INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

Vliv Evropských strukturálních fondů na zvyšování kvality výuky

Influence of the European Structural Funds to improve the quality of teaching

Mgr. Ing. Olga Jurášková

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací

e-mail: ojuraskova@fmk.utb.cz

Abstrakt

Vysoké školy dnes mají možnost využívat financování svých projektů z Evropských strukturálních fondů, které otevírají výzvy a možnost podávání projektů v různých oblastech. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací se zapojila do několika projektů Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost a získala financování projektu Inovace výuky marketingových komunikací. Cílem tohoto projektu je zvýšit kvalitu výuky prostřednictvím odborných workshopů se specialisty z praxe, účastí studentů na odborných konferencích a seminářích a inovací studijních materiálů v oblasti projektového řízení.

Klíčová slova: Evropské strukturální fondy, inovace výuky, marketingové komunikace, odborné workshopy, odborné konference

Abstract

Universities now have the opportunity to use funding for their projects from the European Structural Funds, which open the possibility of administration of challenges and projects in various fields. Tomas Bata University in Zlin, Faculty of Multimedia Communications has been involved in several projects for OP Education for Competitiveness and Innovation project received funding of teaching marketing communications. The aim of this project is to improve the quality of teaching through professional workshops with specialists from practice, student participation at professional conferences and seminars, study materials and innovation in project management.

Key words: European Structural Funds, teaching innovation, marketing communications, training workshops, professional conferences

ÚVOD

Cílem projektu **Inovace výuky marketingových komunikací** je vzdělávat studenty oboru Marketingové komunikace, který je realizován na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, v souladu s požadavku trhu, novými trendy v oboru, posílit jejich kompetence, naučit je pracovat podle zásad projektového řízení a umožnit jim získat během studia praxi při řešení konkrétních zadání, kampaní a komunikačních strategií. Prakticky to znamená, že studenti mají možnost doplnit získané teoretické znalosti praktickými zkušenosti z workshopů, které vedou odborníci z různých oblastí marketingu a marketingových komunikací z praxe. Studenti si mohou vybírat z nabídky odborných školení, seminářů, konferencí, výstav a veletrhů, které mohou navštěvovat v rámci výuky a získávat tak cenné informace a zkušenosti. Díky tomu se mohou specializovat na oblast, která je profesně zajímá. Z workshopů a seminářů vzniknou multimediální výukové materiály, které zaručí kontinuitu předávaných informací a zkušeností a udržitelnost projektu pro další období. Studenti jsou tímto interaktivním způsobem vzděláváni v souladu s aktuálními trendy v oblasti marketingových komunikací a projektového řízení. Součástí projektu je interaktivní webový portál, který slouží jako informační kanál směrem ke studentům a současně vytváří prostředí, ve kterém mohou zaregistrované firmy vyhledávat mladé talenty mezi studenty oboru Marketingové komunikace a studenti mohou nabízet své dovednosti a kreativní přístup budoucím zaměstnavatelům. Realizace studentských stáží je pak vysoce ceněnou výhodou absolventů tohoto oboru při hledání zaměstnání, kdy absolventi mají kromě velmi dobré teoretické přípravy praktické znalosti oboru marketingových komunikací.

1 EVROPSKÉ STRUKTURÁLNÍ FONDY

Evropská unie prostřednictvím politiky soudržnosti usiluje o rovnoměrný hospodářský a společenský rozvoj všech svých členských států a jejich regionů. Cílem je zmírnit rozdíly v životní a ekonomické úrovni mezi chudšími a bohatšími zeměmi EU a zároveň zvýšit schopnost Evropské unie jako celku čelit výzvám 21. století. Ve středu zájmu spolu s důrazem na udržitelný růst, inovace a konkurenceschopnost stojí vytváření otevřené, flexibilní a soudržné společnosti s vysokou mírou zaměstnanosti.

Operační programy jako oficiální dokumenty schválené Evropskou komisí definují, které problémy chce Česká republika za prostředky získané z evropského rozpočtu řešit a čeho chce v programovém období 2007—2013 dosáhnout. Zajišťují, aby projekty nebyly k financování vybírány nahodile, nýbrž podle toho, zda pomáhají uskutečňovat strategické záměry.

Operační programy se dělí na prioritní osy, které konkrétněji vymezují, na co mohou být finance přidělené danému operačnímu programu vynaloženy. Prioritní osy se dále skládají z oblastí podpory, případně i z podoblastí podpory.

Každý subjekt, který chce požádat o finanční podporu z fondů EU, musí předložit projekt řídicímu orgánu operačního programu. Řídicími orgány operačních programů jsou u tématicky zaměřených OP resortní ministerstva, u územně vymezených OP regionální rady regionů soudržnosti, což jsou územní celky odpovídající jednomu nebo více českým krajům zřízené za účelem přijímání dotací z evropských fondů. (www.strukturalni-fondy.cz, aktualizováno 18. 10. 2009)

2 O PROJEKTU

Projekt **Inovace výuky marketingových komunikací** reálně a systematicky propojuje teoretickou rovinu výuky na VŠ s odbornou praxí, zajišťuje aktuální informace z různých oblastí marketingu, marketingových komunikací a dalších souvisejících oborů, pomáhá vyhledávat kontakty, navazovat partnerství s firmami, získávat jejich důvěru, vzájemně propojovat podnikatelské prostředí a VŠ a vytvářet prostor a podmínky pro spolupráci. Prostřednictvím workshopů a řízení projektů, řešením praktických úkolů, pomáhají odborníci z praxe studentům aplikovat nově nabyté poznatky v konkrétním úkolu, získávat zkušenosti a poznávat pracovní prostředí ještě v době studia, připravit se na řešení strategických i operativních úkolů. Odbornost a připravenost studentů na uplatnění v praxi prohlubují stáže ve firmách.

Díky navázání partnerství s poradenskou a vzdělávací firmou PM Consulting, která se podílí na realizaci projektu, a kontaktu s odborníky z praxe a jejich firmami a aktivní účasti při řešení případových studií v rámci workshopů, jsou studenti pro praxi lépe vybaveni, chápou obor v širších souvislostech, získávají přehled v multidisciplinárních oborech. Implementace projektového řízení do výuky, řešení praktických úkolů se zpětnou vazbou odborníka z praxe, orientace v trendech, možnost přizpůsobit obsah studia výběrem volitelných předmětů požadavkům z praxe, zjištěných na interaktivním portálu, přispívá ke zvýšené motivaci studentů k práci v oboru, vědě a zejména aplikovaném výzkumu.

Významným přínosem je také rozvoj schopností a dovedností potřebných pro práci v týmu, manažerských dovedností a klíčových kompetencí, například rozhodování, logické myšlení, systematický přístup, time management, komunikační, prezentační dovednosti a další, a také znalost a dovednosti v oblasti projektového řízení.

Projekt Inovace výuky marketingových komunikací posiluje klíčové kompetence, výrazně zvyšuje odbornost a míru specializace cílové skupiny, poskytuje zpětnou vazbu a doprovodné materiály pro další odborný růst cílové skupiny. Projekt umožňuje profesní orientaci v oblasti projektového řízení studentům, akademickým i ostatním pracovníkům. Tím se zvyšuje jejich konkurenceschopnost na trhu práce, odborná úroveň a přínos vzdělanostní ekonomice, která je jednou z priorit státu i Evropské unie. (www.inovacemk.cz/o projektu, aktualizováno 18. 10. 2009)

3 KLÍČOVÉ AKTIVITY

V rámci projektu Inovace výuky marketingových komunikací bylo definováno šest klíčových aktivit. První aktivitou je vzdělávání studentů v trendech marketingových komunikací, což znamená, že studenti mají možnost účastnit se odborných konferencí, seminářů, setkání a diskusí s odborníky z akademického prostředí i podnikatelské praxe. Další aktivitou je realizace workshopů v rámci zvyšování kvality výuky. Workshopy se specialisty z praxe přináší do jednotlivých vyučovaných předmětů jak v bakalářském, tak magisterském studiu nové trendy v dané problematice, seznamují studenty s aplikací teoretických poznatků do podnikatelské praxe a poskytují studentům cennou zpětnou vazbu na jejich vlastní názory, návrhy řešení a přístupy k dílčím úkolům. Na Fakultě multimediálních komunikací je věnována značná pozornost výuce projektového řízení a propojení teorie s praxí. Související aktivitou je tvorba opor pro inovaci výuky projektového řízení a inovace výuky a praxe

projektového řízení v rámci předmětu Komunikační agentura. Komunikační agentura je cvičnou agenturou pracující na principech reálné komunikační a kreativní agentury, ve které studenti pod vedením akademických pracovníků realizují studentské projekty. Ze všech realizovaných workshopů, seminářů a přednášek vzniknou výukové materiály, které zajistí dlouhodobost sdílených informací pro další studenty oboru Marketingové komunikace. Důležitou klíčovou aktivitou je vytvoření a spuštění interaktivního webu projektu, který slouží jako informační a komunikační platforma projektu. Součástí webu je databáze potenciálních zaměstnavatelů, která slouží studentům jako přehledný zdroj informací při hledání stáží či zaměstnání.

4 VÝSTUPY Z KLÍČOVÝCH AKTIVIT

V rámci projektu Inovace výuky marketingových komunikací bude v období květen 2009 až listopad 2011 inovováno 24 předmětů a bude vytvořen 1 zcela nový předmět. Bude proškoleno 660 studentů v trendech marketingových komunikací, 300 studentů v oblasti projektového řízení. Odborných konferencí se zúčastní 50 studentů a 30 akademických pracovníků. V oblasti zvyšování kvality výuky marketingových komunikací bude proškoleno a certifikováno 5 akademických pracovníků, v oblasti projektového řízení budou proškoleni a certifikováni 4 akademičtí pracovníci a 3 administrativní pracovníci. Vzniknou 3 studijní opory v oblasti projektového řízení a několik studijních opor v oblasti nových trendů v marketingových komunikacích. Vznikne 1 interaktivní web s databází potenciálních zaměstnavatelů. Projekt umožní vytvoření audiovizuálních záznamů workshopů, které slouží k udržitelnosti projektu. Zpětná vazba studentů na všechny akce v rámci projektu povede k udržení vysoké kvality nabízených akcí

ZÁVĚR

Jeden moudrý muž jednou řekl: „*Smyslem života je smysluplný život*“ (Robert Byrne). Smyslem práce projektového týmu, který po dobu osmi měsíců připravoval projekt Inovace výuky marketingových komunikací, byla snaha o vytvoření projektu, který přinese vysokou přidanou hodnotu do výuky, bude sloužit studentům i akademickým pracovníkům, bude vyhledávaným a respektovaným zdrojem poznání, informací, osobního a profesního růstu. O tom, že se podařilo vytvořit skutečně smysluplný projekt, svědčí nejen přidělení finanční dotace z Evropských strukturálních fondů, ale taky vysoký zájem studentům o jednotlivé klíčové aktivity projektu, jejich zapojení do projektu a velmi kladné hodnocení aktivit v rámci projektu. Projektový tým má za sebou kus práce s přípravou a startem projektu, ale ještě větší kus práce má před sebou – dovést projekt do úspěšného konce a s maximální mírou efektivity využít přidělenou finanční dotaci. Vytvořit tak podmínky pro trvalé zvyšování kvality vzdělávací procesu, která je prioritou každé vzdělávací instituce.

Tento příspěvek vznikl v rámci projektu OP VK.
Název projektu: Inovace výuky marketingových komunikací
Registrační číslo projektu: CZ.1.07/2.2.00/07.0043