

Karolína Oškerová, Gabriela Štvrtňová, Jan Valeš

## Nástroje a formy komunikace směrem k obecné veřejnosti

Cílem tohoto projektu je oslovit jiné skupiny než studenty a zvýšit povědomí o Studentském Brně. Vytvořením poutavých akcí docílíme toho, že se budou studenti i veřejnosti podílet na společných projektech.

Nabízejí se tyto možnosti komunikace: média (tisk, online, interaktivní); sociální sítě (facebook, instagram, twitter, ...); grafická propagace (letáky, plakáty, reklamy na internetu, bannery, ...); osobní kontakt, popřípadě zprostředkování vzájemné komunikace mezi studenty a veřejností.

Strategii komunikace s veřejností (mimo studenty) lze pojmut formou akcí, které vyvolají reakci – jednak medializací, jednak propagací mezi cílovými skupinami. Sociální sítě využívají zejména mladí lidé a studenti, mezi staršími generacemi nejsou příliš populární, tudíž volíme hlavně formu osobního kontaktu a vzájemné komunikace.

Cílové skupiny rozlišujeme:

A) Podle věku

- a) Mladí pracující (18-30 let)
- b) Pracující, lidé s rodinou (30-45 let)
- c) Lidé ve středním věku (45-60)
- d) Starší (60+)

B) Podle vztah ke studentům

- a) Bližší vztah (přátelé, zaměstnavatelé, rodiče, prarodiče)
- b) Beze vztahu ke studentům

Důležité je, aby se studenti a členové Studentského Brna podíleli na propagaci projektu sami, a to prostřednictvím míst, kde se setkávají s našimi cílovými skupinami. Těmito místy jsou myšleny **kavárny, bistra, restaurace, bary, kluby, galerie, divadla**.

Jako formu komunikace upřednostňujeme **projekce, přednášky a jazykové workshopy**, jelikož předpokládáme, že to je běžnou praxí mnoha kaváren a dalších podniků. Navíc by to bylo přínosné pro obě strany.

Projekce: promítání dokumentů; filmové kluby; natočenými prezentacemi odborníků; poskytnutí možnosti se prosadit začínajícím režisérům, scénáristům.

### **Studenti lidem i naopak**

Přednášky mohou být jednak jednotlivým projekcím, jednak bychom vytvořili sérii přednášek, jež by předávaly znalosti z různých oborů. Jednalo by se o přednášky zájemců, kteří mají co nabídnout. Postupovalo by se formou žádosti a prokázání, že člověk má co říct. Spektrum by bylo bohaté (koníčky, jakékoli zkušenosti, prezentace odborníků, umělců, literární čtení). Zapojily by se tak všechny cílové skupiny i studenti. > Vyžadovat od lidí zpětnou vazbu.

S tím se pojí následná medializace. Listy zadarmo **Šalina** (pod záštitou DPMB) a **Metro**, dále brněnský **Deník Rovnost**, na kterém se z velké části podílejí praktikanti z Masarykovy univerzity a cílová skupina jsou spíše starší generace.

### **Jazykové workshopy**

Mnoho lidí ve středním či starším věku nemělo možnost učit se většině cizích jazyků. Mladí lidé se naopak věnují studiu zejména anglického jazyka už od prvních tříd základních škol. Své znalosti tak mohou předat starší generaci, která tyto možnosti neměla.

Angličtina se v současné době velmi používána v běžném životě a setkáváme se s ní na každém kroku.

Anglická výuka pro veřejnost by probíhala formou dobrovolnické činnosti. Pravidelné hodiny by se mohly konat například v kavárnách či jiných podnicích, které by se Studentským Brnem dlouhodobě spolupracovaly.

## **Dlouhodobé projekty**

Součástí akcí a událostí bude propagace stávajících projektů například ve formě zmínky nebo spotu (video, elektronický plakát) v úvodu projevu. Projekty, které dokáže ocenit kromě studentů i veřejnost, jsou revitalizace podchodu a zvýšení bezpečnosti na tř. Generála Píky, zvyšování pointů s pitnou vodou a studentské odpadkobraní.

## **Komentář**

Obecně se mi líbí strukturovaný začátek i to, že ukazujete, jakým způsobem jste uvažovali a z čeho jste vycházeli – to je důležité i při komunikaci s klientem. Celkově mi však přijde, že některé věci nejsou úplně rozpracované, spíš jen tak „naťuknuté“ – navíc nevím, jestli by ve výsledku nebylo spíše matoucí využití přednášek a jazykové výuky. Aby si potom veřejnost nespojila Studentské Brno s jazykovou výukou, to není totiž úplně to, o co se SB snaží. Co by se mi naopak líbilo, tak besedy s autory jednotlivých projektů.