

# Osobní propagace funguje nejlépe

Osobitý ráz Masarykova ústavu vyšších studií (MÚVS) prošel za dobu téměř dvacetiletého působení na trhu vzdělávání výraznou proměnou. Z nenápadného ústavu s komorní atmosférou a několika zaměstnanci vyrostla instituce čítající více než tisíc studentů ve státních programech a několik set posluchačů ve vzdělávacích programech pro dospělé. O posláni Masarykova ústavu vyšších studií a jeho propagaci jsme si povídali s vedoucí katedry managementu Barborou Joudalovou.

– Text: Jiří Cerný



Na trhu chybi jazykové dobře vybavení lidé z technických oborů, říká Barbora Joudalová

Pole působnosti Masarykova ústavu se velmi rozšířilo, vašimi posluchači jsou stále manažeři velkých a významných firem, ale dnes také studenti bakalářských a navazujících magisterských oborů. Jak se tím změnil váš způsob propagace?

S rozšířením cílové skupiny a spektrem nabízených studií jiných oborů se logicky změnil i způsob propagace MÚVS. Naše zkušenosti ukazují, že osobní propagace u našich aktivní funguje nejlépe, spokojení absolventi a jejich doporučení jsou tou nejlepší reklamou. V dnešní době již nejen absolventi, ale i naši studenti si předávají informace mezi sebou. Z marketingových průzkumů víme, že rozhodování o volbě dalšího studia je převážně ovlivněno právě doporučením kamarádů a známých. Věková hranice posluchačské základy MÚVS se nápadně snížila, mladí lidé se chtějí bavit a sdružovat, tomu se samozřejmě snažíme přizpůsobit, tak jsme se například ocitli na sociální síti. Prosažujeme takové postupy a zásady komunikace, které jsou přínosem pro obě strany. Komunikace by měla být vzájemná a ne pouze jednostranná. Podstatné je zaujmout, poskytnout dostatek informací potenciálním studentům, a zase naopak, informace ze studentského prostředí jsou nejlépeším zdrojem podnětů pro další zkvalitňování naší práce.

**Prozradíte nám nastavení vašeho komunikačního mixu, jakými prostředky se snažíte oslovit potenciální studenty?**

Vedle klasických způsobů propagace, jako je tištěná inzertce, venkovní reklama, internetové kampaně, účast na veletrzích apod., je pro nás klíčové udržení stávajících kontaktů, a to jak se studenty a absolventy, tak i akademickými pracovníky a lektory z praxe. Zviditelnění se a oslovování potenciálních zájemců o studium je velmi důležité, neméně podstatné je udržení kontaktů stávajících. Zde se vlastně znovu

vracím ke zlatému pravidlu ústní reklamy, protože osobní doporučení bývají ta nejlepší reklama. Již více než 15 let funguje náš Klub MBA, který pro absolventy a lektory pořádá kromě akcí vzdělávacích i akce společenské, na které v současné době zveme 600 absolventů programu MBA.

**MÚVS je součástí Českého vysokého učení technického v Praze, poskytuje však studijní obory, které se zaměřují na ekonomii a management. Jaká je souvislost mezi manažersko-ekonomickou povahou studijních oborů a technickou univerzitou? Jak je v tomto případě vnímána značka Masarykova ústavu vyšších studií? Nestává se, že by byla vaše organizace vnímána jako ryze technická?**

Naše studijní obory jsou zaměřeny interdisciplinárně, tedy kromě zmiňované ekonomie a managementu obsahují takéové disciplíny, které umožňují absolventům úspěšně uplatnění na nejrůznějších pozicích v průmyslových podnicích. Technické předměty se samozřejmě liší podle jednotlivých studijních oborů.

Z průzkumů na trhu práce vyplývá, že je stále nedostatek dobře jazykově vybavených pracovníků sil se znalostmi jak z technické, tak i z manažersko-ekonomické oblasti. Právě na tuto potřebu jsme zareagovali vytvořením a akreditací našich nových

oborů bakalářských, magisterských a nejnověji i doktorského. Masarykův ústav byl dosud vnímán především jako vysokoškolský ústav ČVUT, který se specializuje na oblast celoživotního vzdělávání. S rozšířením nabídky studijních oborů se logicky rozšířila i naše působnost do oblasti klasického vzdělávání univerzitního typu. Do budoucna chceme téžít zejména ze spojení tradice, kterou nám poskytuje ČVUT, a z vlastních zkušeností, které jsme získali působením na trhu celoživotního vzdělávání během uplynulých 19 let existence MÚVS. |

## MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ ČVUT

Masarykův ústav vyšších studií ČVUT v Praze patří mezi přední poskytovatele manažerského vzdělávání. Dobře jméno a věhlas získal především díky postgraduálnímu manažerskému programu Executive Master of Business Administration, na kterém spolupracuje se Sheffield Business School. Kromě manažerských programů a kurzů poskytuje široký výběr nově akreditovaných bakalářských, navazujících magisterských a doktorských studijních oborů se zaměřením na ekonomii a management.