

# STRATEGIJA KOMUNICIRANJA NA UNIVERZITETU U TRAVNIKU



Travnik, april 2011.

Na osnovu člana 26. Stav 3. Statuta Univerziteta u Travniku, Senat Univerziteta na sjednici održanoj dana 20. 04. 2011. godine, donosi

## **STRATEGIJU KOMUNICIRANJA NA UNIVERZITETU U TRAVNIKU**

### **Uvod**

Univerzitet u Travniku svoju misiju i viziju temelji na provođenju naučnih, razvojnih i stručnih istraživanja, naročito programa od strateškog interesa za regiju u kojoj djeluje i za Bosnu i Hercegovinu u cjelini, te na njima utemeljeno dodiplomsko, diplomsko i postdiplomsko obrazovanje. Univerzitet, pri tome, aktivno saraduje s akademskim, naučnim i visokoobrazovnim, i partnerima iz privrede u zemlji i inostranstvu. Univerzitet će biti naučni i istraživački centar na području tehničkih, društvenih i humanističkih nauka, s jasnim istraživačkim profilom usmjerenim na održivi razvoj, a koji provodi kvalitetno i efikasno obrazovanje zasnovano na ishodima učenja i koncepciji cjeloživotnog obrazovanja. Aktivnom saradnjom s privredom, partnerstvima za razvoj zajednice, samostalnom i posrednom uključenošću u Evropski istraživački prostor, i Evropski prostor visokog obrazovanja, te najvišim nivoom organizovanosti i odgovornosti. Kao jedna organizovana i odgovorna ustanova, Univerzitet smatra da je razmjena informacija s javnošću i ključnim sudionicima u privredi od izuzetnog značaja, pa će stoga nastojati da ta komunikacija u svako doba slijedi principe otvorenosti, istinitosti, transparentnosti i dosljednosti.

Univerzitet će održavati jedan efikasan i otvoren dijalog s različitim zainteresiranim stranama u javnosti, među kojima su: osoblje, tekući i potencijalni budući studenti, svršeni studenti, mediji, predstavnici vlada, predstavnici nevladinog sektora, lokalno stanovništvo, različite društvene grupe, te svršeni studenti s ostalih ustanova.

Komunikacija Univerziteta, pružanje odgovarajuće podrške osoblju Univerziteta, te sprovođenje gore navedenih principa, je u nadležnosti Web tima, uz odgovarajuće smjernice od strane rukovodstva Univerziteta (Upravnog odbora, Senata Univerziteta, i rektora).

Pouzdana infrastruktura informacione komunikacijske tehnologije je ključna za uspjeh ove Strategije komunikacije. Prema tome, od izuzetnog je značaja da postoji funkcionalna internet stranica, jer je internet glavno sredstvo komunikacije s Univerzitetom, odakle se informacije prosljeđuju studentima i javnosti.

Glavni ciljevi Strategije komunikacije su:

**Razvijanje prepoznatljivosti Univerziteta u Travniku** - Ova strategija ima za cilj da kreira, razvije i održava jaki identitet Univerziteta koji podržava komunikaciju s različitim kategorijama javnosti, kao i da štiti ugled i prepoznatljivost Univerziteta. Prepoznatljivost Univerziteta se treba dalje razvijati kako bi podržavala dalje planove rukovodstva na proširenju kapaciteta i popoljšanju uvjeta studiranja kao i primanju većeg broja studenata.

**Osooblje** – Strategija ima za cilj da osigura da svi članovi osoblja Univerziteta budu obaviješteni o viziji, ciljevima i strategiji Univerziteta. Putem redovnih sastanaka, obavljat će se konsultacije sa zaposlenicima, koji će biti uključivani u stvaranje Strategije, i od kojih će se redovito tražiti mišljenje i komentari.

**Studenti** – Cilj strategije je da osigura da svi studenti budu informirani na adekvatan i efikasan način. Također ima za cilj da uključi studente u donošenje odluka ove ustanove i da od njih redovito dobija mišljenje i komentare, kao i da oni na konstruktivan način doprinose planovima Univerziteta u Travniku.

**Potencijalni budući studenti i zaposlenici** – Strategija ima za cilj da reklamira Univerzitet u Travniku potencijalnim budućim studentima i njihovim porodicama na različite načine, među kojima su, lični kontakti i produkcija visoko kvalitetnog štampanog i elektronskog promotivnog materijala. Materijal pruža odgovarajuće i tačne informacije o Rektor Univerziteta, dekanima i prodekanima organizacionih jedinica, kontakt informacije(adresa, broj telefona, faxes, e-mail, web stranica), studij I ciklusa(smjerovi na organizacionim jedinicama, i završna zvanja, način studiranja, uslovi upisa, prijemni ispit), studij II ciklusa(trajanje i broj bodova, stručno zvanje), studij III ciklusa(trajanje i broj bodova, naučno zvanje) kratki opis planova i programa, te sažetak o organizacionoj jedinici, napomena i fotografije.

**Štampa i mediji** – Ciljevi Strategije su da postoji Web tim koji u svom sastavu ima PR menadžera koji će održavati dijalog između Univerziteta i vanjskih sugovornika, studenata, roditelja, te sa štampanim, elektronskim i radio-televizijskim medijima. Pr menadžer će redovito pripremati vijesti i izvještaje koji će pokazivati snagu Univerziteta u oblasti istraživanja i nastave i relevantnosti tih aktivnosti za javnost.

**Opredijeljenost ka dosljednosti** – Strategija ima za cilj da omogući da sve vrste komunikacije Univerziteta sadrže istinite i ažurirane informacije. Također ima za cilj da omogući da se ključne poruke Univerziteta prezentiraju dosljedno u svim oblicima komunikacije, te da je Univerzitet prisutan na internetu kao izvor pristupačnih i tačnih informacija za sve zainteresirane strane na Univerzitetu i izvan njega. Sve vrste pismene i usmene komunikacije na Univerzitetu bi, trebale biti na jezicima tri konstitutivna naroda u Bosni i Hercegovine i engleskom jeziku.

**Predstavnici vlade i lokalnog stanovništva** – Ciljevi strategije su da se razvije i održi dijalog, kao i da se potiču odnosi sa predstavnicima općinskih, gradskih, kantonalnih, federalnih i državnih organa u Bosni i Hercegovini, odnosno, gradonačelnika, ministara i drugih dužnosnika. Ciljevi strategije su da pokažu relevantnost Univerziteta u društvenom životu.

**Svršeni studenti** – Strategija ima za cilj da angažuje i uključi svršene studente u aktivnostima Univerziteta i da ih potakne da se povežu s uspjehom Univerziteta, inovacijama i prilikama za život i rad. Isto tako, ima za cilj da održava i razvija kontakte i uključivanje bivših studenata cijelog života.

Ciljevi koji su izraženi kroz dio ove Strategije komunikacija će se sprovoditi kroz Plan, druge strategije i operativne planove organizacionih jedinica koje proizlaze iz tog Plana.

Efikasna Strategija komunikacija je od ogromne važnosti za predstavljanje Univerziteta u javnosti .

Ovaj opći akt Univerziteta u Travniku stupa na snagu danom

Datum: 20. 04. 2011.

Broj: 98/11-c



REKTOR  
*R. Dadić*  
Prof.dr Rasim Dadić