

INTERNACIONALNI UNIVERZITET TRAVNIK
U TRAVNIKU

STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU

Travnik, 2010. godine

SADRŽAJ

UVOD.....	3
1. STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU INTERNACIONALNOG UNIVERZITETA TRAVNIK U TRAVNIKU.....	4
2. OSNOVNI PRINCIPI STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU UNIVERZITETA.....	4
3. CILJEVI STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU.....	5
4. ODGOVORNOST ZA PROVOĐENJE STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU.....	5
5. KOMUNICIRANJE SA CILJNIM GRUPAMA.....	6
5.1. Komuniciranje sa studentima.....	6
5.2. Komuniciranje sa partnerima.....	7
5.3. Komuniciranje sa institucijama, preduzećima i NVO sektorom.....	7
5.4. Komuniciranje sa medijima.....	7
5.5. Komuniciranje među uposlenicima.....	7

UVOD

Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku, je privatna visokoškolska, nastavno-naučna i obrazovna ustanova koja je osnovana Odlukom o osnivanju visokoškolske ustanove Internacionalni univerzitet Travnik, u Travniku, broj OPU-IP:440/2010 od 25.03.2010. godine, na osnovu koje je izvršen postupak upisa u sudski registar Općinskog suda u Sarajevu pod brojem 051-0-Reg-10-00019 od dana 24.05.2010 pod MBS:51-05-0018-10, a upisan u Registar visokoškolskih ustanova Ministarstva obrazovanja, nauke kulture i sporta Srednjobosanskog kantona Rješenjem o ispunjavanju uvjeta za početak rada Internacionalnog univerziteta Travnik u Travniku kao privatna visokoškolska ustanova počev od dana donošenja ovog rješenja, broj: 03-38-38-2/10-6 od 05.03.2010. godine.

Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku je obrazovno-naučna ustanova koja u okviru svoje matične djelatnosti visokog obrazovanja, samostalno obavlja osnovne akademske studije prvog, drugog i trećeg ciklusa.

Univerzitet ima organizacijske jedinice – fakultete u svom sastavu, koji izvode nastavni i naučnoistraživački rad u jednoj ili više obrazovnih i naučnih oblasti.

Fakulteti imaju podorganizacijske jedinice u svom sastavu – institute koji izvode naučnoistraživački rad u jednoj ili više obrazovnih i naučnih oblasti.

Organizacione jedinice Univerziteta na dan donošenja ove strategije čine:

Startegija će se odnositi i na nove organizacione i podorganizacione jedinice koje Univerzitet može da osnuje u skladu sa važećim propisima.

U okviru unapređenja obrazovnih aktivnosti Univerzitet je potpisao i ugovore o suradnji sa domaćim i međunarodnim ustanovama. (prilog 1.)

Veoma dobru saradnju Univerzitet ostvaruje i sa poduzetnicima koji studentima pružaju mogućnost ljetne prakse i drugih vidova stručnog obrazovanja.

Plan za budućnost je širiti saradnju sa postojećim partnerskim institucijama i ostvarivati nove vidove saradnje i zajedničkih projekata sa ustanovama od značaja za napredak.

U okviru strategije odnosa s javnošću Univerzitet mora voditi računa o svim svojim ciljnim skupinama:

- trenutni studenti Univerziteta
- budući studenti
- diplomanti
- partneri
- institucije, preduzeća, NVO sektor
- predstavnici medija
- uposlenici Univerziteta

1. STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU INTERNACIONALNOG UNIVERZITETA TRAVNIK U TRAVNIKU

Vizija Internacionalnog univerziteta Travnik u Travniku je postizanje visokog stepena intelektualnog razvoja i doprinosa ekonomiji i društvu Bosne i Hercegovine, te primjenom evropskih standarda iz oblasti visokog obrazovanja postane vodeća referentna i respektabilna visokoškolska ustanova u regionu i na međunarodnom nivou.

U tom pravcu Univerzitet će doprinijeti u procesu promjena i reformi u Bosni i Hercegovini te tranziciji ka tržišnoj orijentisanosti u obrazovnom smislu. Univerzitet ima mogućnost kroz akademsko povezivanje sa institucijama širom zemlje i na međunarodnom nivou, ostvariti saradnju i komunikaciju sa različitim skupinama i na taj način povezati različite interese, kulture i svjetonazore sa ciljem napretka i međusobne koristi. Također prilikom procesa međunarodnog povezivanja, mlađi ljudi će steći društvena znanja i vještine koja će ih osposobiti za novi pristup u ekonomiji i međunarodnim odnosima, u prvom redu evropskom prostoru.

Otvaranjem modernih i perspektivnih studijskih programa, Univerzitet kao obrazovna institucija svojim interdisciplinarnim i multidisciplinarnim pristupom ponudiće nove nauke, zajedno sa općeprihvaćenim vrijednostima životnog djelovanja i na taj način ostvariti individualni napredak pojedinaca, koji će se pretvoriti u sveukupni uspjeh lokalne zajednice i društva.

Osnovni cilj internacionalna saradnja koja će biti generator razvoja Srednjobosanskog kantona i šire, kroz podizanje nivoa kvaliteta visokog obrazovanja u ovoj regiji.

Da bi ostvario svoju viziju, misiju i ciljeve veoma je važno da Univerzitet ima dobru komunikaciju sa svojim ciljanim skupinama kao i njihovo pravovremeno i tačno informisanje. Na bazi ovih potreba Univerzitet je izgradilo svoju strategiju odnosa s javnošću, koju prezentiramo u narednim poglavljima.

2. OSNOVNI PRINCIPI STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU UNIVERZITETA

Ključni principi strategije odnosa s javnošću Univerziteta se temelje na:

- transparentnoj dvosmjernoj komunikaciji
- intenzivnoj komunikaciji sa studentima i partnerima
- jasnim, razumljivim i pravovremenim svim oblicima komunikacije

- publikacijama u skladu s obrazovnim imidžom Univerziteta
- porukama u skladu s osnovnim načelima obrazovne aktivnosti Univerziteta
- transparentnosti u svim aktivnostima i dostignućima
- nepristrasnoj i apolitičnoj komunikaciji
- komunikaciji dizajniranoj u cilju pomoći ostvarenju ciljeva Univerziteta
- dvosmernoj i blagovremenoj komunikaciji među uposlenicima

3. CILJEVI STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU

Osnovni ciljevi strategije odnosa s javnošću su:

- prezentacija Univerziteta i bolonjskog principa obrazovanja
- poticanje upisa novih studenata
- blagovremeno informisanje upisanih studenata
- održavanje trajnih veza sa diplomantima
- tačno i pravovremeno informisanje javnosti
- stvaranje prepoznatljivog brenda
- studiranja na osnovu kvaliteta nastavnih programa i nastavnog osoblja
- stvaranje imidža vodećeg privatnog Univerziteta u BiH
- atmosfera povjerenja i lojalnosti među osobljem Univerziteta

4. ODGOVORNOST ZA PROVOĐENJE STRATEGIJE ODNOSA S JAVNOŠĆU

Za implementaciju strategije odnosa s javnošću zaduženi su:

Rektor Univerziteta

Prorektori

dekani Fakulteta

Kancelarija za kvalitet (Komitet za osiguranje kvaliteta, Kancelarija za osiguranje kvaliteta, kordinatori za osiguranje kvaliteta organizacionih jedinica)

Služba za odnose s javnošću

te osoblje koje u ime Univerziteta komunicira sa studentima, partnerima, saradnicima i gostima.

5. KOMUNICIRANJE SA CILJNIM GRUPAMA

Načini komuniciranja u okviru strategije Univerziteta definisani su u skladu sa ciljnim grupama.

5.1. Komuniciranje sa studentima

U ciljnoj skupini studenata razlikujemo tri grupe:

- upisane studente
- potencijalne studente koji su zainteresovani
- diplomante

Komuniciranje sa postojećim studentima sva tri ciklusa ostvaruje se kroz usmenu komunikaciju akademskog kadra tokom izvođenja nastave i uposlenika studentske službe prilikom službenih zahtjeva, kao i komunikaciju putem elektronske pošte i web stranice.

Svaki student upisom na Univerzitet dobija svoju adresu elektronske pošte, kao i listu adresa profesora i asistenata određenog odsjeka i uposlenika u administraciji.

Također, studenti održavaju međusobnu komunikaciju i razmjenjuju informacije putem univerzitetskog biltena, studentskih brošura o organizacijama i događajima, web stranice i studentskog foruma koji ima podršku menadžmenta Univerziteta.

Sa potencijalnim studentima komuniciranje se vrši putem web stranice, promotivnog materijala, oglasa u medijima, usmenim prezentacijama koje se organiziraju u srednjim školama, posjetama radnim organizacijama i institucijama.

Univerzitet za svaku akademsku godine priprema promotivnu kampanju za upis novih studenata. U toku promotivne kampanje uposlenici Službe za odnose s javnošću univerziteta rade na izradi promotivnog materijala, te prema potrebi angažuju dodatni stručni kadar i agencije za oglašavanje i izradu promotivnih materijala.

Komunikacija sa diplomantima omogućena je pored web stranice Univerziteta i kroz Udruženje diplomiranih studenata Internacionallnog univerziteta Travnik, u Travniku (skraćeni naziv IUT Alumni).

5.2. Komuniciranje sa partnerima

Sa partnerima sa kojima Univerzitet ima zaključene ugovore o saradnji, periodično se organizuju sastanci na kojima se diskutuje o postignutoj saradnji i novim aktivnostima za poboljšanje iste.

Ostali vidovi komuniciranja su česta razmjena informacija putem elektronske pošte, kao i telefonski razgovori.

5.3. Komuniciranje sa institucijama, preduzećima i NVO sektorom

Univerzitet, prilikom organizacije značajnijih događaja u kampusu ili prostorima izvan univerziteta, redovno poziva predstavnike različitih institucija i ustanova, ministarstava, preduzeća i predstavnike NVO sektora.

Također se u čestim kontaktima putem pisama i elektronske pošte, te telefonskim putem, razgovara o pitanjima značajnim za rad Univerziteta, kao i međusobu saradnju. Prijateljske i organizacije sa kojima Univerzitet sarađuje periodično dobijaju promotivni materijal.

5.4. Komuniciranje sa medijima

Univerzitet, u zavisnosti od značaja događaja organizovanih na univerzitetu (konferencije, seminari, predavanja ili posjete istaknutih gostiju i sl.), pozivom medijima i putem saopćenja za javnost obavještava predstavnike medija putem saopćenja za javnost.

Također, se u skladu sa obimom organizacije, sa ciljem transparentnog rada i što boljeg informisanja javnosti organizuju press konferencije.

5.5. Komuniciranje među uposlenicima

Komuniciranje među uposlenicima Univerziteta i različitih službi je svakodnevno i odvija se usmenim dogовором, telefonski, elektronskom поштом te održavanjem radnih sastanaka.

Univerzitet na sedmičnoj osnovi ili prema potrebi u kraćem vremenskom periodu, organizuje sastanke na određenu temu, po fakultetima, odsjecima, službama ili učešćem predstavnika navedenih organizacijskih jedinica.

