

VYSOKÁ ŠKOLA: OSTRAVSKÁ UNIVERZITA**Rozvojový projekt na rok 2016****Formulář pro závěrečnou zprávu****Program:** Program na podporu vzájemné spolupráce vysokých škol**Tematické zaměření:****Název projektu: Study in Ostrava****Období řešení projektu:**

Od: 1. 1. 2016

Do: 31. 12. 2016

Dotace (v tis. Kč)**Celkem:****V tom běžné finanční prostředky:****V tom kapitálové finanční prostředky:**

Požadavek

3 912

3 912

0

Čerpáno

3 912

3 912

0

ZÁKLADNÍ INFORMACE**Hlavní řešitel****Kontaktní osoba****Jméno:**

doc. Mgr. Daniel Jandačka, Ph.D.

Mgr. Monika Šumberová

Podpis:**Fakulta/Součást****Adresa/Web:**

www.osu.cz

www.osu.cz

Telefon:

553 461 007

553 461 003

E-mail:

daniel.jandacka@osu.cz

monika.sumberova@osu.cz

Jméno rektora:

prof. MUDr. Jan Lata, CSc.

Podpis:**Datum:****Razítko školy:**

ZPRÁVA O PRŮBĚHU ŘEŠENÍ PROJEKTU – OSTRAVSKÁ UNIVERZITA

Cíle projektu

Uvedte předem stanovené cíle a u každého z nich uveďte, do jaké míry byl splněn, případně důvod, proč splněn nebyl.

Cílem projektu bylo vytvořit příznivé podmínky pro internacionální spolupráci a přívětivé prostředí mimo jiné i pro zahraniční studenty a koordinovanými aktivitami posílit mezinárodní informovanost o ostravských vysokých školách, tj. VŠB-TUO a OU, jejímž důsledkem bude větší podíl zahraničních studentů na obou univerzitách. Pro OU, která dosud nemá v sídle univerzity samoplátce, to znamenalo zejména zajištění překladů relevantních vnitřních norem, přípravu celouniverzitní procedury pro přijímání studentů, vytvořit propagační materiály pro potenciální uchazeče, prezentovat OU na vybraných veletrzích a portálech a zanalyzovat současnou nabídku cizojazyčných předmětů a připravit moduly pro krátkodobé pobyty samoplátců. Všechny dílčí cíle byly naplněny.

1. Zkvalitnit anglickou prezentaci studia na OU pro zahraniční zájemce a její propojení s oficiálním portálem www.studyin.cz

Cíl byl splněn na 100 %.

OU vytvořila nové webové stránky www.study.osu.eu, kde kromě základních informací o univerzitě, městě Ostravě apod. nabízí strukturované informace o možnosti studia na OU v cizích jazycích (samoplátci, výměnní studenti, krátkodobé kurzy, vč. mezinárodní letní školy). Zároveň připravila informace o jednotlivých nabízených studijních programech, které jsou propagovány na portále studyin.cz – oba portály jsou vzájemně propojeny.

2. Vytvoření marketingové strategie

Cíl byl splněn na 100 %.

Pro přípravu mezinárodní marketingové strategie byla ustavena pracovní skupina – prorektor pro mez. vztahy, proděkan pro zahr. vztahy, vedoucí International Office, vedoucí PR oddělení – která se pravidelně scházela, vč. výjezdního zasedání, kterého se zúčastnili také referenti pro zahr. vztahy jednotlivých fakult a hosté z partnerských univerzit v ČR (členové Aliance center pro mez. vztahy). Na základě důkladné analýzy současného stavu a rovněž vývoje počtu, původu a zaměření studia zahr. studentů na OU za posledních 5 let byla připravena marketingová strategie, která je chápána jako prostředek, nástroj k nastavení vnitřních procesů univerzity, které mají reagovat na poptávku z vnějšího prostředí a generovat adekvátní nabídku, odpovídající stanoveným rozvojovým cílům univerzity v oblasti internacionalizace, vzdělávání a vědy.

3. Prezentace OU na zahraničních veletrzích

Cíl byl splněn na 100 %.

OU se v roce 2016 poprvé zúčastnila veletrhů vysokoškolských institucí v několika regionech světa a také jednoho studentského veletrhu, na kterých aktivně prezentovala univerzitu a nabídku pro zahr. studenty. Na základě této zkušenosti si OU vyhodnotila priority své účasti na veletrzích v následujících letech.

4. Cílené oslovení zahraničních studentů prostřednictvím náborové agentury

Cíl splněn částečně.

V průběhu roku 2016 byla vybrána náborová agentura a vyjednány podmínky, za jakých bude nábor studentů do vybraných studijních programů probíhat. Finální text smlouvy byl připraven a oběma stranami byla odsouhlasena spolupráce pro následující akademický rok. Aktivity plynoucí z naplňování smlouvy budou hrazeny z vlastních zdrojů OU.

Plnění kontrolovatelných výstupů	Uvedte stanovené kontrolovatelné výstupy projektu a do jaké míry byly splněny, případně důvod, proč splněny nebyly.							
	<p>1. Úprava anglických mutací webových stránek OU</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Byly připraveny nové webové stránky OU v angličtině. Pro potřeby cílené nabídky studijních programů, výměnných programů i krátkodobých kurzů, vč. letní školy, byly připraveny a přeloženy podkladové materiály. Stránky obsahují také kontakty na odpovědné pracovníky na jednotlivých součástech univerzity. Pro potřeby letní školy byly připraveny samostatné stránky www.iss-ostava.cz, které zastřešují veškeré letní školy pořádané ostravskými univerzitami.</p> <p>2. Informace pro portál Study in the Czech Republic</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Informace pro portál byly dodány v požadované struktuře a obsahu. Stránky portálu jsou propojeny se stránkami univerzity.</p> <p>3. Marketingová strategie pro získávání zahraničních studentů</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Na marketingové strategii se aktivně podíleli zástupci všech fakult i PR oddělení. Byl zohledněn rozdílný přístup k různým cílovým skupinám a jim přizpůsobeny propagační materiály (webová stránka, brožura o OU pro partnery pro účast OU na veletrzích, vějíře pro studenty pro účast OU na studentských veletrzích, materiály pro portály a náborové agenty atd.).</p> <p>4. Účast na zahraničních veletrzích a veletrzích</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Zástupci OU se zúčastnili následujících veletrhů a konferencí: NAFSA, EAIE, IUNC Latin America, IUNC MidEast and Africa, Korea Study Abroad Fair, EUPRIO, kde univerzita byla prezentována na stáncích (na některých společně s ostatními zúčastněnými pod hlavičkou Study in the Czech Republic) a posterech/roll-upech. Na těchto akcích byla navázána spolupráce s náborovým agentem a zástupci portálů Studyportals a Keystone (realizován zkušební provoz, tzv. trial).</p> <p>5. Uzavření smlouvy se zahraniční náborovou agenturou</p> <p>Výstup byl splněn částečně.</p> <p>Byla navázána spolupráce s agenturou European Study Centre, jejíž ředitel se zúčastnil jednání s International Office jak v rámci veletrhů, tak i na půdě OU. Finální text smlouvy byl připraven a oběma stranami byl odsouhlasen rozsah vzájemné spolupráce. Z důvodu překážek na straně OU dojde k samotnému podpisu smlouvy v roce 2017.</p>							
Změny v řešení	Pokud došlo v průběhu řešení ke změnám, uveďte je, vysvětlete příčinu, v případě, že jste žádali o jejich povolení MŠMT, uveďte č. j. vyřízení této žádosti.							
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="296 1671 373 1733">č.</th> <th data-bbox="373 1671 927 1733">Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="296 1733 373 1939">1</td> <td data-bbox="373 1733 927 1939">Prostředky na zajištění stánku na veletrhu ve výši 480 tisíc Kč byly na základě kladně vyřízené žádosti využity na jiné služby, a to zejména zaplacení konferenčních poplatků na veletrhy a konference, zajištění překladů vnitřních norem, tvorba a tisk propagačních materiálů (výše položky na služby nebyla změněna).</td> </tr> <tr> <td data-bbox="296 1939 373 2065">2</td> <td data-bbox="373 1939 927 2065">Vyjmutí konferenčních poplatku z položky cestovné do položky služby z důvodu nevyužití prostředků na pořízení stánku ve výši 480 tisíc Kč. Uvolněné prostředky byly využity na</td> </tr> </tbody> </table>	č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	1	Prostředky na zajištění stánku na veletrhu ve výši 480 tisíc Kč byly na základě kladně vyřízené žádosti využity na jiné služby, a to zejména zaplacení konferenčních poplatků na veletrhy a konference, zajištění překladů vnitřních norem, tvorba a tisk propagačních materiálů (výše položky na služby nebyla změněna).	2	Vyjmutí konferenčních poplatku z položky cestovné do položky služby z důvodu nevyužití prostředků na pořízení stánku ve výši 480 tisíc Kč. Uvolněné prostředky byly využity na	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT) Žádost o změnu schválena. (MSMT-26190/2016-1) OU nezajišťovala samostatný stánek k zajištění své účasti na veletrzích a konferencích. Prezentovala se zejména pod hlavičkou DZS a značky Study in the Czech Republic. Prostředky využila na prezentaci OU na 2 konferencích IUCN a 1 studentském veletrhu, čímž si zajistila ucelenou představu o situaci vysokého školství v jednotlivých regionech a závěry využila pro přípravu mez. marketingové strategie. Prostředky byly dále využity k organizaci
č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)							
1	Prostředky na zajištění stánku na veletrhu ve výši 480 tisíc Kč byly na základě kladně vyřízené žádosti využity na jiné služby, a to zejména zaplacení konferenčních poplatků na veletrhy a konference, zajištění překladů vnitřních norem, tvorba a tisk propagačních materiálů (výše položky na služby nebyla změněna).							
2	Vyjmutí konferenčních poplatku z položky cestovné do položky služby z důvodu nevyužití prostředků na pořízení stánku ve výši 480 tisíc Kč. Uvolněné prostředky byly využity na							

	prezentaci OU na nově identifikovaných veletrzích a konferencích (výše položky na cestovné nebyla změněna) a zajištěním cesty na účastníků na výjezdní zasedání prac. skupiny pro mez. marketingovou strategii.	výjezdního zasedání prac. skupiny pro přípravu mez. marketingové strategie.
Přehled o pokračujícím projektu	Pokud se jedná o pokračující projekt, uveďte, od kdy se realizuje a kolik finančních prostředků již bylo vyčerpáno. V případě, že je plánováno pokračování projektu v dalších letech, uveďte výhled do budoucna.	
	Rok realizace	Čerpání finančních prostředků (souhrnný údaj)
		Poznámka (případně výhled do budoucna)

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

VYSOKÁ ŠKOLA:

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

Rozvojový projekt na rok 2016

Formulář pro závěrečnou zprávu

Program: Program na podporu vzájemné spolupráce vysokých škol

Tematické zaměření:

Název projektu: STUDY IN OSTRAVA

Období řešení projektu: Od: 1. 1. 2016 Do: 31. 12. 2016

Dotace (v tis. Kč)	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Požadavek	2 050	2 050	0
Čerpáno	2 050	2 050	0

ZÁKLADNÍ INFORMACE

	Hlavní řešitel	Kontaktní osoba
Jméno:	prof. Ing. Jaromír Gottvald, CSc.	Bc. Daniel Casten
Podpis:		
Fakulta/Součást		
Adresa/Web:	www.vsb.cz	www.vsb.cz
Telefon:	596993710	596994380
E-mail:	jaromir.gottvald@vsb.cz	daniel.casten@vsb.cz

Jméno rektora:	prof. Ing. Ivo Vondrák, CSc.
Podpis:	
Datum:	
Razítko školy:	

ZPRÁVA O PRŮBĚHU ŘEŠENÍ PROJEKTU

Cíle projektu	Uvedte předem stanovené cíle a u každého z nich uveďte, do jaké míry byl splněn, případně důvod, proč splněn nebyl.
	<p>Cílem tohoto projektu bylo podpořit aktivity vedoucí ke zvýšení počtu zahraničních studentů na ostravských univerzitách a tím i na VŠB – TU Ostrava a současně i našich českých studentů v zahraničí. Rostoucí počet přijíždějících i vyjíždějících studentů zvyšuje kvalitu studia na domácích univerzitách a také jejich prestiž v zahraničí. Tento projekt byl rovněž reakcí na aktivity DZS „Study in Czech Republic“, tedy nejen poukázat na celou republiku jako dobré místo ke studiu, ale přiblížit studentům Ostravu, jako dobrou adresu ke studiu. Vzhledem k tomu, že se OU a VŠB – TUO navzájem doplňují ve svých studijních programech, bude efekt jejich aktivit na univerzitách o to větší.</p> <p>1. Zkvalitnit anglickou prezentaci studia na VŠB – TU Ostrava pro zahraniční zájemce a její propojení s oficiálním portálem www.studyin.cz</p> <p>Cíl byl splněn na 100%.</p> <p>Počet zahraničních studentů přijíždějících na krátkodobé pobyty/studia se postupně zvyšoval a stále narůstá. Počet studentů na dlouhodobá graduační studia a také na letní školy však byl nízký. Proto se projekt zaměřil na aktivity v této oblasti, propagace studií pro samoplátce, ale jiné druhy dlouhodobých studií. K tomu byly vytvořeny nové propagační materiály propagující studium v Ostravě, nové webovské stránky, do hloubky propracované materiály o univerzitě na webových portálech a propojení informací s portálem studyin.cz.</p> <p>2. Vytvoření marketingové strategie – získávání zahraničních studentů</p> <p>Cíl byl splněn na 100%.</p> <p>Nová marketingová strategie je založená na propagaci studia v zahraničí akcemi, které respektují požadavky různých cílových skupin studentů se zaměřením na studenty dlouhého magisterského a doktorského studia v tomto roce a také podle formy úhrady školného nebo na základě výměny studentů mezi univerzitami. Součástí strategie je rovněž zapojení univerzity do světových rankingů, které významně zvyšují prestiž a povědomí o univerzitě mezi studenty a akademickým světem. Strategie měla úspěch, jen v roce 2016 došlo k výraznému nárůstu počtu těchto studentů na téměř dvojnásobek, přičemž hlavní efekt očekáváme od příštího školního roku, tedy 2017/2018. Také zapojení univerzity do světových rankingů je pevné.</p> <p>3. Prezentace naší univerzity na zahraničních veletrzích</p> <p>Cíl byl splněn na 100%.</p> <p>Smysl prezentace univerzity na zahraničních veletrzích velmi úzce souvisí s propagací naší univerzity v zahraničí a se schopností získávat zahraniční studenty na všechny formy studia. Proto dlouhodobě budujeme pozitivní image univerzity v zahraničí účastí na veletrzích (viz dále), recepcí, kterou pořádáme pro své partnery a potenciální partnery na veletrhu EAIE, propagačními stánky, propagačními postery apod..</p> <p>4. Cílené oslovení zahraničních studentů prostřednictvím náborových agentur</p> <p>Cíl byl splněn na 100%.</p> <p>Na základě uzavřené smlouvy s Agenturou ESC (European Study Centre) jsme uskutečnili propagační cestu zástupců univerzity v 5 velkých městech Indie organizovanou agenturou, kde proběhl veletrh univerzit s přístupem studentů, živá televizní vystoupení, náborové mítinky se studenty a jejich rodiči, osobní konzultace o možnostech studia, podmínkách a dalších podmínkách studia. Ještě v roce 2016 bylo podáno 20 přihlášek ke studiu na magisterském stupni studia.</p>

Plnění kontrolovatelných výstupů	Uvedte stanovené kontrolovatelné výstupy projektu a do jaké míry byly splněny, případně důvod, proč splněny nebyly.		
	<p>1. Průběžné úpravy anglických mutací webových stránek univerzity</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Anglické webovské stránky univerzity byly doplněny a aktualizovány pro potřeby studia graduačního, pro studenty krátkodobých studií (zejména Erasmus), a také pro letní školy.</p> <p>2. Informace pro portál Study in the Czech Republic</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Informace pro portál byly dodány v požadované struktuře a obsahu, stránky portálu jsou propojeny se stránkami univerzity tak, aby student byl schopen rychle a efektivně získat požadované informace a také se mohl kontaktovat s odpovědnými pracovníky na univerzitní i fakultní úrovni.</p> <p>3. Marketingová strategie pro získávání zahraničních studentů</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Marketingová strategie byla budována na rozdílném přístupu ke studentům krátkých studií, dlouhých studií a letních škol. Tomuto novému systému byly přizpůsobeny propagační materiály (STUDY IN OSTRAVA), webovské stránky, účast na veletrzích a konferencích, propagace studia v zahraničí a celý systém práce se studenty, kteří mají zájem studovat na univerzitě.</p> <p>4. Účast na zahraničních veletrzích a konferencích</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Pracovníci International office se zúčastnili veletrhů NAFSA, EAIE, BMI, EU - Indie a THE, kde univerzita byla prezentována na stáncích, posterech, prezentacích studentům, univerzitám za účelem získávání zahraničních studentů ke studiu na TUO, spolupráce mezi univerzitami v široké škále aktivit, agenturám, které mohou univerzitu zastupovat při náboru studentů ke studiu.</p> <p>5. Uzavření smlouvy se zahraniční náborovou agenturou</p> <p>Výstup byl splněn.</p> <p>Byla uzavřena smlouva s agenturou ESC, se kterou byla zahájena okamžitá spolupráce. Byla prodloužena smlouva s portálem Keystone – Masterstudies.com a uzavřeny nové smlouvy s portály Studyportals a Viva Mundo.</p>		
Změny v řešení	Pokud došlo v průběhu řešení ke změnám, uveďte je, vysvětlete příčinu, v případě, že jste žádali o jejich povolení MŠMT, uveďte č. j. vyřízení této žádosti.		
	č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)
	1	Stipendia pro 3 studenty, podíl na úpravách webu, podkladových materiálech nebyly potřeba a stipendia byly použity pro 4 studenty za vedení klubu Erasmus Student Network VŠB-TUO, pořádání akcí pro zahraniční studenty – Orientation Days, Summer buddy Camp, zajišťování fungujícího buddy systému.	Nebylo potřeba využít studenty na přípravu podkladových materiálů, ale naopak, vzhledem k rostoucímu počtu zahraničních studentů byly stipendia vyplaceny studentům na uvedené aktivity, které byly velmi potřebné.

Přehled pokračujícím projektu	Pokud se jedná o pokračující projekt, uveďte, od kdy se realizuje a kolik finančních prostředků již bylo vyčerpáno. V případě, že je plánováno pokračování projektu v dalších letech, uveďte výhled do budoucna.		
	Rok realizace	Čerpání finančních prostředků (souhrnný údaj)	Poznámka (případně výhled do budoucna)

**Specifikace čerpání finanční dotace na řešení projektu
(vyplnit za celý projekt)**

		Přidělená dotace na řešení projektu - ukazatel I (v tis. Kč)	Čerpání dotace (v tis. Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky celkem	0	0
1.1	Dlouhodobý nehmotný majetek (SW, licence)		
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)		
1.3	Stavební úpravy		
2.	Běžné finanční prostředky celkem	3 912	3 912
	Osobní náklady:		
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	231	200
2.2	Odměny dle dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr	0	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	79	68
	Ostatní:		
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	150	131
2.5	Služby a náklady nevýrobní	1532	1563
2.6	Cestovní náhrady	1845	1845
2.7	Stipendia	75	75
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	3 912	3 912

Bližší zdůvodnění čerpání v jednotlivých položkách (přidejte řádky podle potřeby)

Číslo položky (viz předchozí tab.)	Název výdaje a jeho zdůvodnění	Částka (v tis. Kč)
2.1	Mzdy OU – programátor – tvorba nových webových stránek v AJ, propojení dat mezi webem OU a národními weby; vedoucí International Office – koordinace přípravy mez. marketingové strategie; proděkan pro zahr. vztahy, vedoucí PR oddělení – odměny za přípravu podkladů pro tvorbu marketingové strategie	200
2.2	OON OU – 3 osoby zapojeny do tvorby a správy webové stránky study.osu.eu	30
2.3	Odvody z položky 2.1 ve výši 34 %	68
2.4	Materiální náklady VŠB - propagační materiály tj. samolepky a panely pro stánek Indie, tonery. OU – tvorba a tisk propagačních materiálů.	131 25 106
2.5	Služby VŠB – zavedení VŠB-TUO na „portal.studyin.cz“, víza, očkování, služby spojené s cestou do Dominikánské republiky, vložné a poplatky NAFSA, EAIE, ICEF, Expo Posgrads, kurzové ztráty a zisky, tisk propagačních materiálů. OU – zavedení do vyhled. modulu Study in, překlady podkladů pro tvorbu webu, překlady vnitřních norem OU, konferenční poplatky spojené s účastí zástupců OU na veletrzích a konferencích NAFSA, EAIE, IUCN Latin America, IUCN Mid East and Africa, EUPRIO, pojištění, víza, poplatky za nadměrná zavazadla pro potřeby zajištění propagačních materiálů na veletrhy, jazykové kurzy pro pracovníky úseku mez. vztahů.	1 563 895 668
2.6	Cestovné VŠB – letenky, stravné a kapesné, pojištění, víza, poplatky za nadváhu při přepravě věcí na veletrhy, ubytování a místní přepravné, celkem pro 17 cest. OU – letenky, stravné, ubytování a místní doprava, celkem 15 zahr. cest.	1 845 1 080 765
2.7	Stipendia VŠB - pro 4 studenty za vedení klubu Erasmus Student Network VŠB-TUO, pořádání akcí pro zahraniční studenty – Orientation Days, Summer Camp, zajišťování fungujícího buddy systému. OU – 2 stipendia podílejících se na přípravě webových stránek a podkladů pro propagační materiály.	75 50 25