
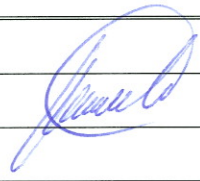



VYSOKÁ ŠKOLA: UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ			
Rozvojový projekt na rok 2019 Formulář pro závěrečnou zprávu			
Program:	Centralizovaný rozvojový programu pro veřejné vysoké školy pro rok 2019		
Tematické zaměření:	a) rozvoj systému vnitřního hodnocení kvality vzdělávací a/nebo tvůrčích činnosti s důrazem na zapojení všech aktérů; b) rozvoj opatření na snižování studijní neúspěšnosti e) pořádání festivalů, přehlídek, výstav a dalších obdobných akcí mající mimořádný charakter; f) posilování regionálního působení vysokých škol a zvyšování společenské odpovědnosti vysokých škol		
Název projektu: Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd			
Období řešení projektu:	Od: 1. 1. 2019	Do: 31. 12. 2019	
Dotace (v tis. Kč)	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Požadavek	2 500	2 500	0
Čerpáno	2 500	2 500	0
ZÁKLADNÍ INFORMACE			
	Hlavní řešitel	Kontaktní osoba	
Jméno:	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.	
Podpis:			
Fakulta/Součást	Filozofická fakulta Univerzity Hradec Králové	Filozofická fakulta Univerzity Hradec Králové	
Adresa/Web:	Rokitanského 62 500 03 Hradec Králové III www.uhk.cz	Rokitanského 62 500 03 Hradec Králové III www.uhk.cz	
Telefon:	+420 49 333 1260	+420 49 333 1260	
E-mail:	jan.prouza@uhk.cz	jan.prouza@uhk.cz	
Jméno rektora:	Prof. Ing. Kamil Kuča, Ph.D.		
Podpis:			
Datum:	18. 2. 2020		
Razítko školy:	 Univerzita Hradec Králové Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové IČ: 62690094, DIČ: CZ62690094		

--	--

ZPRÁVA O PRŮBĚHU ŘEŠENÍ PROJEKTU

Cíle projektu	<p>Uvedte předem stanovené cíle a u každého z nich uvedte, do jaké míry byl splněn, případně důvod, proč splněn nebyl.</p>
	<p>Cíl 1: Realizace sociologických šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce</p> <p>V průběhu realizace byla uskutečněna veřejná zakázka na dodavatele průzkumu a na základě výsledku zadána. Všichni partneři se aktivně se podíleli na tvorbě zadání pro výběr dodavatele k realizaci sociologického šetření, kdy byly společně jasně definovány cíle šetření. Cílem bylo zmapovat oblasti, nejen to, kde je o absolventy HaSVO největší zájem, ale také jejich uplatnitelnost na trhu práce. Součástí zadání bylo také vyhledat taková doporučení pro praktickou přípravu absolventů HaSVO, která jim umožní vyhovět požadavkům současných zaměstnavatelů.</p> <p>Šetření, které zpracovala agentura STEM/MARK přinesla zásadní poznatky v oblasti zaměstnávání absolventů HaSVO ve světle požadavků na jejich kompetence. Data byla v průběhu výzkumu komparována se zaměstnavateli, kteří tyto absolventy nezaměstnávají. Průzkum Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR byl zpracován a prezentován zadavateli a partnerům tohoto projektu. Z výsledku výzkumu byla publikována tisková zpráva a obsah byl uveřejněn. Na výsledky tohoto výzkumu reagovala i média (novinky.cz; Portál VŠ Universitas a další).</p> <p>Cíl byl bezesbýtku naplněn a přinesl zásadní poznatky.</p> <p>Cíl 2 Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)</p> <p>Ve spolupráci všech partnerů byla zpracována Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí, jejímž hlavním úkolem bylo zjistit, jakým způsobem se v zahraničí prezentují humanitní fakulty a obory a jakým způsobem budují pozitivní obraz ve veřejném prostoru (prostřednictvím sociálních sítí, webových prezentací, mediálních výstupů a dalších).</p> <p>Celkově bylo analyzováno přibližně 18 renomovaných zahraničních humanitně orientovaných vysokých škol a tato analýza dále posloužila k dalšímu směřování tohoto projektu. Jednotlivé dílčí analýzy byly na základě pracovních jednání partnerů rovnoměrně rozvrženy a zjištění sdíleny. Cílem analýzy nebylo vysledovat přesná data o návštěvnosti, výkonnosti marketingových kampaní jednotlivých univerzit nebo správné zdrojové nastavení atd., ale zjištění, jakým způsobem přistupují jednotlivé univerzity k cílovým skupinám, jak a jaké informace předávají, na koho svými prezentacemi nejvíce cílí a v jaké míře, jaká je uživatelská přívětivost webové prezentace, jaký je obsah a architektura webu, do jaké míry je propojení webu a sociálních sítí, jaké zastoupení a funkci mají videoprezentace a sociální sítě. Společný výstup byl zpracován do závěrečného shrnutí a poslouží nejen k informační bázi pro navazující projekt, ale rovněž k úpravám vlastního mediálního přístupu k prezentaci HaSVO.</p> <p>Stanovený cíl tak byl splněn.</p> <p>Cíl 3 Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace</p> <p>Společným úsilím všech partnerů byl vybudován informační portál HUMANITKY.CZ. Tento portál jednak slouží jako společná platforma pro šíření „dobré praxe“ v oblasti HaSVO, ale také jako veřejná informační platforma a nástroj další pozitivní propagace. Portál humanitky.cz je tak společným projektem, který chce ukázat rozmanitost oborů i široké možnosti uplatnění našich absolventů. Chce nadchnout pro obory, které jsou mnohdy neprávem opomíjené a reaguje tak na současnou stigmatizaci humanitního vzdělávání jakožto neperspektivního a zbytečného vysokoškolského sektoru.</p> <p>Portál se snaží vyvrátit řadu mýtů a stereotypů tradovaných a hojně šířených na úkor humanitních věd a jejich absolventů. V aktuální době je portál naplňován určeným obsahem. Platforma byla a bude aktivně propagována na veletrhu Gaudeamus všemi partnery. Rovněž byly připraveny videospoty, které slouží jako headline celé mediální kampaně k webové platformě a byly realizovány v součinnosti všech tří univerzit a společně propagovány. Jako klíčová oblast tohoto portálu je část zaměřená na oblast „succes stories“, tedy prezentování úspěšných absolventů a zvyšování povědomí o jejich uplatnitelnosti.</p> <p>Webová platforma byla vytvořena.</p> <p>Cíl 4 Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru</p> <p>Všichni partneři se aktivně zapojili do přípravy a následné realizace propagační kampaně. Bylo zpracováno několik profilových rozhovorů, názorů odborníků, medailonů či popularizačních článků, které jsou zveřejňovány na webové platformě humanitky.cz. Současně jsou tyto mediální výstupy průběžně publikovány na ostatních dostupných platformách partnerů tak, aby úspěšně naplňovaly hlavní cíl, jímž je především pozitivní branding HaSVO. Právě mediální obraz HaSVO v očích veřejnosti a klíčových partnerů je nezbytný pro úspěšné naplnění tohoto projektu. Celá aktivita je organicky propojena s portálem humanitky.cz a veřejnými profily jednotlivých partnerů. Byl připraven videospot, který cíleně rozšiřuje povědomí mezi cílovou skupinou veřejnosti.</p>

	Stanovený cíl splněn.																			
Plnění kontrolovatelných výstupů	Uveďte stanovené kontrolovatelné výstupy projektu a do jaké míry byly splněny, případně důvod, proč splněny nebyly.																			
	<p>1) Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR Splněno. Na základě veřejné zakázky bylo firmou STEM/MARK provedeno marketingové šetření a zpracována požadovaná analýza. Z výsledku výzkumu byla publikována tisková zpráva a obsah byl uveřejněn na webu UHK.</p> <p>2) Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí Splněno. PR pracovníci projektu provedli rešerši vybraných zahraničních institucí, které nejlépe svou velikostí a svým zaměřením zrcadlí potřeby zapojených institucí v projektu a vypracovali požadovanou analýzu. Tato je zveřejněna na webu UHK.</p> <p>3) Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a aktivní prezentace na veřejných akcích Splněno. Realizační tým projektu vytvořil webový portál humanity.cz, který slouží k propagaci humanitních obrů jako takových, ke sdílení dobré praxe a prezentaci úspěšných absolventů 3 zapojených VŠ formou rozhovorů a succes stories.</p> <p>4) Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity. Splněno. Průběžně je naplňován web humanity.cz (medailonky, rozhovory, succes stories, atd), web humanity.cz byl aktivně prezentován na veletrzích, v časopisech zapojených VŠ, mediích atd.). Vznikly propagační předměty, které byly na veletrzích distribuovány. Dále vznikly videospoty s tematikou uplatnění absolventů HaSVO, které byly umístěny na sociální síť zapojených VŠ a jsou promítány na veřejných akcích univerzit.</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>č.</th> <th>Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)</th> <th>Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Změny v čerpání rozpočtu projektu v souladu s vyhlášením CRP 2019 a Rozhodnutím o poskytnutí dotace</td> <td>Rozpočet projektu byl vyčerpán v celé výši. Během řešení projektu došlo ke změnám ve struktuře čerpání přidělených finančních prostředků v souladu s vyhlášením CRP 2019 i Rozhodnutím o poskytnutí dotace. Detailní popis změn je uveden v dílčích zprávách zapojených VŠ.</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)	1	Změny v čerpání rozpočtu projektu v souladu s vyhlášením CRP 2019 a Rozhodnutím o poskytnutí dotace	Rozpočet projektu byl vyčerpán v celé výši. Během řešení projektu došlo ke změnám ve struktuře čerpání přidělených finančních prostředků v souladu s vyhlášením CRP 2019 i Rozhodnutím o poskytnutí dotace. Detailní popis změn je uveden v dílčích zprávách zapojených VŠ.	2			3			4			5			
č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)																		
1	Změny v čerpání rozpočtu projektu v souladu s vyhlášením CRP 2019 a Rozhodnutím o poskytnutí dotace	Rozpočet projektu byl vyčerpán v celé výši. Během řešení projektu došlo ke změnám ve struktuře čerpání přidělených finančních prostředků v souladu s vyhlášením CRP 2019 i Rozhodnutím o poskytnutí dotace. Detailní popis změn je uveden v dílčích zprávách zapojených VŠ.																		
2																				
3																				
4																				
5																				
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)																		




	2020	1000 tis	

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

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)	0	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0	0
1.3	Ostatní technické zhodnocení	0	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem		
	Osobní náklady:		
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	1302	1296
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)	130	115
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přídělky do sociálního fondu	471	474
	Ostatní:		
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0	7
2.5	Služby a náklady nevýrobní	530	554
2.6	Cestovní náhrady	67	54
2.7	Stipendia	0	0
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	2500	2500

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 – UHK: obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za FF UHK (0,1 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 3 700,--), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 10,5 měsíců, měsíční mzda Kč 28 000,--) a dále projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 6 500,--); OU: obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za FF OU (0,1 úvazku po dobu 9 měsíců, měsíční mzda Kč 3 700,-Kč, 0,05 úvazku po dobu 2 měsíců, měsíční mzda 1850,-Kč), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 9 měsíců, měsíční mzda 28 000,-Kč, 0,8 úvazku po dobu 2 měsíců, měsíční mzda 22 400,-Kč), projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 9 měsíců, měsíční mzda Kč 6 000,-Kč, 0,1 úvazku po dobu 2 měsíců, měsíční mzda 3 000,- Kč), Grafika (0,2 úvazku po dobu 7 měsíců, měsíční mzda 5 600,-Kč, 0,1 po dobu 2 měsíců, měsíční mzda 2 800,-Kč). (Z důvodu vyššího čerpání mezd v období dovolených v letních měsících byly mzdy na poslední dva měsíce řešení projektu sníženy o výše popsaná procenta vůči plánovaným úvazkům. Tento postup byl na dotaz hlavního řešitele schválen poskytovatelem.); UJEP: obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za UJEP (0,1 úvazku po dobu 11 měsíců), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 11 měsíců) a dále projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 11 měsíců). Celkové mzdy byly vyšší kvůli průměrům na dovolenou, které se dopředu bohužel nedaly stanovit.	1296
2.2	Ostatní osobní náklady – UHK: zahrnují náklady na IT pracovníka (DPČ v celkovém rozsahu 218 hodin, sazba Kč 350,--/hod.) a dále na Grafika (DPP v celkovém rozsahu 82 hodin, sazba Kč 300,--/hod.) UJEP: zahrnují náklady na grafika (3x DPP, celkem 13490,04,-). Částka ponížena oproti původním 30 000,- a použita k vyrovnání přečerpání ve mzdách, aby nedošlo k přečerpání celkových osobních nákladů.	115
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení UHK: – zahrnují výdaje na sociální a zdravotní pojištění (ve výši 34% z mezd a DPČ), zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele (ve výši 4,2 promile z mezd a DPČ); OU: Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přídělý do sociálního fondu. (Z důvodu snížení úvazku v posledních dvou měsících řešení a legislativního snížení sociálního a zdravotního pojištění vznikl v kapitole 2.3 přebytek, který byl následně vyplacen odměnou projektovému týmu v posledním měsíci řešení – 818,- Kč); UJEP: Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přídělý do sociálního fondu – zahrnují výdaje na sociální (104105,78) a zdravotní pojištění (37643,62,-), zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele (1756,69,-). Celková částka se navýšila o odvody do FKSP (4182,61,-), se kterými se v rozpočtu původně nepočítalo, celkovou částku také navýšily větší průměry na dovolenou, které se nedaly dopředu stanovit.	474
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku) – zahrnují náklady na 100 ks plátěných odnosek (2 motivy po 50 ks). Jedná se o propagační materiály použité na akcích Filozofické fakulty Ostravské univerzity k propagaci humanitních oborů - 7291,22,- Kč)	7
2.5	Služby a náklady nevýrobní – UHK: zahrnují náklady na dodavatelsky prováděné sociologické šetření Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům Humanitních a společensko-vědních oborů (Kč 349 690,--) a dále náklady na propagaci (propagační videa + placená inzerce na facebooku) ve výši Kč 73 382,53,-); OU: zahrnují náklady na tvorbu dvou mikrospotů (45 000,-Kč), náklady na propagaci (tisk čtvrtletního magazínu Offline, propagujícího Filozofickou fakultu Ostravské univerzity – 6827,70,- Kč, propagační předměty (roll-up, tisk letáku k propagaci univerzity na studentském veletrhu Gaudeamus a na akcích spojených s propagací Filozofické fakulty Ostravské univerzity – 7081,08,- Kč); UJEP: zahrnují náklady na propagaci – tato částka byla použita na spolufinancování tvorby 3 propagačních videí propagujících humanitní	554

	a společenské vědy) financovaných i ostatními zapojenými VŠ, původních 60 000,- navýšeno viz. změny v řešení.	
2.6	<p>Cestovní náhrady – UHK: zahrnují náklady na cestovné a stravné realizačního týmu a PR týmu UHK na schůzku konanou v Ostravě 4x (8950,- Kč celkem) a dále náklady pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (cestovné, ubytování, stravné) 1672,- Kč, cestu zástupce vedení fakulty na setkání zástupců filozofických fakult (sdílení zkušeností s realizací a propagace CRP projektu) – 1054,- Kč a cestu PR pracovníka na rozhovor s úspěšným absolventem do Prahy (324,- Kč), OU: zahrnují náklady na cestovné a stravné realizačního týmu a PR týmu FF OU na pravidelné schůzky na FF UHK do Hradce Králové (celkem 12 168,-Kč), cestovné a stravné na schůzku na FF UJEP (jízdné, stravné a ubytování - 5 672,- Kč), náklady PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (jízdné, stravné a ubytování - 5 585,-Kč), náklady pro koordinátora za FF OU na veletrh Gaudeamus v Brně (pouze jízdné a stravné 867,- Kč), část jízdného a stravného koordinátora za FF OU na setkání děkanů filozofických fakult (sdílení zkušeností s realizací a propagace CRP projektu -508,-Kč); UJEP: zahrnují náklady na cestovné, stravné a pohonné hmoty pro realizační tým na schůzky konané v Hradci Králové (11x CP), Ostravě (2x CP, včetně ubytování), cesty PR pracovníka do Prahy (2x CP) a dále náklady pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (cestovné, ubytování, stravné) – částka na cestovné na Gaudeamus nedočerpána a přesunuta ve prospěch propagace – viz. změny v řešení.</p>	54

VYSOKÁ ŠKOLA: UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ			
Rozvojový projekt na rok 2019 Formulář pro závěrečnou zprávu			
Program:	Centralizovaný rozvojový programu pro veřejné vysoké školy pro rok 2019		
Tematické zaměření:	a) rozvoj systému vnitřního hodnocení kvality vzdělávací a/nebo tvůrčích činnosti s důrazem na zapojení všech aktérů; b) rozvoj opatření na snižování studijní neúspěšnosti e) pořádání festivalů, přehlídek, výstav a dalších obdobných akcí mající mimořádný charakter; f) posilování regionálního působení vysokých škol a zvyšování společenské odpovědnosti vysokých škol		
Název projektu: Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd			
Období řešení projektu:	Od: 1. 1. 2019	Do: 31. 12. 2019	
Dotace (v tis. Kč)	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Požadavek	1 115	1 115	0
Čerpáno	1 115	1 115	0
ZÁKLADNÍ INFORMACE			
	Hlavní řešitel	Kontaktní osoba	
Jméno:	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.	Mgr. Jan Prouza, Ph.D.	
Podpis:			
Fakulta/Součást	Filozofická fakulta Univerzity Hradec Králové	Filozofická fakulta Univerzity Hradec Králové	
Adresa/Web:	Rokitanského 62 500 03 Hradec Králové III www.uhk.cz	Rokitanského 62 500 03 Hradec Králové III www.uhk.cz	
Telefon:	+420 49 333 1260	+420 49 333 1260	
E-mail:	jan.prouza@uhk.cz	jan.prouza@uhk.cz	
Jméno rektora:	Prof. Ing. Kamil Kuča, Ph.D.		
Podpis:			
Datum:	18. 2. 2020		
Razítko školy:	Univerzita Hradec Králové Rokitanského 62, 500 03 Hradec Králové IČ: 62690094, DIČ: CZ62690094 		

--	--

ZPRÁVA O PRŮBĚHU ŘEŠENÍ PROJEKTU	
Cíle projektu	<p>Uveďte předem stanovené cíle a u každého z nich uveďte, do jaké míry byl splněn, případně důvod, proč splněn nebyl.</p>
	<p>Cíl 1: Realizace sociologických šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce FF UHK jako koordinátor řídil přípravu zadávacích podmínek průzkumu (společně s partnery byly jasné definovány cíle šetření) a následně zrealizoval veřejnou zakázku na dodavatele průzkumu. Cílem bylo zmapovat oblasti, nejen to, kde je o absolventy HaSVO největší zájem, ale také jejich uplatnitelnost na trhu práce, očekávání zaměstnavatelů, zkušenosti s absolventy a výhled na trhu práce v horizontu n+3. Součástí zadání bylo také vyhledat taková doporučení pro praktickou přípravu absolventů HaSVO, která jim umožní vyhovět požadavkům současných zaměstnavatelů. Výsledné šetření vítězné agentury STEM/MARK přinesla zásadní poznatky v oblasti zaměstnávání absolventů HaSVO ve světle požadavků na jejich kompetence. Průzkum Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR byl zpracován a prezentován zadavateli a partnerům tohoto projektu. Z výsledku výzkumu byla publikována tisková zpráva a obsah byl uveřejněn a medializován. Cíl byl bezevýtku naplněn a přinesl zásadní poznatky.</p> <p>Cíl 2 Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO) FF UHK koordinovala a sama se rovněž dílčím zpracováním podílela na společném výstupu Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí, jejímž hlavním úkolem bylo zjistit, jakým způsobem se v zahraničí prezentují humanitní fakulty a obory a jakým způsobem budují pozitivní obraz ve veřejném prostoru (prostřednictvím sociálních sítí, webových prezentací, mediálních výstupů a dalších). UHK realizovala průzkum na základě dohody partnerů dle profilu odpovídající struktuře jeho studijních programů těchto subjektů: • Tallinn University (Estonsko) – School of Governance, Law and Society; School of Humanities • Stellenbosch University (JAR) – Faculty of Arts and Social Sciences • University of Ljubljana (Slovinsko) – Faculty of Social Sciences • Universidad Rey Juan Carlos (Španělsko) – Faculty of Legal and Social Sciences • University of Nairobi (Keňa) – College of Humanities and Social Sciences Jednotlivé dílčí analýzy byly na základě pracovních jednání partnerů rovnoměrně rozvrženy a zjištění vzájemně sdílěna. Celkově bylo analyzováno přibližně 14 renomovaných zahraničních humanitně orientovaných vysokých škol a tato analýza dále posloužila k dalšímu směřování tohoto projektu. Společný výstup byl zpracován do závěrečného shrnutí a poslouží nejen k informační bázi pro navazující projekt, ale rovněž k úpravám vlastního mediálního přístupu k prezentaci HaSVO. Stanovený cíl byl v době podání žádosti splněn.</p> <p>Cíl 3 Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace FF UHK jako koordinátor zajistila výrobu společného informačního portálu HUMANITKY.CZ. Tento portál jednak slouží jako společná platforma pro šíření „dobré praxe“ v oblasti HaSVO, ale také jako veřejná informační platforma a nástroj další pozitivní propagace. Všichni zapojení partneři mají práva editovat a vytvářet příspěvky. Činnost portálu byla koordinována a ve vztahu k zajištění GDPR smluvně mezi partnery ošetřena. Platforma je průběžně aktualizována a doplňována relevantním obsahem v souladu s projektovou žádostí. Webová platforma byla vytvořena.</p> <p>Cíl 4 Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru FF UHK se aktivně zapojila do přípravy a následné realizace propagační kampaně. Bylo zpracováno několik profilových rozhovorů, názorů odborníků, medailonů či popularizačních článků, které jsou zveřejňovány na webové platformě humanity.cz. Současně byly tyto mediální výstupy průběžně publikovány na ostatních dostupných platformách za účelem pozitivního brandingů HaSVO. Celá aktivita je organicky propojena s portálem humanity.cz a veřejnými profily jednotlivých partnerů. Vyústěním této kampaně je připravený videospot za účelem šíření povědomí mezi cílovou skupinou veřejnosti a upozornění na problematiku HaSVO ve veřejném prostoru. Kampaň byla realizována také aktivní propagací na veletrhu Gaudeamus. Stanovený cíl splněn.</p>
Plnění kontrolovatelných výstupů	<p>Uveďte stanovené kontrolovatelné výstupy projektu a do jaké míry byly splněny, případně důvod, proč splněny nebyly.</p>

	<p>1) Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR Splněno. Na základě veřejné zakázky realizované UHK bylo firmou STEM/MARK provedeno marketingové šetření a zpracována požadovaná analýza. Z výsledku výzkumu byla publikována tisková zpráva a obsah byl uveřejněn na webu UHK.</p> <p>2) Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí Splněno. PR pracovník projektu na UHK provedl rešerši vybraných zahraničních institucí, které nejlépe svou velikostí a svým zaměřením zrcadlí potřeby zapojených institucí v projektu a vypracoval požadovanou analýzu. Následně sepsal souhrnnou analýzu obsahující zpracovaný průzkum od všech 3 zapojených univerzit. Tato je zveřejněna na webu UHK.</p> <p>3) Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a aktivní prezentace na veřejných akcích Splněno. Realizační tým projektu vytvořil webový portál humanitky.cz, který slouží k propagaci humanitních oborů jako takových, ke sdílení dobré praxe a prezentaci úspěšných absolventů 3 zapojených VŠ formou rozhovorů a succes stories. Na obsahu webu se aktivně podíleli pracovníci projektu všech 3 univerzit včetně PR pracovníka na UHK.</p> <p>4) Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity. Splněno. Průběžně je naplňován web humanitky.cz medailonky, rozhovory, succes stories absolventů FF UHK, atd), web humanitky.cz byl aktivně prezentován na veletrzích Gaudemus, v, mediích atd.). Dále vznikly videospoty s tematikou uplatnění absolventů HaSVO, které byly umístěny na sociální síť UHK i ostatních VŠ zapojených v projektu a jsou promítány na veřejných akcích UHK.</p>																		
<p>Změny v řešení</p>	<p>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.</p>																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="306 958 379 1025">č.</th> <th data-bbox="379 958 938 1025">Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)</th> <th data-bbox="938 958 1469 1025">Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="306 1025 379 1238">1</td> <td data-bbox="379 1025 938 1238">Přesun 10 072,53 Kč z kapitoly Osobní náklady do položky 2.5 Služby a náklady nevýrobní (5400,- z pozice Grafik, 3063,- z pozice PR pracovník, 20 Kč z pozice Koordinátor za FF UHK, 1296,56 z pozice sociální pojištění, 280 Kč z položky zdravotní pojištění, 12,97 z pozice úrazové pojištění)</td> <td data-bbox="938 1025 1469 1238">K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu, kdy bylo potřeba navýšit zásadní výstupy v kapitole služeb projektu financované z kapitoly služeb. Při změně nedošlo k porušení podmínek daných Rozhodnutím o poskytnutí dotace. U převáděných financí z kapitoly Osobní náklady se jednalo o úspory vzniklé v průběhu realizace projektu.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="306 1238 379 1451">2</td> <td data-bbox="379 1238 938 1451">Přesun 3000,- Kč z položky 2.6 Cestovní náhrady do položky 2.5 Služby a náklady nevýrobní</td> <td data-bbox="938 1238 1469 1451">K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu, kdy bylo potřeba navýšit zásadní výstupy v kapitole služeb projektu financované z kapitoly služeb. Při změně nedošlo k porušení podmínek daných Rozhodnutím o poskytnutí dotace. U převáděných financí z kapitoly Cestovní náhrady se jednalo o úspory vzniklé v průběhu realizace projektu.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="306 1451 379 1720">3</td> <td data-bbox="379 1451 938 1720">Přesun 236,- Kč v rámci Osobních nákladů z pozice PR pracovník do pozice Projektově administrativní pracovník</td> <td data-bbox="938 1451 1469 1720">Tato změna je v rámci položky Osobních nákladů, tedy dle Rozhodnutí o poskytnutí dotace. K uvedenému došlo z důvodu nutnosti navýšit o danou částku pozici Projektově administrativní pracovník na konci projektu, jelikož v průběhu realizace projektu čerpání dovolené na dané pozici mírně navýšili měsíční mzdu pracovníka. Naopak na pozici PR pracovníka došlo k úspoře financí, jelikož pracovník nastoupil v půlce 1. měsíce realizace.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="306 1720 379 1933">4</td> <td data-bbox="379 1720 938 1933">Přesun 6300,- Kč z položky PR pracovník do položky IT pracovník</td> <td data-bbox="938 1720 1469 1933">Tato změna je v rámci položky Osobních nákladů, tedy dle Rozhodnutí o poskytnutí dotace. K uvedenému došlo na základě více práce na pozici IT pracovník v souvislosti tvorbou a údržbou webové platformy humanitky.cz. Naopak na pozici PR pracovníka došlo k úspoře financí, jelikož pracovník nastoupil v půlce 1. měsíce realizace</td> </tr> <tr> <td data-bbox="306 1933 379 2047">5</td> <td data-bbox="379 1933 938 2047">Přesun 310,- Kč v rámci položky Služeb z částky určené na Sociologické šetření do propagace – tvorba a propagace</td> <td data-bbox="938 1933 1469 2047">K uvedenému došlo v rámci položky Služeb, kdy úspora vzniklá z částky za dodání sociologického šetření byla převedena na posílení částky určené k tvorbě a propagaci videospotů</td> </tr> </tbody> </table>	č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)	1	Přesun 10 072,53 Kč z kapitoly Osobní náklady do položky 2.5 Služby a náklady nevýrobní (5400,- z pozice Grafik, 3063,- z pozice PR pracovník, 20 Kč z pozice Koordinátor za FF UHK, 1296,56 z pozice sociální pojištění, 280 Kč z položky zdravotní pojištění, 12,97 z pozice úrazové pojištění)	K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu, kdy bylo potřeba navýšit zásadní výstupy v kapitole služeb projektu financované z kapitoly služeb. Při změně nedošlo k porušení podmínek daných Rozhodnutím o poskytnutí dotace. U převáděných financí z kapitoly Osobní náklady se jednalo o úspory vzniklé v průběhu realizace projektu.	2	Přesun 3000,- Kč z položky 2.6 Cestovní náhrady do položky 2.5 Služby a náklady nevýrobní	K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu, kdy bylo potřeba navýšit zásadní výstupy v kapitole služeb projektu financované z kapitoly služeb. Při změně nedošlo k porušení podmínek daných Rozhodnutím o poskytnutí dotace. U převáděných financí z kapitoly Cestovní náhrady se jednalo o úspory vzniklé v průběhu realizace projektu.	3	Přesun 236,- Kč v rámci Osobních nákladů z pozice PR pracovník do pozice Projektově administrativní pracovník	Tato změna je v rámci položky Osobních nákladů, tedy dle Rozhodnutí o poskytnutí dotace. K uvedenému došlo z důvodu nutnosti navýšit o danou částku pozici Projektově administrativní pracovník na konci projektu, jelikož v průběhu realizace projektu čerpání dovolené na dané pozici mírně navýšili měsíční mzdu pracovníka. Naopak na pozici PR pracovníka došlo k úspoře financí, jelikož pracovník nastoupil v půlce 1. měsíce realizace.	4	Přesun 6300,- Kč z položky PR pracovník do položky IT pracovník	Tato změna je v rámci položky Osobních nákladů, tedy dle Rozhodnutí o poskytnutí dotace. K uvedenému došlo na základě více práce na pozici IT pracovník v souvislosti tvorbou a údržbou webové platformy humanitky.cz. Naopak na pozici PR pracovníka došlo k úspoře financí, jelikož pracovník nastoupil v půlce 1. měsíce realizace	5	Přesun 310,- Kč v rámci položky Služeb z částky určené na Sociologické šetření do propagace – tvorba a propagace	K uvedenému došlo v rámci položky Služeb, kdy úspora vzniklá z částky za dodání sociologického šetření byla převedena na posílení částky určené k tvorbě a propagaci videospotů
č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)																	
1	Přesun 10 072,53 Kč z kapitoly Osobní náklady do položky 2.5 Služby a náklady nevýrobní (5400,- z pozice Grafik, 3063,- z pozice PR pracovník, 20 Kč z pozice Koordinátor za FF UHK, 1296,56 z pozice sociální pojištění, 280 Kč z položky zdravotní pojištění, 12,97 z pozice úrazové pojištění)	K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu, kdy bylo potřeba navýšit zásadní výstupy v kapitole služeb projektu financované z kapitoly služeb. Při změně nedošlo k porušení podmínek daných Rozhodnutím o poskytnutí dotace. U převáděných financí z kapitoly Osobní náklady se jednalo o úspory vzniklé v průběhu realizace projektu.																	
2	Přesun 3000,- Kč z položky 2.6 Cestovní náhrady do položky 2.5 Služby a náklady nevýrobní	K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu, kdy bylo potřeba navýšit zásadní výstupy v kapitole služeb projektu financované z kapitoly služeb. Při změně nedošlo k porušení podmínek daných Rozhodnutím o poskytnutí dotace. U převáděných financí z kapitoly Cestovní náhrady se jednalo o úspory vzniklé v průběhu realizace projektu.																	
3	Přesun 236,- Kč v rámci Osobních nákladů z pozice PR pracovník do pozice Projektově administrativní pracovník	Tato změna je v rámci položky Osobních nákladů, tedy dle Rozhodnutí o poskytnutí dotace. K uvedenému došlo z důvodu nutnosti navýšit o danou částku pozici Projektově administrativní pracovník na konci projektu, jelikož v průběhu realizace projektu čerpání dovolené na dané pozici mírně navýšili měsíční mzdu pracovníka. Naopak na pozici PR pracovníka došlo k úspoře financí, jelikož pracovník nastoupil v půlce 1. měsíce realizace.																	
4	Přesun 6300,- Kč z položky PR pracovník do položky IT pracovník	Tato změna je v rámci položky Osobních nákladů, tedy dle Rozhodnutí o poskytnutí dotace. K uvedenému došlo na základě více práce na pozici IT pracovník v souvislosti tvorbou a údržbou webové platformy humanitky.cz. Naopak na pozici PR pracovníka došlo k úspoře financí, jelikož pracovník nastoupil v půlce 1. měsíce realizace																	
5	Přesun 310,- Kč v rámci položky Služeb z částky určené na Sociologické šetření do propagace – tvorba a propagace	K uvedenému došlo v rámci položky Služeb, kdy úspora vzniklá z částky za dodání sociologického šetření byla převedena na posílení částky určené k tvorbě a propagaci videospotů																	

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)
	2020	1000 tis	

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

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)	0	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0	0
1.3	Ostatní technické zhodnocení	0	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem		
	Osobní náklady:		
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	421	411
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)	100	101
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	169	168
	Ostatní:		
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0	0
2.5	Služby a náklady nevýrobní	410	423
2.6	Cestovní náhrady	15	12
2.7	Stipendia	0	0
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	1115	1115

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 – obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za FF UHK (0,1 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 3 700,--), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 10,5 měsíců, měsíční mzda Kč 28 000,--) a dále projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 11 měsíců, měsíční mzda Kč 6 500,--)	411
2.2	Ostatní osobní náklady – zahrnují náklady na IT pracovníka (DPČ v celkovém rozsahu 218 hodin, sazba Kč 350,--/hod.) a dále na Grafika (DPP v celkovém rozsahu 82 hodin, sazba Kč 300,--/hod.)	101
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení – zahrnují výdaje na sociální a zdravotní pojištění (ve výši 34% z mezd a DPČ), zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele (ve výši 4,2 promile z mezd a DPČ)	168
2.4	Materiální náklady	
2.5	Služby a náklady nevýrobní – zahrnují náklady na dodavatelsky prováděné sociologické šetření Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům Humanitních a společensko-vědních oborů (Kč 349 690,--) a dále náklady na propagaci (propagační videa + placená inzerce na facebooku) ve výši Kč 73 382,53,-)	423
2.6	Cestovní náhrady – zahrnují náklady na cestovné a stravné realizačního týmu a PR týmu UHK na schůzku konanou v Ostravě 4x (8950,- Kč celkem) a dále náklady pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (cestovné, ubytování, stravné) 1672,- Kč, cestu zástupce vedení fakulty na setkání zástupců filozofických fakult (sdílení zkušeností s realizací a propagace CRP projektu) – 1054,- Kč a cestu PR pracovníka na rozhovor s úspěšným absolventem do Prahy (324,- Kč)	12



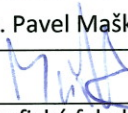
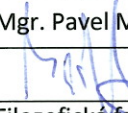
VYSOKÁ ŠKOLA: UNIVERZITA JANA EVANGELISTY PURKYNĚ

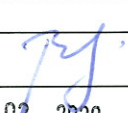

Rozvojový projekt na rok 2019

Formulář pro závěrečnou zprávu

Program:	Centralizovaný rozvojový program pro veřejné vysoké školy pro rok 2019		
Tematické zaměření:	a) rozvoj systému vnitřního hodnocení kvality vzdělávací a/nebo tvůrčích činnosti s důrazem na zapojení všech aktérů; b) rozvoj opatření na snižování studijní neúspěšnosti e) pořádání festivalů, přehlídek, výstav a dalších obdobných akcí mající mimořádný charakter; f) posilování regionálního působení vysokých škol a zvyšování společenské odpovědnosti vysokých škol		
Název projektu: Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd			
Období řešení projektu:	Od: 1. 1. 2019	Do: 31. 12. 2019	
Dotace (v tis. Kč)	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Požadavek	669	669	
Čerpáno	669	669	

ZÁKLADNÍ INFORMACE

	Hlavní řešitel	Kontaktní osoba
Jméno:	Mgr. Pavel Maškarinec, Ph.D.	Mgr. Pavel Maškarinec, Ph.D.
Podpis:		
Fakulta/Součást	Filozofická fakulta, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně	Filozofická fakulta, Univerzita Jana Evangelisty Purkyně
Adresa/Web:	Pasteurova 3544/1, 400 96 Ústí nad Labem www.ujep.cz	Pasteurova 3544/1, 400 96 Ústí nad Labem www.ujep.cz
Telefon:	475 286 505	475 286 505
E-mail:	pavel.maskarinec@ujep.cz	pavel.maskarinec@ujep.cz

Jméno rektora:	doc. RNDr. Martin Balej, Ph.D.
Podpis:	
Datum:	11. 02. 2020
Razítko školy:	

ZPRÁVA O PRŮBĚHU ŘEŠENÍ PROJEKTU		
Cíle projektu	<p>Uvedte předem stanovené cíle a u každého z nich uveďte, do jaké míry byl splněn, případně důvod, proč splněn nebyl.</p> <p>Cíl č. 1: Realizace sociologického šetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce: Sociologické šetření uskutečnila ve dnech 9. 7. - 7. 8. 2019 agentura STEM/MARK na vzorku více než tisícovky firem s 5 a více zaměstnanci. Cíl projektu tedy byl bezvýhradně splněn.</p> <p>Cíl č. 2: Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO): Šetření v oblasti marketingu proběhlo v první polovině roku 2019. Konkrétně FF UJEP provedla šetření na pěti zahraničních vysokých školách. Cíl projektu tedy byl bezvýhradně splněn.</p> <p>Cíl č. 3: Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace. Webová prezentace byla vytvořena v první polovině roku 2019. Cíl projektu tedy byl bezvýhradně splněn.</p> <p>Cíl č. 4: Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru. Ve druhé polovině roku byly vytvořeny videospoty propagující humanitní a společenské vědy a byly propagovány pomocí crosspostu na všech zúčastněných univerzitních či fakultních sociálních sítích. Cíl projektu tedy byl bezvýhradně splněn.</p>	
Plnění kontrolovatelných výstupů	<p>Uvedte stanovené kontrolovatelné výstupy projektu a do jaké míry byly splněny, případně důvod, proč splněny nebyly.</p> <p>Výstup č. 1: Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR: Výstup projektu byl bezvýhradně splněn (viz výše).</p> <p>Výstup č. 2: Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí: Výstup projektu byl bezvýhradně splněn (viz výše).</p> <p>Výstup č. 3: Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a aktivní prezentace na veřejných akcích: Výstup projektu byl bezvýhradně splněn (viz výše).</p> <p>Výstup č. 4: Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity: Výstup projektu byl bezvýhradně splněn (viz výše).</p>	
Změny v řešení		
	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)
1	Z ostatních osobních nákladů (položka 2.2. - DPP) byla přesuta částka 8 000,- do položky 2.5. (služby a náklady nevýrobní-propagace).	Práce grafika byla hrazena částečně z jiných zdrojů, a proto byly volné finanční prostředky použity na tvorbu kvalitnějších videospotů propagujících humanitní a společenské vědy. Při změně byly dodrženy podmínky dané Rozhodnutím o poskytnutí dotace.
2	Z položky 2.6.(cestovní náhrady), konkrétně z položky Gaudeamus, byla přesunuta částka 4000,- opět do položky 2.5 (služby a náklady nevýrobní- propagace).	Částku na cestovné nakonec využívaly převážně pouze dvě členky projektu (Beranová, Máčková), místo původně plánovaných tří osob a jezdily převážně služebním autem. Ušetřené finanční prostředky byly využity na potřebnější místo – při financování propagačních videospotů propagujících humanitní a společenské vědy. Při změně byly dodrženy podmínky dané Rozhodnutím o poskytnutí dotace.
3	Z položky 2.2. (ostatní osobní náklady - DPP) byly přesunuty částky takto: a) 3561,- na dorovnání mezd – položka 2.1. b) 430,78,- na dorovnání vyšších odvodů soc. pojištění, položka 2.3. c) 321,- na dorovnání odvodů zdravotního pojištění, položka 2.3. d)14,95,- na dorovnání odvodů zák. pojištění – položka 2.3. e)4182,61,- na odvody FKSP, položka 2.3.	Přesun byl v rámci jedné kapitoly (osobní náklady), nebyly tedy porušeny podmínky.

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)
	2020	992	

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

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)	0	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0	0
1.3	Ostatní technické zhodnocení	0	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem		
	Osobní náklady:		
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	415	418
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)	30	14
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	143	148
	Ostatní:		
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0	0
2.5	Služby a náklady nevýrobní	60	72
2.6	Cestovní náhrady	21	17
2.7	Stipendia	0	0
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	669	669

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 – obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za UJEP (0,1 úvazku po dobu 11 měsíců), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 11 měsíců) a dále projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 11 měsíců). Celkové mzdy byly vyšší kvůli průměrům na dovolenou, které se dopředu bohužel nedaly stanovit.	418
2.2	Ostatní osobní náklady – zahrnují náklady na grafika (3x DPP, celkem 13490,04,-). Částka ponížena oproti původním 30 000,- a použita k vyrovnání přečerpání ve mzdách, aby nedošlo k přečerpání celkových osobních nákladů.	14
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu – zahrnují výdaje na sociální (104105,78) a zdravotní pojištění (37643,62,-), zákonné pojištění odpovědnosti zaměstnavatele (1756,69,-). Celková částka se navýšila o odvody do FKSP (4182,61,-), se kterými se v rozpočtu původně nepočítalo, celkovou částku také navýšily větší průměry na dovolenou, které se nedaly dopředu stanovit.	148
2.5	Služby a náklady nevýrobní – zahrnují náklady na propagaci – tato částka byla použita na tvorbu 3 propagačních videí propagujících humanitní a společenské vědy), původních 60 000,- navýšeno viz změny v řešení	72
2.6	Cestovní náhrady – zahrnují náklady na cestovné, stravné a pohonné hmoty pro realizační tým na schůzky konané v Hradci Králové (10x CP), Ostravě (2x CP, včetně ubytování), cesty PR pracovníka do Prahy (2x CP) a dále náklady pro PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (cestovné, ubytování, stravné) – částka na cestovné na Gaudeamus nedočerpána a přesunuta ve prospěch propagace – viz změny v řešení.	17

VYSOKÁ ŠKOLA: OSTRAVSKÁ UNIVERZITA



Rozvojový projekt na rok 2019

Formulář pro závěrečnou zprávu

Program:	Centralizovaný rozvojový program pro veřejné vysoké školy pro rok 2019		
Tematické zaměření:	a) rozvoj systému vnitřního hodnocení kvality vzdělávací a/nebo tvůrčích činností s důrazem na zapojení všech aktérů b) rozvoj opatření na snižování studijní neúspěšnosti e) pořádání festivalů, přehlídek, výstav a dalších obdobných akcí mající mimořádný charakter f) posilování regionálního působení vysokých škol a zvyšování společenské odpovědnosti vysokých škol		
Název projektu:	Společný postup filozofických fakult v oblasti zvyšování kvality a prestiže humanitních a společenských věd		
Období řešení projektu:	Od: 1. 1. 2019	Do: 31. 12. 2019	
Dotace (v tis. Kč)	Celkem:	V tom běžné finanční prostředky:	V tom kapitálové finanční prostředky:
Požadavek	716	716	0
Čerpáno	716	716	0

ZÁKLADNÍ INFORMACE

	Hlavní řešitel	Kontaktní osoba
Jméno:	PhDr. Daniela Rywиковá, Ph.D.	PhDr. Daniela Rywиковá, Ph.D.
Podpis:		
Fakulta/Součást	filozofická	filozofická
Adresa/Web:	Dvořáková 7, 701 03 Ostrava, www.osu.cz	Dvořáková 7, 701 03 Ostrava, www.osu.cz
Telefon:	553 46 2001	553 46 2001
E-mail:	daniela.rywikova@osu.cz	daniela.rywikova@osu.cz

Jméno rektora:	prof. MUDr. Jan Lata, CSc.
Podpis:	
Datum:	13-02-2020
Razítko školy:	 OSTRAVSKÁ UNIVERZITA Dvořáková 7 / 701 03 Ostrava www.osu.cz

--	--

ZPRÁVA O PRŮBĚHU ŘEŠENÍ PROJEKTU	
Cíle projektu	Uveďte předem stanovené cíle a u každého z nich uveďte, do jaké míry byl splněn, případně důvod, proč splněn nebyl.
Cíl Realizace sociologického ošetření za účelem zvýšení kvality a prestiže absolventů humanitních fakult v souladu s požadavky trhu práce	<p>OU se jako partner podílela na přípravě zadávacích podmínek sociologického průzkumu (všichni partneři projektu se shodli na definovaných cílech šetření). Cíli projektu bylo zmapovat oblasti: kde je o absolventy HaSVO největší zájem, jaká je uplatnitelnost absolventů HaSVO na trhu práce, jaká jsou očekávání zaměstnavatelů, zkušenosti s absolventy a výhled na trhu práce v horizontu n+3. Součástí zadání bylo také vyhledat taková doporučení pro praktickou přípravu absolventů HaSVO, která jim umožní vyhovět požadavkům současných zaměstnavatelů.</p> <p>Výsledné šetření vítězné agentury STEM/MARK přineslo zásadní poznatky v oblasti zaměstnávání absolventů HaSVO ve světle požadavků na jejich kompetence. Tento materiál přinesl řadu důležitých a dosud nezjištěných informací, na jejichž základě mohou fakulty přistupovat k dalším strategickým plánům při přípravě studijních programů a náplně výuky.</p> <p>Průzkum <i>Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR</i> agentury STEM/MARK byl prezentován zadavateli a partnerům tohoto projektu na poradě projektového týmu 4. 10. 2019. Z výsledku výzkumu byla 16. 10. 2019 vydána tisková zpráva, kterou převzala některá média – např. Novinky.cz (https://www.novinky.cz/veda-skoly/clanek/o-absolventy-humanitnich-oboru-je-na-trhu-prace-zajem-ukazal-pruzkum-40301158), dále byly výsledky šetření zveřejněny na portálech Universitas.cz, OU@live.cz a webových stránkách participujících univerzit.</p> <p>Realizace sociologického šetření byla provedena a přinesla zásadní poznatky pro naplnění stanovených cílů projektu a obhájila jeho pokračování</p>
Cíl Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd v zahraničí (dobrá praxe zahraničního marketingu HaSVO)	<p>OU se rovněž dílčím zpracováním podílela na společném výstupu <i>Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí</i>, jejímž hlavním úkolem bylo zjistit, jakým způsobem se v zahraničí prezentují humanitní fakulty a obory a jakým způsobem budují pozitivní obraz ve veřejném prostoru (prostřednictvím sociálních sítí, webových prezentací, mediálních výstupů a dalších).</p> <p>FF OU realizovala průzkum na základě vlastního výběru a rozdělení mezi partnery. Analýzu prováděla na sociálních sítích a kanálech těchto univerzit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The University of Auckland (Nový Zéland) - Faculty of Arts • University of Oulu (Finsko) – Faculty of Humanities • McGill University in Canada (Kanada) – Faculty of Arts • Columbia University in the City of New York (USA) – Faculty of Arts and Sciences <p>Jednotlivé dílčí analýzy byly na základě pracovních jednání partnerů zpracovány v celistvou zprávu. Celkově bylo analyzováno 14 zahraničních humanitně orientovaných fakult vysokých škol a celková analýza dále posloužila ke srovnání přístupů v propagaci HaSVO a dalšímu směřování tohoto projektu. Tento výstup rovněž poskytl prostor k úpravám vlastních postupů při propagaci HaSVO vedoucí k profesionalizaci, modernizaci a vyšší efektivitě.</p> <p>Výstup byl prezentován rovněž na Asociaci děkanů filozofických fakult ČR dne 25. 11. 2019 v Hradci Králové.</p> <p>Realizace vlastního šetření vysokých škol v oblasti marketingu humanitních věd bylo provedeno a přineslo poznatky pro úpravu vlastních marketingových strategií</p>

			univerzitních akcích. Jednalo se o nákup propagační předmětů, které byly interním účetním systémem Ostravské univerzity vyhodnoceny jako materiál. Změna proběhla v souladu se zadávací dokumentací.
	2	Přesun 1091,22,- z kapitoly 2.5. Služby do kapitoly 2.4. Materiální náklady	K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu a jeho potřebě navýšit finanční částku za účelem propagace humanitních věd na univerzitních akcích. Jednalo se o nákup propagační předmětů, které byly interním účetním systémem Ostravské univerzity vyhodnoceny jako materiál. Změna proběhla v souladu se zadávací dokumentací.
	3	Přesun 818,- Kč z kapitoly 2.3 Odvody pojistného do kapitoly 2.1 Mzdy	K uvedenému došlo z důvodu snížení úvazku na poslední dva měsíce řešení projektu a také z důvodu legislativní změny snížení sazeb Odvodů na sociálním a zdravotním pojistném. Uvedené bylo konzultováno s poskytovatelem skrze emailovou komunikaci.
	4	-	-
	5	-	-
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)
	2020	1092 tis.	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-
	-	-	-

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

Specifikace čerpání finanční dotace na řešení projektu			
		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)	0	0
1.2	Samostatné věci movité (stroje, zařízení)	0	0
1.3	Ostatní technické zhodnocení	0	0
2.	Běžné finanční prostředky celkem	716	716
	Osobní náklady:		
2.1	Mzdy (včetně pohyblivých složek)	466	467
2.2	Ostatní osobní náklady (odměny z dohod o pracovní činnosti,	0	0

<p>Cíl <i>Tvorba společné webové prezentace za účelem budování pozitivního obrazu úspěšných absolventů humanitních fakult pomocí „Success Stories“ a jejich aktivní prezentace</i></p>	<p>OU se podílela na realizaci portálu humanitky.cz. Tento portál slouží jako společná platforma pro šíření „dobré praxe“ v oblasti HaSVO, a také jako veřejná informační platforma a nástroj další pozitivní propagace. Web je průběžně aktualizován všemi partnery projektu a naplňován relevantním obsahem v souladu s projektovou žádostí. Portál humanitky.cz posloužil rovněž jako kampaňový web při propagaci studijních programů jednotlivých fakult během veletrhu Gaudeamus Brno. Jeho klíčovým obsahem jsou inspirativní osobní příběhy absolventů HaSVO, které demonstrují konkrétní možnosti uplatnění, dále profesní rozhovory s absolventy, ukázky činnosti filozofických fakult v oblasti vědy a výzkumu a nabídka studijních programů FF a také propagační videa, která se snaží vyvrátit negativní stereotypy spojené s humanitními obory. Dohromady tak portál humanitky.cz poskytuje ucelenou představu o činnosti filozofických fakult a uplatnitelnosti jejich absolventů na trhu práce v nejrůznějších profesích a oborech. Výstup byl prezentován rovněž na Asociaci děkanů filozofických fakult ČR dne 25. 11. 2019 v Hradci Králové.</p> <p>Webová platforma Humanitky.cz byla vytvořena a naplněna relevantním obsahem.</p>						
<p>Cíl <i>Zvýšení prestiže absolventů humanitních fakult za pomoci cílených nástrojů mediální kampaně ve veřejném prostoru</i></p>	<p>OU se aktivně zapojila do přípravy a realizace propagační kampaně. Na portále humanitky.cz bylo zveřejněno několik profilových rozhovorů, medailonů a popularizačních článků. Byly natočeny a zveřejněny tři propagační spoty realizované mediálním studiem Action Please. Video byla spuštěna v rámci kampaně na Facebookových profilech všech projektových partnerů. Současně byly mediální výstupy v průběhu celého projektu publikovány na ostatních dostupných platformách. V případě FF OU se jedná i o platformu tištěnou – čtvrtletník OFFline (registrován MK E_23754, náklad 100ks), který prezentuje absolventy HaSVO také v Olomouckém a Zlínském kraji. Celá aktivita je organicky propojena s portálem humanitky.cz a veřejnými profily jednotlivých partnerů.</p> <p>Mediální kampaň byla, za pomoci cílených nástrojů, spuštěna</p>						
<p>Plnění kontrolovatelných výstupů</p>	<p>Uveďte stanovené kontrolovatelné výstupy projektu a do jaké míry byly splněny, případně důvod, proč splněny nebyly.</p>						
	<p>1) Zpracovaná Analýza potřeb zaměstnavatelů ve vztahu k absolventům HaSVO v ČR Splněno. Na základě veřejné zakázky bylo firmou STEM/MARK provedeno marketingové šetření a zpracována požadovaná analýza.</p> <p>2) Zpracovaná Analýza stávajícího stavu marketingových přístupů v propagaci humanitních a společenských věd v zahraničí Splněno. PR pracovníci všech projektových partnerů provedli na základě výběrových kritérií analýzu humanitních fakult. Tato analýza poslouží jako inspirace při budování vlastní marketingové strategie.</p> <p>3) Webová prezentace za účelem budování pozitivního obrazu HaSVO a aktivní prezentace na veřejných akcích. Splněno. Realizační tým projektu vytvořil webový portál humanitky.cz, který slouží k propagaci humanitních oborů a ke sdílení dobré praxe a prezentaci úspěšných absolventů 3 zapojených VŠ formou rozhovorů, medailonků a succes stories atd.</p> <p>4) Mediální kampaň, jejímž obsahem budou především pozitivní články, výstupy na webu a sociálních sítích a propagační aktivity. Splněno. Průběžně je naplňován web humanitky.cz medailonky, rozhovory, succes stories, atd.), web humanitky.cz je aktivně prezentován na veletrzích, v časopisech zapojených VŠ (Offline), mediích atd. Vznikly propagační předměty, které byly na veletrzích distribuovány. Dále vznikly videospoty s tematikou uplatnění absolventů HaSVO, které byly umístěny na sociální síť zapojených VŠ a jsou promítány na veřejných akcích univerzit.</p>						
<p>Změny v řešení</p>	<p>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.</p>						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="312 1899 384 1966">č.</th> <th data-bbox="384 1899 943 1966">Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)</th> <th data-bbox="943 1899 1476 1966">Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="312 1966 384 2045">1</td> <td data-bbox="384 1966 943 2045">Přesun 6 200,-Kč z kapitoly 2.6. Cestovní náhrady do kapitoly 2.4. Materiální náklady</td> <td data-bbox="943 1966 1476 2045">K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu a jeho potřebě navýšit finanční částku za účelem propagace humanitních věd na</td> </tr> </tbody> </table>	č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)	1	Přesun 6 200,-Kč z kapitoly 2.6. Cestovní náhrady do kapitoly 2.4. Materiální náklady	K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu a jeho potřebě navýšit finanční částku za účelem propagace humanitních věd na
č.	Jednotlivé změny (přidejte řádky podle potřeby)	Zdůvodnění (případně č. j. vyřízení žádosti na MŠMT)					
1	Přesun 6 200,-Kč z kapitoly 2.6. Cestovní náhrady do kapitoly 2.4. Materiální náklady	K uvedenému došlo v průběhu realizace projektu a jeho potřebě navýšit finanční částku za účelem propagace humanitních věd na					

	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)		
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu	159	158
Ostatní:			
2.4	Materiální náklady (včetně drobného majetku)	0	7
2.5	Služby a náklady nevýrobní	60	59
2.6	Cestovní náhrady	31	25
2.7	Stipendia	0	0
3.	Celkem běžné a kapitálové finanční prostředky	716	716

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 – obsahují mzdy včetně pohyblivých složek Koordinátora za FF OU (0,1 úvazku po dobu 9 měsíců, měsíční mzda Kč 3 700,-Kč, 0,05 úvazku po dobu 2 měsíců, měsíční mzda 1850,-Kč), PR pracovníka (1,0 úvazku po dobu 9 měsíců, měsíční mzda 28 000,-Kč, 0,8 úvazku po dobu 2 měsíců, měsíční mzda 22 400,-Kč), projektově-administrativního pracovníka (0,2 úvazku po dobu 9 měsíců, měsíční mzda Kč 6 000,-Kč, 0,1 úvazku po dobu 2 měsíců, měsíční mzda 3 000,- Kč), Grafika (0,2 úvazku po dobu 7 měsíců, měsíční mzda 5 600,-Kč, 0,1 po dobu 2 měsíců, měsíční mzda 2 800,-Kč). (Z důvodu vyššího čerpání mezd v období dovolených v letních měsících byly mzdy na poslední dva měsíce řešení projektu sníženy o výše popsaná procenta vůči plánovaným úvazkům. Tento postup byl na dotaz hlavního řešitele schválen poskytovatelem.)	467
2.3	Odvody pojistného na veřejné zdravotní pojištění a pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti a přiděly do sociálního fondu. (Z důvodu snížení úvazku v posledních dvou měsících řešení a legislativního snížení sociálního a zdravotního pojištění vznikl v kapitole 2.3 přebytek, který byl následně vyplacen odměnou projektovému týmu v posledním měsíci řešení – 818,- Kč)	158
2.4.	Materiální náklady (včetně drobného majetku) – zahrnují náklady na 100 ks plátěných odnosek (2 motivy po 50 ks). Jedná se o propagační materiály použité na akcích Filozofické fakulty Ostravské univerzity k propagaci humanitních oborů - 7291,22,- Kč)	7
2.5	Služby a náklady nevýrobní – zahrnují náklady na tvorbu dvou mikrospotů (45 000,-Kč), náklady na propagaci (tisk čtvrtletního magazínu Offline, propagujícího Filozofickou fakultu Ostravské univerzity – 6827,70,- Kč, propagační předměty (roll-up, tisk letáku k propagaci univerzity na studentském veletrhu Gaudeamus a na akcích spojených s propagací Filozofické fakulty Ostravské univerzity – 7081,08,- Kč)	59
2.6	Cestovní náhrady – zahrnují náklady na cestovné a stravné realizačního týmu a PR týmu FF OU na pravidelné schůzky na FF UHK do Hradce Králové (celkem 12 168,-Kč), cestovné a stravné na schůzku na FF UJEP (jízdné, stravné a ubytování - 5 672,- Kč), náklady PR pracovníka na veletrh Gaudeamus v Brně (jízdné, stravné a ubytování - 5 585,-Kč), náklady pro koordinátora za FF OU na veletrh Gaudeamus v Brně (pouze jízdné a stravné 867,- Kč), část jízdného a stravného koordinátora za FF OU na setkání děkanů filozofických fakult (sdílení zkušeností s realizací a propagace CRP projektu - 508,-Kč)	25

