

VŠ:	Ostravská univerzita		
Rozvojový projekt na rok 2020			
Formulář pro závěrečnou zprávu			
Program:			
Tematické zaměření:	e) posilování společenské odpovědnosti vysokých škol		
Název projektu:	Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd II.		
Období řešení projektu:	Od: 1.1.2020	Do: 31.12.2020	
Dotace v tis. Kč:	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Požadavek	1092	1092	0
Čerpáno	1092	1092	0
Základní informace			
	Hlavní řešitel		Kontaktní osoba
Jméno:	PhDr. Daniela Rywiková, Ph.D.		PhDr. Daniela Rywiková, Ph.D.
VŠ:	Ostravská univerzita		Ostravská univerzita
Adresa/Web:	Dvořákova 7, 701 03 Ostrava / www.osu.cz		Dvořákova 7, 701 03 Ostrava / www.osu.cz
Telefon:	+420 553 46 2001		+420 553 46 2001
E-mail:	daniela.rywikova@osu.cz		daniela.rywikova@osu.cz
ZPRÁVA O PRŮBĚHU ŘEŠENÍ PROJEKTU			
Cíl projektu	Uveďte stanovený cíl a uveďte, do jaké míry byl splněn, případně důvod, proč splněn nebyl.		
<i>Cíl I Realizace panelových diskusí za účelem zprostředkování kontaktu mezi zaměstnavateli a humanitně orientovanými fakultami v návaznosti na výsledky sociologických šetření</i>	FF OU realizovala panelovou diskusi 12. 11. v aule OU, z důvodu vládních opatření proti šíření nemoci covid 19 byla diskuze bez přítomnosti publika, byla živě vysílána prostřednictvím sociálních sítí, přičemž živého online vysílání se zúčastnilo přibližně 40 sledujících, kteří se prostřednictvím živého chatu dotazovali hostů - zástupců z řad potenciálních zaměstnavatelů, zástupce Moravskoslezského kraje a odpobrníků na HR problematiku. Záznam dosud shlédlo přes 900 diváků. Předmětem diskuse bylo nastínění aktuální situace na trhu práce ve vztahu ke studentům a absolventům HaSVO. Diskutující přednesli hlavní očekávání od studentů a absolventů HaSVO a uvedli nejžádanější znalosti a kompetence. Diskuze vycházela z poznatků a výstupů předchozího projektu v roce 2019. Stanovený cíl byl splněn.		
<i>Cíl II Podpora zaměstnanosti absolventů humanitních fakult prostřednictvím organizace platformy pro setkávání zaměstnavatelů s absolventy, resp. uchazeči o zaměstnání</i>	Burza práce na FF OU se z důvodu vládních opatření proti šíření nemoci covid 19 uskutečnila virtuálně na kariérním portále Job Teaser, který byl spuštěn pro tyto účely na podzim 2020. V období od 19. - 23. 10. se v rámci tohoto portálu uskutečnila samotná burza práce, kde docházelo k virtuálnímu setkání a zprostředkování pracovních nabídek mezi zaměstnavateli MSK a studenty HaSVO. Spuštění samotného kariérního portálu v rámci struktur Filozofické fakulty OU umožnilo propojení více než 650 aktivních uživatelů - zaměstnavatelů, studentů a absolventů a jejich počet se stále navyšuje. Burza práce je periodicky opakována a zajišťuje nábor dalších zaměstnavatelů a studentů do této platformy. Tyto aktivity budou přetrvávat i po skončení projektu. Stanovený cíl byl splněn.		
<i>Cíl III Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru</i>	FF OU navázala na předchozí projekt a pokračovala v aktivní medializaci HaSVO za účelem šíření pozitivního obrazu a zvyšování prestiže HaSVO. K tomuto účelu využívala všech moderních a dostupných informačních kanálů jako jsou sociální sítě, webové stránky, cílená PR propagace a tištěná periodika. Hlavní důraz byl kladem na multimediální prostor, zejména na videospoty a vizualizaci všech výstupů. Propagace byla cílená na nejširší veřejnost, která byla pravidelně seznamována s úspěchy studentů a absolventů HaSVO, rovněž popularizační formou s vědeckými výstupy HaSVO. Velká část financí byla alokována do vizuálně atraktivní mediální kampaně, která proběhla v období 20. 10. do 21. 11. a která umožnila zacílit na široké spektrum uživatelů internetu. Stanovený cíl byl splněn.		
<i>Cíl IV Realizace společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace</i>	FF OU se aktivně podílela na obsahu a nové podobě webové platformy humanitky.cz, který vznikl v předchozím projektu v roce 2019. Webové stránky byly vizuálně inovovány, aby korespondovaly s vizuální podobou kampaně. V rámci inovací došlo ke změně struktury a designu webu, k rozšíření obsahové náplně a celkovému zatraktivnění webu pro běžného uživatele internetu. Obsah byl upraven s ohledem na cílovou skupinu a ve spolupráci s mediální agenturou, která byla vybrána na základě výběrového řízení. Stanovený cíl byl splněn.		

Plnění výstupů projektu	Uveďte výstupy projektu a do jaké míry byly splněny, případně důvod, proč splněny nebyly.	
<i>Organizované panelové diskuze</i>	<p>Interaktivní panelová diskuze s HR pracovníkem personální agentury Grafton Recruitment, s recruitment leaderem společnosti OKIN BPS, se zástupkyní Moravskoslezského inovačního centra a odborníci na HR problematiku FF OU.</p> <p>Diskuze vycházela z poznatků sociologického šetření konaného v prvním roce trvání projektu a její obsah byl orientován na problematiku uplatnitelnosti absolventů HaSVO na trhu práce a jejich schopnost naplnit současné potřeby a požadavky zaměstnavatelů MSK. Cílem bylo propojení absolventů a zástupců zaměstnavatelů, zjištění potencionálního zájmu o absolventy HaSVO v MSK, zjištění výhledů na trhu práce v MSK v nadcházejícím období, jaká jsou očekávání zaměstnavatelů a jaké jsou stávající zkušenosti s absolventy HaSVO, jaká jsou doporučení zaměstnavatelů, firem i MSK pro další strategii ve vzdělávání studentů HaSVO v daném regionu, jaké jsou nejžádanější dovednosti a kompetence absolventů HaSVO a které je třeba nadále prohlubovat během vzdělávání. Diskuze byla živě sdílena prostřednictvím sociálních sítí a s možností interaktivní diskuze pomocí chatu s řečníky, diskuze byla zaznamenána a dále propagována prostřednictvím soc. sítí a je možné ji sledovat ze záznamu na oficiálních sociálních sítích Ostravské univerzity. Diskuze naplnila plánovaný smysl a účel, došlo k interaktivnímu propojení mezi řečníky (zástupci zaměstnavatelů) a studenty a absolventy. Odkaz na živé vysílání na Facebooku Filozofické fakulty OU: https://www.facebook.com/189241807795290/videos/1119707558459997</p>	
<i>Burzy práce</i>	<p>Na základě rešerší a inspirace v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí, které bylo realizováno v prvním roce trvání tohoto projektu byl vytvořen kariérní portál Job Teaser, jehož prostřednictvím dochází k virtuálnímu propojení zaměstnavatelů, studentů i absolventů, a to jak v tuzemsku, tak v zahraničí. Job Teaser zastřešuje všechny studenty Ostravské univerzity, kteří mají možnost si na této platformě vytvořit osobní kariérní profil. OU aktivně vyhledává zaměstnavatele, kteří prostřednictvím tohoto portálu mohou sdílet nabídky práce, prezentace a stáže a zároveň vyhledávat nové talenty z řad studentů a absolventů HaSVO. Jedná se o moderní organickou platformu využívající principy sociálních sítí, která je využívána řadou zahraničních univerzit a slouží pro účely zprostředkování práce a nastartování kariéry. Portál je uzavřen pro širokou veřejnost, prezentovat se tak mohou jen registrovaní uživatelé (zaměstnavatelé), studenti a absolventi OU. Obsah je neustále aktualizován a měněn podle aktuální potřeby trhu, zaměstnavatelů, studentů a absolventů, přičemž Ostravská univerzita se ocitá v roli správce této kariérní platformy. Prostřednictvím tohoto portálu proběhly virtuální kariérní dny, na nichž měly firmy možnost virtuální prezentace a sdílení nabídek práce a stáží. Prostřednictvím tohoto portálu dochází k virtuálním kariérním dnům, a to i po skončení trvání tohoto projektu. Job Teaser bude nadále rozšiřován a obohacován o další zaměstnavatele, studenty i absolventy a stane se nedílnou součástí studentského života na OU i spolupráce mezi univerzitou a zaměstnavateli v tuzemsku i v zahraničí.</p>	
<i>Mediální kampaň</i>	<p>OU navázala na započatou kampaň z předchozího projektového období a pokračovala v posilování brandingů a pozitivního mediálního obrazu HaSVO, k čemuž sloužil především webový portál humanity.cz, webové stránky OU, fakultní magazín OFFline a sociální sítě participantů, na nichž proběhla cílená mediální kampaň. Součástí kampaně byly dva nové videospoty s tematikou učitelství a psychologie i stávající videospoty z předchozího projektového období. I nadále byly zveřejňovány rozhovory s úspěšnými absolventy, medailony, popularizační články apod. Za účelem propagace těchto výstupů byla naplánována a zrealizována mediální kampaň na sociálních sítích všech zúčastněných univerzit, která byla cílená na širokou veřejnost, čímž cíleně šířila povědomí o problematice HaSVO mezi širokou veřejnost. Kampaň byla medializována také prostřednictvím tiskových zpráv a PR článků (Filozofické fakulty se vydaly do boje proti tradovaným mýtům) publikovaných na internetu. Kromě webové prezentace, sociálních sítí a systematické propagace pomocí PR nástrojů jsou HaSVO pravidelně promovány také v tištěném periodiku OFFline, který vydává a bude i po skončení projektu vydávat FF OU. Plnění tohoto cíle tak bude na nejrůznějších platformách a úrovních dále naplňováno i po skončení tohoto projektu.</p>	
<i>Webová platforma</i>	<p>Webový portál humanity.cz prošel v druhém projektovém období redesignem, aby celkový branding odpovídal charakteru jednotlivých částí promovanych na nejrůznějších platformách. Jeho obsah je nadále doplňován a aktualizován o další informace z oblasti HaSVO, přičemž se dbá na srozumitelnost podávaných informací, aby zasáhl co nejširší veřejnost. Jeho tvorba navazuje na předchozí období, je neustále doplňován o pozitivní příklady úspěšných absolventů HaSVO, popularizační články, je aktualizována nabídka studia apod. Ve vybraném období je portál využíván jako kampaňový web na propagaci studia HaSVO, čemuž odpovídá i nový design webových stránek oslovující zejména mladší publikum a s tím je spojena také mediální kampaň na soc. sítích. Dlouhodobým cílem je "vychovat" si publikum, které zaujme pozitivní postoj k HaSVO, proto bude webový portál i nadále udržován, aktualizován a doplňován o relevantní informace a používán pro propagaci a šíření pozitivního obrazu HaSVO.</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.	
Číslo změny	Jednotlivé změny (přidejte řádky dle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)

1.	Přesun částky 41650,- Kč z kapitoly 2.6. Cestovné do kapitoly 2.4. Materiální náklady včetně drobného majetku	Kvůli epidemiologické situaci a nemožnosti vycestování byla z kapitoly 2.6. převedena částka ve výši 41650,- Kč do kapitoly 2.4. Materiální náklady na nákup propagačních předmětů. Podrobněji rozepsáno v tabulce Bližší zdůvodnění čerpání v jednotlivých položkách.	
2.	Přesun částky 3047,78 Kč z kapitoly 2.5. Služby a náklady nevýrobní do kapitoly 2.4. Materiální náklady včetně drobného majetku	Na položce 2.5. Služby a náklady nevýrobní se podařilo ušetřit 3047,78 Kč, které byly převedeny do kapitoly 2.4. Materiální náklady včetně drobného majetku na nákup propagačních předmětů. Podrobněji rozepsáno v tabulce Bližší zdůvodnění čerpání v jednotlivých položkách.	
3.			
4.			
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)
Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd	2019	716	

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)	Rozdíl (v tis. Kč)	Rozdíl (v %) z celkové přidělené dotace
1.	Kapitálové finanční prostředky celkem	0	0	0	0,00%
1.2	Dlouhodobý nehmotný majetek (SW, licence)	0	0	0	0,00%
1.3	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0	0	0	0,00%
1.4	Ostatní technické zhodnocení	0	0	0	0,00%
2.	Běžné finanční prostředky celkem	1 092	1 092	0	0,00%
Osobní náklady:					
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	641	641	0	0,00%
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	0	0	0,00%
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	217	217	0	0,00%
Ostatní:					
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	10	55	45	4,12%
2.5	Služby a náklady nevýrobní	180	177	-3	-0,27%
2.6	Cestovní náhrady	44	2	-42	-3,85%
2.7	Stipendia	0	0	0	0,00%
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	1 092	1 092	0	0,00%
Bližší zdůvodnění čerpání v jednotlivých položkách (přidejte řádky podle potřeby)					
Číslo položky (viz předchozí tabulka)	Název výdaje a jeho zdůvodnění	Částka (v tis. Kč)			
2.1.	Mzdy – obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za FF OU (0,15 úvazku po dobu 12 měsíců, měsíční mzda Kč 5 250,-), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 12 měsíců, měsíční mzda Kč 28 000,-), projektově-administrativního pracovníka (0,3 úvazku po dobu 12 měsíců, měsíční mzda Kč 9 000,-) a Grafika (0,4 úvazku po dobu 12 měsíců, měsíční mzda 11 200,-)	641			
2.3.	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociálního zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly sociálního fondu - zahrnují výdaje na sociální a zdravotní pojištění ve výši (33,8% z mezd)	217			
2.4.	Materiální náklady - náklady na nákup kancelářských potřeb souvisejících s realizací projektu - zahrnují náklady na kancelářské potřeby související s realizací projektu ve výši 12453,80 Kč, náklady na výrobu propagačních předmětů s logem Filozofické fakulty a stránek Humanitky.cz 34155,28 Kč (šály, roušky) a náklady na výrobu roll-upů ve výši 7949,70 Kč	55			
2.5.	Služby a náklady nevýrobní - zahrnují náklady na propagační mikrospotů ve výši 55000,- Kč, náklady na technické vytvoření webové propagační platformy Humanitky.cz ve výši 92000,- Kč, náklady na tisk dvou čísel magazínu, propagujícího humanitní vědy OFFLINE ve výši 24420,77 Kč, náklady na tisk brožur k propagaci Filozofické fakulty OU ke Dnům otevřených dveří 2020 ve výši 3672,35 Kč, náklady na tisk propagačních plakátů ve výši 1092,- Kč, náklady na občerstvení k jednání pracovní skupiny projektu, panelové diskuzi 767,- Kč (Vzhledem k nastalé epidemiologické situaci byla panelová diskuze pořádána za přísných hygienických opatření na půdě Ostravské univerzity.) Ušetřené finance ve výši 3047,78 Kč na položce 2.5. byly přesunuty do položky 2.4. Materiální náklad na nákup propagačních předmětů.	177			

2.6.	Cestovní náhrady - v únoru 2020 byla realizována pracovní cesta do Hradce Králové, pro tři členy týmu ve výši 2350,- Kč. Kvůli epidemiologické situaci a nemožnosti vycestování byla z kapitoly 2.6. převedna částka ve výši 41650,- Kč do kapitoly 2.4. Materiální náklady na nákup propagačních předmětů.	2

* VŠ vyplní pouze žlutě podbarvená pole tabulky.

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