
12	Součinnost při přípravě závěrečné zprávy v koordinaci s koordinátorem projektu	1. 12. 2019	31. 12. 2019

Realizační tým		Uveďte plán personálního zajištění	
	č.	Jména klíčových lidí (přidejte řádky podle potřeby)	Činnosti
	1	Mgr. Pavel Maškarinec, Ph.D.	Koordinace a vedení řešitelského týmu dílčí části aktivit za FF UJEP, podílí se na přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření (odborná část), podílí se na přípravě obsahové náplně jednotlivých analýz, účastní se projektových setkání, podílí se na výběru relevantního výzkumného vzorku v rámci sociologických šetření, připravuje koncepční část společné webové platformy, navrhuje opatření na plnění cílů projektu atd.
	2	PR pracovník	Hlavní tvůrce mediálních výstupů, tvůrce Analýzy stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí, komunikuje se zástupci dotčených cílových skupin, řeší technickou stránku realizace a distribuce výstupů v rámci informační kampaně, připravuje komunikační plán projektu, vede mediální kampaň za účelem šíření pozitivního obrazu humanitních a společensko-vědních oborů, vytváří pozitivní mediální obraz projektu ve vztahu k absolventům HaSVO, vyhledává úspěšné absolventy za účelem jejich cílené prezentace, spolupracuje při tvorbě webu, aktualizuje informace na webové prezentaci atd.
	3	Projektově-administrativní pracovník	Podílí se na přípravě VZ na sociologické šetření ve spolupráci s PR a koordinátory, poskytuje administrativně - technickou součinnost při realizaci obsahové náplně s PR pracovníkem, zajišťuje komunikaci členů RT a oběh dokumentů, organizuje projektová setkání týmu na UJEP, administrativní podpora Koordinátora a PR pracovníka, zajišťuje objednávky a proplácení výdajů vzniklých v souvislosti s realizací projektu, připravuje pracovní-právní dokumenty pro osoby zapojené do projektu, podílí se na zpracování závěrečné zprávy, sleduje harmonogram plnění aktivit a naplňování cílů

		projektu ve spolupráci s koordinátorem, účastní se projektových setkání atd.
	4 Grafik	Podílí se na přípravě vizuální části kampaně - letáky, tištěné materiály, úprava fotografií, podkladů pro web, Fbook a jiné sociální sítě; příprava vizuálního stylu webové platformy atd.

Přehled o pokračujícím projektu			
Pokud se jedná o pokračující projekt, uveďte, kolik finančních prostředků bude čerpáno a jaké cíle a kontrolovatelné výstupy jsou plánovány do budoucna.			
	Rok realizace	Čerpání finančních prostředků (souhrnný údaj)	Plánované cíle a kontrolovatelné výstupy
	2020	995 tis. Kč	Cíl 1 Realizace panelových diskusí za účelem zprostředkování kontaktu mezi zaměstnavateli a humanitně orientovanými fakultami v návaznosti na výsledky sociologických šetření Výstup Organizace panelové diskuse Organizace diskusního panelu ve spolupráci s partnery projektu se zástupci zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace), s představiteli do projektu zapojených filozofických a humanitně zaměřených fakult, studenty a absolventy za účasti zástupců studijních poradců středních škol. Tyto panely pomohou k přiblížení očekávání zaměstnavatelů vůči absolventům HaSVO, a tento proces plánované panelové diskuse do projektu zapojených filozofických fakult se zástupci zaměstnavatelů, či institucí samosprávy dále prohloubí. V rámci panelových diskusí se počítá s využitím výstupů vzniklých v rámci projektu v roce 2019. Tyto panelové diskuse se budou konat v regionech, v nichž sídlí zapojené filozofické fakulty. Zkušenosti z těchto panelových diskusí budou předmětem společného projektového setkání, kde bude vyhodnocen jejich přínos. Realizace dílčí části za FF UJEP. Cíl 2 Podpora zaměstnanosti absolventů humanitních fakult prostřednictvím organizace platformy pro setkávání zaměstnavatelů s absolventy, resp. uchazeči o zaměstnání Výstup Organizace burzy práce Organizování regionální burzy práce pro studenty a absolventy humanitních fakult za účasti zástupců zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace). Tyto aktivity jsou vedeny v synergii zapojených partnerů, aby i zde bylo možné vyhodnotit jejich přínos. Realizace burzy na UJEP. Cíl 3 Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru Výstup Mediální kampaň Pokračování společného postupu zapojených filozofických fakult za účelem šíření pozitivního obrazu HaSVO prostřednictvím sociálních sítí, médií a ve veřejném prostoru („pozitivní branding HaSVO“). Předpokládá se využití takových informačních kanálů, které nejvíce korespondují s cílovými skupinami projektu. Předpokládá se realizace propagačních aktivit na veletrzích určených uchazečům (např. Gaudeamus) a na aktivitách určených zejména uchazečům, absolventům a veřejnosti. Účast na veletrhu FF UJEP ve spolupráci s partnery a pokračování realizace mediální kampaně. Cíl 4 Realizace společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní

			<i>prezentace</i> Výstup Webová platforma k propagaci úspěšných absolventů HaSVO. Pokračování prezentace a aktualizace úspěšných absolventů UJEP za účelem změny vnímání a přínosu humanitního vzdělávání ve společnosti.
	2021	xx	xx
	2022	xx	xx

Přehled o udržitelnosti investice/aktivity	Uvedte, jak bude z rozvojového projektu podpořená investice/aktivita pokračovat a jakým způsobem bude finančně zabezpečena po ukončení rozvojového projektu.
	Projekt je zaměřen na zvýšení kvality absolventů filozofických fakult za pomoci zpětné vazby od zaměstnavatelů, resp. obrazu uchazečů na trhu práce. Výstupy realizované v rámci tohoto projektu budou dlouhodobě zohledňovány v činnostech FF UJEP vůči uchazečům, pomohou lépe navázat a cílit spolupráci s trhem práce a klíčovými zaměstnavateli a umožní zejména zvýšit kvalitu nabízeného vzdělávání ve vztahu k následné uplatnitelnosti absolventů na trhu práce, což je dlouhodobým prioritním cílem univerzity. Marketingové výstupy k podpoře pozitivního vnímání absolventů HaSVO mezi uchazeči a veřejností jsou a budou fakultou realizovány i po skončení tohoto projektu.

ROZPOČET DÍLČÍ ČÁSTI PROJEKTU		
	UJEP	Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu – ukazatel I (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky	0
1.1	Dlouhodobý nehmotný majetek (SW, licence)	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0
1.3	Ostatní technické zhodnocení	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem	669
	Osobní náklady:	
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	415
2.2	Ostatní osobní náklady (odměny z dohod o pracovní činnosti, dohod o provedení práce, popř. i některé odměny hrazené na základě nepojmenovaných smluv uzavřených podle zákona § 1746 odst. 2 č. 89/2012 Sb., občanský zákoník)	30
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	143
	Ostatní:	
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0
2.5	Služby a náklady nevýrobní	60
2.6	Cestovní náhrady	21
2.7	Stipendia	0
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	669

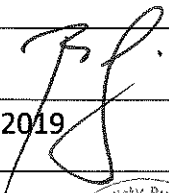
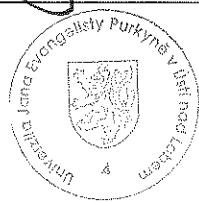
Zdůvodnění požadavků v jednotlivých položkách (přidejte řádky podle potřeby)

Číslo položky (viz předchozí tabulka)	Název výdaje a jeho podrobné zdůvodnění	Cíl (uvedte cíl z tabulky „Cíle projektu“)	Výstup projektu (uvedte výstup z tabulky „Plnění kontrolovatelných výstupů“)	Částka (v tis. Kč)
2.1	Mzdy – obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za UJEP (0,1 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 3 700,--); PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 28 000,--) a dále projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 6 000,--) – pracovní náplň všech osob je podrobně uvedena v části Realizační tým	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	415
2.2	Ostatní osobní náklady – zahrnují náklady na Grafika (DPP v celkovém rozsahu 100 hodin, sazba Kč 300,--/hod.) - pracovní náplň těchto osob je podrobně uvedena v části Realizační tým	2, 3, 4	2,3	30
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a příděly do sociálního fondu – zahrnují výdaje na sociální a zdravotní pojištění (ve výši 34% z mezd a DPČ), zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele (ve výši 4,2 promile z mezd a DPČ)	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	143
2.4	Materiální náklady			0
2.5	Služby a náklady nevýrobní – zahrnují náklady na propagaci (brožury, letáky, roll-upy, propagační předměty, placená inzerce na facebooku, monitoring tisku apod.) ve výši Kč 60 000,--	1, 3, 4	1, 3, 4	60
2.6	Cestovní náhrady – zahrnují náklady na cestovné a stravné realizačního týmu na schůzky konané v Hradci Králové v celkové výši 3 x Kč 4 000,-- a dále náklady pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (cestovné, ubytování, stravné) ve výši Kč 9 000,--	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	21

Předpokládané zdroje financování projektu	
Uvedte, jaké jsou předpokládané zdroje financování rozvojového projektu (dotace ze státního rozpočtu, vlastní zdroje vysoké školy – uveďte jaké atd.).	
Zdroj financování	Částka (v tis. Kč)
Dotace ze státního rozpočtu – projekt CRP	669

Souvislost s ostatními podávanými projekty	Uvedte, zda je obsahově podobný projekt podáván současně v rámci centralizovaných rozvojových projektů na rok 2019.
Ne	Obsahově podobný projekt není na UJEP v rámci centralizovaných rozvojových projektů na rok 2019 podáván.

Počet studentů, kteří jsou do projektu zapojeni/jichž se projekt týká	Uveďte, jaké je zapojení studentů v rámci projektu, ať již jako příjemci podpory a/nebo jestliže se podílí na řešení projektu (přidejte řádky dle potřeby).
X	XX

Čestné prohlášení	Prohlašuji, že aktivity, na které škola žádá finanční dotaci v rámci rozvojového projektu, nejsou financovány z jiných zdrojů.	Jméno rektora:	doc. RNDr. Martin Balej, Ph.D.
		Podpis:	
		Datum:	21. 1. 2019
		Razítko školy:	

Koordinující vysoká škola: Univerzita Hradec Králové

Spoluřešitelská vysoká škola: Univerzita Hradec Králové

Rozvojový projekt na rok 2019

Formulář pro dílčí část centralizovaného rozvojového projektu

Tematické zaměření:

- a) rozvoj systému vnitřního hodnocení kvality vzdělávací a/nebo tvůrčích činnosti s důrazem na zapojení všech aktérů;
 b) rozvoj opatření na snižování studijní neúspěšnosti
 e) pořádání festivalů, přehlídek, výstav a dalších obdobných akcí mající mimořádný charakter;
 f) posilování regionálního působení vysokých škol a zvyšování společenské odpovědnosti vysokých škol

Název projektu:

Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd

Období řešení projektu:

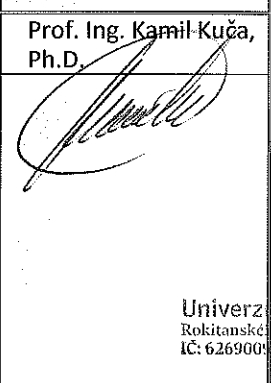
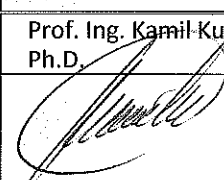
Od: 1. 1. 2019

Do: 31. 12. 2020

Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu v roce 2019 ukazatel I (v tis. Kč):

	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Na dílčí část předkládající VŠ	1 115	1 115	0

ZÁKLADNÍ INFORMACE

	Řešitel předkládané dílčí části	Kontaktní osoba	Rektor	Razítko školy
Jméno:	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.	Prof. Ing. Kamil Kuča, Ph.D.	
Podpis:				
Škola:	Univerzita Hradec Králové	Univerzita Hradec Králové		
Adresa/Web:	Rokitanského 62 500 03 Hradec Králové III www.uhk.cz	Rokitanského 62 500 03 Hradec Králové III www.uhk.cz		
Telefon:	+420 49 333 1260	+420 49 333 1260		
E-mail:	jan.prouza@uhk.cz	jan.prouza@uhk.cz		

Univerzita Hradec Králové
 Rokitsanského 62, 500 03 Hradec Králové
 IČ: 62690094, DIČ: CZ62690094

CHARAKTERISTIKA DÍLČÍ ČÁSTI PROJEKTU – UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ (UHK)				
Přehled o řešení projektu v roce 2018	Pokud se jedná o pokračující projekt nebo projekt navazuje na řešení obdobného projektu, uveďte, kolik finančních prostředků bylo dosud čerpáno, jak jsou plněny cíle, jakých výstupů bylo dosaženo a jak budou čerpány finanční prostředky, plněny cíle a dosaženo kontrolovatelných výstupů do konce roku 2017.			
	Cíle stanovené v návrhu projektu		Plnění plánovaných cílů a kontrolovatelných výstupů k datu předání této žádosti	
	Cíl		x	
	Cíl		x	
	Přehled čerpání finančních prostředků k datu předání této žádosti		Projekt financován od	
	Nejedná se o pokračující projekt			
Cíle dílčí části projektu	Uveďte reálné, konkrétní a termínované cíle, kterých má být dosaženo.			
	č.	Cíle (přidejte řádky podle potřeby)	Termín	
	1	Realizace sociologického šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce	31. 12. 2019	
	2	Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)	31. 12. 2019	
	3	Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace	31. 12. 2019	
	4	Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru	31. 12. 2019	
Plnění kontrolovatelných výstupů dílčí části projektu	Definujte konkrétní a měřitelné výstupy projektu, které budou výsledkem projektu.			
	č.	Výstup projektu (přidejte řádky podle potřeby)	Cíl (uveďte číslo z předchozí tab.)	Termín
	1	Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1	31. 12. 2019
	2	Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí	2	31. 12. 2019
	3	Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a aktivní prezentace na veřejných akcích	3	31. 12. 2019
	4	Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity.	4	31. 12. 2019
Harmonogram dílčí části projektu	Pro každý výstup identifikujte hlavní činnosti, které povedou k jeho naplnění v harmonogramu.			
	č.	Hlavní činnosti (přidejte řádky podle potřeby)	Termín zahájení	Termín ukončení
	1	Koncepční příprava realizace na úrovni UHK	1. 1. 2019	31. 1. 2019
	2	Zabezpečení úvodního jednání realizačních týmů partnerů k zahájení realizace	15. 1. 2019	15. 2. 2019

3	Koordinace a příprava sociologického šetření – analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí (dále jen šetření I.)	1. 2. 2019	31. 3. 2019
4	Příprava zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření a realizace VZ na dodavatele pro zpracování sociologického šetření (dále jen šetření II.)	1. 3. 2019	30. 6. 2019
5	Vyhledávání úspěšných absolventů UHK za účelem propagace v rámci společné webové platformy a mediální kampaně	1. 3. 2019	30. 6. 2019
6	Realizace související mediální kampaně na UHK	1. 4. 2019	31. 12. 2019
7	Koordinace partnerů a součinnost při realizaci sociologického šetření I.	1. 4. 2019	30. 6. 2019
8	Zabezpečení/účast na jednání partnerů k realizaci společné webové platformy	1. 4. 2019	15. 5. 2019
9	Zajištění realizace sociologického šetření II.: Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR	1. 7. 2019	31. 10. 2019
10	Zajištění tvorby společné webové platformy	16. 5. 2019	30. 7. 2019
11	Tvorba obsahové náplně webu „Success stories“ (příběhy, videospoty) za UHK	1. 6. 2019	15. 12. 2019
12	Vyhodnocení a příprava závěrečné zprávy v koordinaci s partnery projektu	1. 12. 2019	31. 12. 2019

Realizační tým		Uvedte plán personálního zajištění	
	č.	Jména klíčových lidí (přidejte řádky podle potřeby)	Činnosti
	1	Mgr. Jan Prouza, Ph.D. – koordinátor za FF UHK	Hlavní koordinace projektu, koordinace a vedení řešitelského týmu dílčí části aktivit za FF UHK, podílí se na přípravě zadávacích podmínek k realizaci sociologického šetření (odborná část), podílí se na přípravě obsahové náplně jednotlivých analýz a konzultuje průběh sociologického šetření s dodavatelskou firmou, účastní se projektových setkání, podílí se na výběru relevantního výzkumného vzorku v rámci sociologických šetření, připravuje koncepční část společné webové platformy, navrhuje opatření na plnění cílů projektu.
	2	PR pracovník	Hlavní tvůrce mediálních výstupů, tvůrce Analýzy stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí, komunikuje se zástupci dotčených cílových skupin, řeší realizaci a distribuci výstupů v rámci informační kampaně, připravuje komunikační plán projektu, vede mediální kampaň za účelem šíření pozitivního obrazu humanitních a společensko-vědních oborů, vytváří pozitivní mediální obraz projektu ve vztahu k absolventům HaSVO, vyhledává úspěšné absolventy za účelem jejich cílené prezentace, spolupracuje při tvorbě webu, aktualizuje informace na webové prezentaci atd.
	3	Projektově-administrativní pracovník	Podílí se na přípravě a realizaci VZ (administruje VZ) na sociologické šetření ve spolupráci s PR a koordinátory, poskytuje součinnost při realizaci obsahové náplně s PR pracovníkem, zajišťuje komunikaci členů RT, organizuje projektová setkání zástupců řešitelských týmů a setkání v rámci týmu na UHK, administrativní podpora Koordinátora za FF a PR pracovníka, zajišťuje objednávky a proplácení výdajů vzniklých v souvislosti s realizací projektu, připravuje pracovně-

		právní dokumenty pro osoby zapojené do projektu, zajišťuje proplácení mzdových výdajů osob zapojených do projektu, podílí se na zpracování závěrečné zprávy, sleduje harmonogram plnění aktivit a naplňování cílů projektu, účastní se projektových setkání atd.
4	IT pracovník	Realizuje tvorbu webové platformy humanitních fakult zapojených do projektu, podpora RT při správě a aktualizaci webu
5	Grafik	Podílí se na přípravě vizuální části kampaně - letáky, tištěné materiály, úprava fotografií, podkladů pro web, Fbook a jiné sociální sítě; příprava vizuálního stylu webové platformy atd.

Přehled o pokračujícím projektu		Pokud se jedná o pokračující projekt, uveďte, kolik finančních prostředků bude čerpáno a jaké cíle a kontrolovatelné výstupy jsou plánovány do budoucna.	
Rok realizace	Čerpání finančních prostředků (souhrnný údaj)	Plánované cíle a kontrolovatelné výstupy	
2020	1 002 tis. Kč	Cíl 1 Realizace panelových diskusí za účelem zprostředkování kontaktu mezi zaměstnavateli a humanitně orientovanými fakultami v návaznosti na výsledky sociologických šetření Výstup Organizace panelové diskuse Organizace diskusního panelu ve spolupráci s partnery projektu se zástupci zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace), s představiteli do projektu zapojených filozofických a humanitně zaměřených fakult, studenty a absolventy za účasti zástupců studijních poradců středních škol. Tyto panely pomohou k přiblížení očekávání zaměstnavatelů vůči absolventům HaSVO, a tento proces plánované panelové diskuse do projektu zapojených filozofických fakult se zástupci zaměstnavatelů, či institucí samosprávy dále prohloubí. V rámci panelových diskusí se počítá s využitím výstupů vzniklých v rámci projektu v roce 2019. Tyto panelové diskuse se budou konat v regionech, v nichž sídlí zapojené filozofické fakulty. Zkušenosti z těchto panelových diskusí budou předmětem společného projektového setkání, kde bude vyhodnocen jejich přínos. Realizace dílčí části za FF UHK. Cíl 2 Podpora zaměstnanosti absolventů humanitních fakult prostřednictvím organizace platformy pro setkávání zaměstnavatelů s absolventy, resp. uchazeči o zaměstnání Výstup Organizace burzy práce Organizování regionální burzy práce pro studenty a absolventy humanitních fakult za účasti zástupců zaměstnavatelů, institucí a samosprávy (kraje, města, obce, úřady práce, hospodářské komory, rozvojové agentury, neziskové organizace). Tyto aktivity jsou vedeny v synergií zapojených partnerů, aby i zde bylo možné vyhodnotit jejich přínos. Realizace burzy na UHK. Cíl 3 Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru Výstup Mediální kampaň Pokračování společného postupu zapojených filozofických fakult za účelem šíření pozitivního obrazu HaSVO prostřednictvím sociálních sítí, médií a ve veřejném prostoru („pozitivní branding HaSVO“). Předpokládá se využití takových informačních kanálů, které nejvíce korespondují s cílovými skupinami projektu.	

			Předpokládá se realizace propagačních aktivit na veletrzích určených uchazečům (např. Gaudeamus) a na aktivitách určených zejména uchazečům, absolventům a veřejnosti. Účast na veletrhu FF UHK ve spolupráci s partnery a pokračování realizace mediální kampaně. <i>Cíl 4 Realizace společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace</i> Výstup • Webová platforma k propagaci úspěšných absolventů HaSVO. Pokračování prezentace a aktualizace úspěšných absolventů za účelem změny vnímání a přínosu humanitního vzdělávání ve společnosti.
	2021	xx	xx
	2022	xx	xx

Přehled o udržitelnosti investice/aktivity	Uvedte, jak bude z rozvojového projektu podpořená investice/aktivita pokračovat a jakým způsobem bude finančně zabezpečena po ukončení rozvojového projektu.
	Projekt je zaměřen na zvýšení kvality absolventů filozofických fakult za pomoci zpětné vazby od zaměstnavatelů, resp. obrazu uchazečů na trhu práce. Výstupy realizované v rámci tohoto projektu budou dlouhodobě zohledňovány v činnostech FF UHK vůči uchazečům, pomohou lépe navázat a cílit spolupráci s trhem práce a klíčovými zaměstnavateli a umožní zejména zvýšit kvalitu nabízeného vzdělávání ve vztahu k následné uplatnitelnosti absolventů na trhu práce, což je dlouhodobým prioritním cílem univerzity. Marketingové výstupy k podpoře pozitivního vnímání absolventů HaSVO mezi uchazeči a veřejností jsou a budou fakultou realizovány i po skončení tohoto projektu.

Poznámka: V případě, že potřebujete sdělit další doplňující informace, uveďte je v příloze.

ROZPOČET DÍLČÍ ČÁSTI PROJEKTU		
	UHK	Požadavek na dotaci ze státního rozpočtu – ukazatel I (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky	0
1.1	Dlouhodobý nehmotný majetek (SW, licence)	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0
1.3	Ostatní technické zhodnocení	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem	1 115
	Osobní náklady:	
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	421
2.2	Ostatní osobní náklady (odměny z dohod o pracovní činnosti, dohod o provedení práce, popř. i některé odměny hrazené na základě nepojmenovaných smluv uzavřených podle zákona § 1746 odst. 2 č. 89/2012 Sb., občanský zákoník)	100
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	169
	Ostatní:	
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0
2.5	Služby a náklady nevýrobní	410
2.6	Cestovní náhrady	15
2.7	Stipendia	0
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	1 115

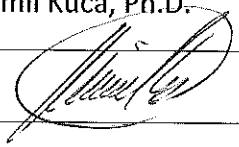
Zdůvodnění požadavků v jednotlivých položkách (přidejte řádky podle potřeby)				
Číslo položky (viz předchozí tabulka)	Název výdaje a jeho podrobné zdůvodnění	Cíl (uveďte cíl z tabulky „Cíle projektu“)	Výstup projektu (uveďte výstup z tabulky „Plnění kontrolovatelných výstupů“)	Částka (v tis. Kč)
2.1	Mzdy – obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za FF UHK (0,1 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 3 700,--), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 28 000,--) a dále projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 6 500,--) – pracovní náplň všech osob je podrobně uvedena v části Realizační tým	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	421
2.2	Ostatní osobní náklady – zahrnují náklady na IT pracovníka (DPČ v celkovém rozsahu 200 hodin, sazba Kč 350,--/hod.) a dále na Grafika (DPP v celkovém rozsahu 100 hodin, sazba Kč 300,--/hod.) - pracovní náplň těchto osob je podrobně uvedena v části Realizační tým	2, 3, 4	2, 3	100
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu – zahrnují výdaje na sociální a zdravotní pojištění (ve výši 34% z mezd a DPČ), zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele (ve výši 4,2 promile z mezd a DPČ)	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	169
2.4	Materiální náklady			0
2.5	Služby a náklady nevýrobní – zahrnují náklady na dodavatelsky prováděná sociologická šetření Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům Humanitních a společensko-vědních oborů (Kč 350 000,--) a dále náklady na propagaci (brožury, letáky, roll-upy, propagační předměty, placená inzerce na facebooku, monitoring tisku apod.) ve výši Kč 60 000,--	1, 3, 4	1, 3, 4	410
2.6	Cestovní náhrady – zahrnují náklady na cestovné a stravné realizačního týmu na schůzky konané v Ostravě či v Ústí nad Labem ve výši 2 x Kč 4 000,-- a dále náklady pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (cestovné, ubytování, stravné) ve výši Kč 7 000,--	1, 2, 3, 4	1, 2, 3, 4	15

Předpokládané zdroje financování projektu	
Uveďte, jaké jsou předpokládané zdroje financování rozvojového projektu (dotace ze státního rozpočtu, vlastní zdroje vysoké školy – uveďte jaké atd.).	
Zdroj financování	Částka (v tis. Kč)
Dotace ze státního rozpočtu – projekt CRP	1 115

Souvislost s ostatními podávanými projekty	Uveďte, zda je obsahově podobný projekt podáván současně v rámci centralizovaných rozvojových projektů na rok 2019.
---	---

Ne	Obsahově podobný projekt není na UHK v rámci centralizovaných rozvojových projektů na rok 2019 podáván.
----	---

Počet studentů, kteří jsou do projektu zapojeni/jichž se projekt týká	Uvedte, jaké je zapojení studentů v rámci projektu, ať již jako příjemci podpory a/nebo jestliže se podílí na řešení projektu (přidejte řádky dle potřeby).
XX	XX

Čestné prohlášení	Prohlašuji, že aktivity, na které škola žádá finanční dotaci v rámci rozvojového projektu, nejsou financovány z jiných zdrojů.	Jméno rektora:	Prof. Ing. Kamil Kuča, Ph.D.
		Podpis:	
		Datum:	21. 1. 2019
		Razítko školy:	Univerzita Hradec Králové Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové IČ: 62690094, DIČ: CZ62690094 