

INTERNACIONALNI BURČ UNIVERZITET



STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU

Sarajevo, avgust 2011.godine

SADRŽAJ

UVOD	3
1. STRATEGIJA ODNOSA S JAVNOŠĆU INTERNACIONALNOG BURČ UNIVERZITETA.....	5
2. OSNOVNI PRINCIPI PR STRATEGIJE UNIVERZITETA	6
3. CILJEVI PR STRATEGIJE	6
4. ODGOVORNOST ZA PROVOĐENJE PR STRATEGIJE	6
5. KOMUNICIRANJE SA CILJNIM GRUPAMA	7
5.1. Komuniciranje sa studentima	7
5.2. Komuniciranje sa partnerima	8
5.3. Komuniciranje sa institucijama, preduzećima i NVO sektorom.	8
5.4. Komuniciranje sa medijima	8
5.5. Komuniciranje među uposlenicima	8

UVOD

Internacionalni Burč univerzitet je privatna visokoškolska, nastavno-naučna i obrazovna ustanova koja je osnovana Odlukom o osnivanju visokoškolske ustanove „Internacionalni Burč univerzitet – International Burch University,, broj OPU 2251/08 od 10.09.2008. godine, na osnovu koje je izvršen postupak upisa u sudski registar Općinskog suda u Sarajevu pod brojem 065-0-Reg-08-002918, a upisan u Registar visokoškolskih ustanova Ministarstva obrazovanja i nauke Kantona Rješenjem o ispunjavanju uvjeta za početak rada Internacionalnog Burč univerziteta, kao ustanove u Sarajevu, počev od dana donošenja ovog rješenja, broj: 11-01-38-14749 od 11.12.2008. godine.

Internacionalni Burč univerzitet je obrazovno-naučna ustanova koja u okviru svoje matične djelatnosti visokog obrazovanja, samostalno i/ili u saradnji sa svojim partnerima obavlja osnovne akademske studije prvog, drugog i trećeg ciklusa.

Organizacione jedinice Univerziteta čine:

1. Edukacijski fakultet

- * Odsjek za anglistiku
 - Engleski jezik i književnost
- * Odsjek za orijentalnu filologiju
 - Turski jezik i književnost

2. Ekonomski fakultet

- * Odsjek za menadžment

3. Fakultet inženjering i informacijske studije

- * Odsjek za arhitekturu
- * Odsjek za elektrotehniku
- * Odsjek za genetiku i bioinženjering
- * Odsjek za informacijske tehnologije

4. Centar za cjeloživotno učenje

Činjenica je da je obrazovanje odraslih važan faktor privrednog, društvenog i kulturnog razvoja u svim modernim društvima. S tim u vezi Internacionalni Burč univerzitet kao zasebnu jedinicu osnovao je edukativni centar, Centar za cjeloživotno učenje, koji nudi raznovrsne programe namijenjene pojednicima, organizacijama, vladinim i nevladinim institucijama, kao i korporacijama.

U okviru Centra za cjeloživotno učenje organizuju se kursevi i seminari bosanskog jezika za strance kao i stranih jezika, početni i napredni informatički kursevi, te kursevi i radionice za stručno osposobljavanje i preusmjeravanje. Pored toga, do sada su organizovane i umjetničke radionice i kursevi slikanja, gitare i klavira. U pripremi su i kursevi pripreme za polaganje stručnih ispita iz engleskog jezika (TOEFL i SAT), kao i radionice za unapređenje komunikacijskih vještina, pisane korespodencije, kreativnih rješavanja problema, a postoji mogućnost organizacije i drugih radionica, te novih programa za koje partnerske institucije izraze želju.

Sadržajima bogat centar ima za cilj pružiti osnovno obrazovanje i usavršavanje kako polaznicima mlađe životne dobi tako i odraslim, a pored teorijskih znanja nudiće i mogućnost praktičnog rada.

U okviru unapređenja obrazovnih aktivnosti Univerzitet je potpisao i ugovore o suradnji sa domaćim i međunarodnim ustanovama:

- Univerzitet u Sarajevu
- Ekonomski fakultet
- Poljoprivredno-prehrambeni fakultet
- Filozofski fakultet
- Univerzitet ``Džemal Bijedić`` u Mostar
- Leeds Metropolitan univerzitet, Engleska
- Texas A&M univerzitet, Texas, SAD
- Sjeverno američki koledž, Texas, SAD
- Tehnički univerzitet Yildiz, Republika Turska
- Marmara univerzitet, Istanbul, Republika Turska
- „1 Decembrie 1918„ univerzitet Alba Iulia, Rumunija
- Institut za poslovni menadžment, Pakistan
- Internacionalni univerzitet Riphah
- Univerzitet Juraj Dobrila, Republika Hrvatska
- Suleyman Demirel univerzitet, Republika Turska
- Fatih Univerzitet, Istanbul, Republika Turska

- Ataturk univerzitet, Erzurum, Republika Turska
- Melikşah univerzitet, Republika Turska
- Internacionalni univerzitet „ Crno more“, Republika Turska
- Univerzitet Cankiri Karatekin, Republika Turska
- Univerzitet Kilis 7 Aralik, Republika Turska
- Univerzitet Bursa Orhangazi, Republika Turska
- Ishik Univerzitet, Erbil, Irak
- Federalno ministarstvo unutrašnjih poslova
- Služba za zapošljavanje Kantona Sarajevo

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 BURČ UNIVERZITETA

Vizija Internacionalnog Burč univerziteta je postizanje visokog stepena intelektualnog razvoja i doprinosa ekonomiji i društvu Bosne i Hercegovine, te da 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, mladi 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.

Misija Internacionalnog Burč univerziteta je pružanje obrazovanja, naučno-istraživački rad i usavršavanje visokokvalificiranog kadra za djelovanje na akademskom i stručnom polju kroz razvoj modernih studijskih programa, te stvaranje okruženja za poticaj na kreativno, objektivno i kritičko razmišljanje i cjeloživotno učenje. Univerzitet svojim javnim djelovanjem radi na unapređenju zajednice, te kroz zajedničke projekte i saradnju sa institucijama iz privatnog i javnog sektora, i međunarodnim institucijama daje doprinos u rješavanju lokalnih i globalnih izazova. Važan aspekt djelovanja je i prijateljsko akademsko okruženje koje podstiče studente na preuzimanje vodeće uloge u istraživanju ličnih i intelektualnih potencijala.

Cilj Univerziteta je kroz napredni i savremeni program studija realizirati bolonjski proces i omogućiti priznavanje diplome u cijeloj Evropi i šire, bazirajući se na visoko kvalitetnom akademskom kadru, a time i oplemenjivanjem studenata znanjem i vještinama.

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 komunikacija
- 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

- dvosmjernoj 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 prvovremeno 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
- Generalni sekretar
- dekani Fakulteta
- šefovi Odsjeka
- rukovodilac Centra za cjeloživotno učenje
- Ured za kvalitet
- 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 student koji su zainteresovani za upis
- diplomante

Komuniciranje sa postojećim studentima sva tri ciklusa ostvaruje se kroz usmenu komunikaciju akademskog kadra tokom izvođenja nastave i uposlenika administrativnih službi prilikom oficijelnih zahtjeva, kao i komunikaciju putem elektronske pošte i web stranice, te društvenih mreža.

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, kao i kroz službeni profil Univerziteta na društvenim mrežama, te grupe koje kreiraju sami studenti. Sa potencijalnim studentima komuniciranje se vrši putem web stranice, profila na društvenim mrežama, promotivnog materijala, oglasa u medijima, usmenim prezentacijama koje se organiziraju u srednjim školama, posjetama radnim organizacijama i institucijama.

Univerzitet za svaku akademsku godinu priprema promotivnu kampanju za upis novih studenata. U toku promotivne kampanje uposlenici Službe za odnose s javnošću univerziteta rade na pripremi 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 Internacionalnog Burč univerziteta – International Burch University (skraćeni naziv IBU 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 saraduje periodičnu dobijaju promotivni material.

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 se konferencije za medije.

5.5. Komuniciranje među uposlenicima

Komuniciranje među uposlenicima Univerziteta i različitih službi je svakodnevno i odvija se usmenim dogovorom, telefonski, elektronskom poštom 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.