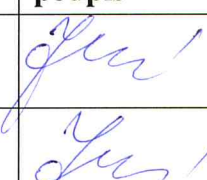
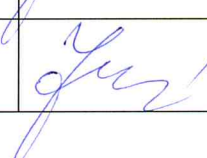


Technická univerzita v Liberci			
Fakulta:			
Poskytovatel: MŠMT			
Institucionální rozvojový plán na rok 2014 Formulář pro závěrečnou zprávu			
Cíl:	1. Kvalita a relevance, 1. 5. Propagace a marketing		
Dílčí část: Realizace marketingové strategie TUL směrem k cílové skupině zájemců o studium v ČR a v zahraničí			
Období řešení cíle	Od: 01. 01. 2014	Do: 31. 12. 2014	
Dotace (v tis. Kč)	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Požadavek	1550	1550	0
Čerpáno	1550	1550	0
Odpovědný pracovník: doc. PhDr. Soňa Jandová, Ph.D.			
Dílčí řešitel: doc. PhDr. Soňa Jandová, Ph.D.			
Další pracovníci: Bc. Bianca Tomíšková, Ing. Věnceslava Albrechtová			

	jméno	podpis	datum
Dílčí řešitel:	doc. PhDr. Soňa Jandová, Ph.D.		12. 1. 15
Odpovědný pracovník:	doc. PhDr. Soňa Jandová, Ph.D.		12. 1. 15

ZPRÁVA O PRŮBĚHU ŘEŠENÍ		
Cíl projektu		
	Zvyšování povědomí o značce Technické univerzity v Liberci, jejích součástech, vzdělávacích a výzkumných aktivitách v ČR i směrem do zahraničí prostřednictvím prezentačních a marketingových materiálů – online i v tištěné podobě, v českém, anglickém a ruském jazyce.	
Plnění stanovených ukazatelů do (jaké míry byly splněny, případně důvod, proč splněny nebyly)	Stanovené ukazatele projektu	
	Ukazatel	plnění
	Počet návštěvníků expozice	Cíl byl splněn, univerzita byla prezentována na 3 tuzemských a 1 zahraničním veletrhu či výstavách s celkovou návštěvností přesahující 55 000 návštěvníků.
	Počet oslovených zájemců o studium	Cíl byl splněn, celkově bylo prostřednictvím speciální microsite „www.jetulip.cz“ osloveno 5250 uživatelů.

	Počet přihlášek podaných ke studiu na TUL	Cíl byl splněn, pro akademický školní rok 2013/2014 bylo na TUL podáno 6983 přihlášek ke studiu, což je vzhledem k demografickému vývoji velmi příznivé číslo.	
Plnění stanovených kontrolovatelných výstupů	Výchozí kontrolovatelné ukazatele (2013)	Cílové kontrolovatelné ukazatele (2014)	
Počet návštěvníků expozice	15000	55000 Cíl byl splněn, univerzita byla prezentována na 3 tuzemských a 1 veletrhu na Slovensku s celkovou návštěvností e přesahující 55 000 návštěvníků.	
Počet oslovených zájemců o studium	3500	5250 Cíl byl splněn, celkově bylo prostřednictvím speciální microsite „www.jetulip.cz“ osloveno 5250 uživatelů.	
Počet přihlášek podaných ke studiu na TUL	7250	7250 Cíl byl splněn, v akademickém školním roce 2013/2014 bylo na TUL podáno 6983 přihlášek, což je vzhledem k demografickému vývoji velmi příznivé číslo.	
Počet uživatelů oslovených prostřednictvím sítě Facebook	8000	8800 Cíl byl splněn, počet reálných uživatelů sítě Facebook přesahuje 9300.	
Změny v řešení	Pokud došlo v průběhu řešení ke změnám, uveďte je, vysvětlete příčinu, schváleno dne		
	č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění
	1		
	2		
Postup řešení:			

Specifikace čerpání finanční dotace na řešení projektu			
		Přidělená dotace na řešení projektu (v Kč)	Čerpání dotace (v Kč)
1.	Kapitálové finanční prostředky celkem		
1.1	Dlouhodobý nehmotný majetek (SW, licence)	0	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0	0

1.3	Stavební úpravy	0	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem	1550	1550
Z toho	Osobní náklady:		
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	110	164
2.2	Odměny dle dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr	136	64
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	38	56
	CELKEM osobní náklady	284	284
	Ostatní:		
2.4	Materiální náklady	258	245
2.5	Služby	828	859
2.5	Ostatní náklady (vložené, kurzové změny, apod.)	0	0
2.6	Cestovní náhrady	120	102
2.7	Stipendia	60	60
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	1266	1266

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 (včetně pohyblivých složek), odměny: personál zajišťující provoz expozice, poskytující informace včetně zábavních aktivit, dále grafické a redakční práce při tvorbě prezentačních tiskovin (letáky, brožury), nový magazín pro uchazeče o studium T-UNI Plus, přehled oborů, příprava, realizace a vyhodnocení průzkumu mezi uchazeči o studium	164
2.2	Odměny za grafické a programátorské práce	64
2.3	Odvody pojistného z 2.1	56
2.4	Prostředky vynaložené na realizaci výstavní expozice a její vybavení, dále zajištění reklamních předmětů s logem TUL pro účely prezentace na veletrzích (malé pozornosti pro návštěvníky expozice z řad zájemců o studium, pedagogů a pedagogických pracovníků, dále využívané jako ocenění pro aktivní zájemce), spotřební materiál, zajištění výher do soutěže pro uchazeče o studium	482
2.5	Poplatky spojené s účastí na veletrzích (pronájem plochy a poplatky za účast a další služby na těchto veletrzích - Educa Liberec, Gaudeamus Praha, Gaudeamus Brno, Gaudeamus Nitra, návrh a realizace výstavních expozic, dále tisk veškerých marketingových materiálů, grafické práce (newslettery odesílané zájemcům o studiu, příprava tiskovin),	618
2.6	Cestovní náhrady za cestovné a dopravné na vzdělávací veletrhy	102
2.7	Stipendia poskytnutá studentům reprezentujícím univerzitu na veletrzích	60

1 KVALITA A RELEVANCE

1.5 Propagace a marketing

1.5.1 Realizace marketingové strategie TUL směrem k cílové skupině zájemců o studium v ČR a v zahraničí

***doc. PhDr. Soňa Jandová, Ph.D. / 15. 1.
2015***

Prezentuje: Bianca Tomášková



- Realizace marketingové strategie TUL (výběr vhodných nástrojů komunikačního mixu) pro oslovení relevantních cílových skupin (uchazeči o studium, studenti, interní veřejnost, externí veřejnost).

Cíle projektu

- Zvyšování povědomí o značce Technické univerzity v Liberci, jejích součástech, vzdělávacích a výzkumných aktivitách prostřednictvím prezentačních a marketingových materiálů – **online i v tištěné podobě.**

Konkrétní výstupy

- Prezentace TUL na 2 veletrzích v ČR a 1 veletrhu na Slovensku;
- Online kampaň na podporu studia technických i netechnických oborů (prezentace na sociálních sítích).

Cílové kontrolované ukazatele

- Počet veletrhů na území ČR: 2;
- Počet návštěvníků expozice TUL na všech veletrzích celkem: udržení trendu 15000;
- Počet oslovených zájemců o studium na TUL online: zvýšit na 5250;
- Počet přihlášek podaných ke studiu: udržení trendu 7250;
- Počet uživatelů oslovených prostřednictvím sítě FB: zvýšit na 8800.

Účast na 4 veletrzích

- Gaudeamus Praha 28. a 29. 1. 2014
- EDUCA Liberec 16. 10. 2014
- Gaudeamus Nitra 16. a 17. 10. 2014
- Gaudeamus Brno 4.–7. 11. 2014

Účast na 4 veletrzích



Návštěvnost veletrhů

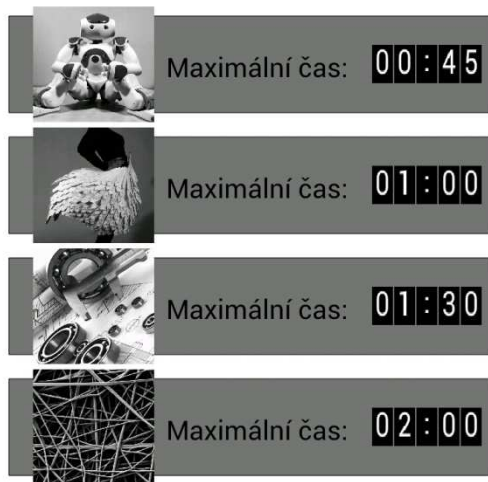
- Gaudeamus Praha 2014
Návštěvnost: 8604
- EDUCA Liberec 2014
Návštěvnost: 10000
- Gaudeamus Nitra 2014
Návštěvnost: 8300
- Gaudeamus Brno 2014
Návštěvnost: 28674
- **Návštěvnost celkem: 55578**

TUL hra

- Vývoj java hry určené pro tablety.
- Cílová skupina: návštěvníci veletrhu.

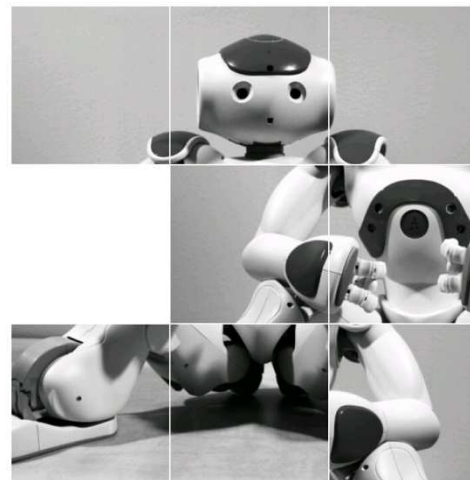


Vítejte ve hře, zvolte si obtížnost:



Sestav původní obrázek,
běží ti čas.

00:07



Tiskoviny

- Info TUL: všeobecná informační tiskovina o fakultách, výzkumu a studiu na TUL. Vydání v českém jazyce.
- Seznam studijních programů a oborů: vydání v českém jazyce.



Online komunikace

- Počet fanoušků na FB přes 9000.



- **Finanční prostředky byly vyčerpány dle plánu.**
 - **Projekt byl splněn.**