



УНИВЕРЗИТЕТ „БИЈЕЉИНА“ БИЈЕЉИНА

Бијељина, Павловића пут бб – Дворови, тел/факс: 055/350-150; 351-101
ЖР: 1610250028490014 Raiffeisen bank; Мат.бр.11066283; ЈИБ:4403180380002;
Шифра д.85.42 www.ubn.rs.ba; info@ubn.rs.ba

**КОМУНИКАЦИЈСКА СТРАТЕГИЈА
УНИВЕРЗИТЕТА „БИЈЕЉИНА“
(2020-2026)**

Бијељина, 2019.године

Садржај

1. Увод.....	3
5. Значај комуникацијске стратегије	4
6. Циљеви комуникацијске стратегије	4
7. Циљне групе и начини комуникације	5
7.1. Комуникација са студентима.....	5
7.2. Комуникација са пословним сарадницима	5
7.3. Комуникација са државним институцијама, привредом и НВО сектором	5
7.4. Комуникација са медијима	6
7.5. Комуникација међу запосленима (наставно и ненаставно особље)	6
8. Акциони планови за реализацију стратешких циљева	7
9. Надлежности и одговорности за спровођење Комуникацијске стратегије	10

Сходно чл. 64 Закона о високом образовању „ Службени гласник Републике Српске" број 73/10, 104/11, 84/12, 108/2013, 44/15, 90/16, 31/18 и 26/19), те чл.43 Статута Универзитета, Сенат Универзитета на сједници одржаној 27.12.2019. године, доноси :

КОМУНИКАЦИЈСКА СТРАТЕГИЈА УНИВЕРЗИТЕТА „БИЈЕЉИНА“ (2020-2026)

1. Увод

Циљ израде комуникацијске стратегије је помоћ у одређивању начина и активности којима ћемо допринијети бољој комуникацији са неколико кључних циљних група јавности и на тај начин допринијети остваривању визије Универзитета зацртане у њеним стратешким документима. Такође, ова стратегија кроз своје циљеве и оперативне активности је саставни дио унутрашњег система обезбјеђења квалитета Универзитета „Бијељина“. Водећи рачуна о значају улоге коју ова образовна установа има у друштву, локалној заједници, незаобилазан моменат је упознавање шире јавности са радом, активностима, плановима и реализованим пројектима Универзитета „Бијељина“.

Један од задатака стратегије јесте да помогне запосленима, како наставном, тако и ненаставном особљу, у образовној установи да продуктивно комуницирају и испуне основне циљеве Универзитета. Она се може реализовати само ако се сви запослени и остале заинтересоване стране упознају са њеним садржајем и увиде њен значај како би се у будућности понашали у складу са свим њеним препорукама. Комуникацијска стратегија саставни је дио Стратегије развоја Универзитета „Бијељина“ у периоду од 2020. до 2026.

2. Мисија

Мисија Универзитета је да омогући стицање нових знања, вјештина и компетенција првенствено кандидатима из Семберије и околних регија, затим Републике Српске и Босне и Херцеговине и из других заинтересованих земаља. Односно, обављање образовне научно-истраживачке дјелатности и трансфер знања у привреди.

3. Визија

На основу досадашњих остварених резултата и нових циљева пословања Универзитет је дефинисао нову визију и то:

Визија Универзитета је да постане један од лидера у високошколском образовном простору у Републици Српској и Босни и Херцеговини.

4. Циљеви

Универзитет „Бијељина“ своју мисију остварује кроз основне стратешке циљеве:

1. Континуирано побољшавање квалитета студијских програма, њихова ревизија и увођење нових, као и усклађивање и доношење постојећих и нових правилника и процедура сходно промјенама законских прописа,
2. Континуирано повећање броја уписаних студената, броја дипломираних студената и смањење броја студената који напуштају студије,
3. Осигурање компетентности и квалитета наставника и сарадника, као и повећање квалитета наставног процеса,
4. Повећање обима и квалитета научно-истраживачког рада и међународне сарадње,
5. Развој инфраструктурних ресурса Универзитета и побољшавање квалитета властите наставне литературе-издавачка дјелатност,
6. Повећање интензитета сарадње са привредним партнерима, друштвеном заједницом и проширење капацитета за обављање студентске праксе,
7. Побољшавање квалитета анализе и обраде информација, као и обавезе информисања свих заинтересованих страна.

5. Значај комуникацијске стратегије

Примјена ове стратегије омогућава прије свега:

- развој двосмјерне комуникације са будућим, садашњим и свршеним студентима,
- интензивну транспарентну комуникацију са јавношћу,
- континуирао повећање интересовања за студије на Универзитету „Бијељина“ кроз различите видове промоција,
- информисање јавности о активностима које Универзитет „Бијељина“ свакодневно спроводи,
- спровођење ефикасне сарадње са медијима, односно допринос јачој и одговорној присутности у јавности,
- развијање ефикасне и успјешне комуникације међу запосленима на Универзитету „Бијељина“.

6. Циљеви комуникацијске стратегије

Циљеви су прије свега усмјерени на:

- промоцију Универзитета „Бијељина“ и одржавање његовог позитивног имиџа међу будућим и садашњим студентима, пословним сарадницима, државним институцијама, привредом и НВО сектором и другим,
- подизање ефикасности комуникације са студентима и јавношћу, прије свега у повећаној посјећености *web* сајта,
- повећање видљивости пројеката и активности које Универзитет „Бијељина“ свакодневно спроводи, његује ефикасну сарадњу са медијима, односно доприноси јачој присутности у јавности.

7. Циљне групе и начини комуникације

Начини комуникације дефинисани су у складу са циљним групама и то:

- комуникација са студентима (будућим, уписаним и свршеним),
- комуникација са пословним сарадницима,
- комуникација са државним институцијама, привредом и НВО сектором,
- комуникација са медијима,
- комуникација међу запосленима на Универзитету „Бијељина“.

7.1. Комуникација са студентима

Комуникација са студентима подразумева три групе студената:

- активне студенте,
- будуће студенте и
- свршене студенте.

Комуникација са активним студентима се остварује кроз усмену комуникацију наставника и сарадника са студентима током извођења наставе, вјежби, консултација и других облика наставе. Остали видови комуникације са студентима врше се путем *e-mail* поште, форума, *web* странице и огласне табле, као и преко Студентског парламента.

Сваки студент, уписом на Универзитет, добија своју приступницу сајту (шифру), као и *e-mail* адресе свог особља на Универзитету, наставника и сарадника. Такође, студенти путем УБН форума и причаонице имају међусобну комуникацију.

Са потенцијалним студентима комуникација се врши путем *web* странице, друштвених мрежа, промотивног материјала, огласа у медијима, усменим презентацијама које се организују у средњим школама, посјетама радним организацијама и институцијама, учествовањем у Сајмовима образовања (дио уписне кампање).

Комуникација са свршеним студентима омогућена је, поред *web* странице Универзитета, путем *e-mail* поште (позиви на све манифестације културног и академског типа у организацији Универзитета) и путем Алумни асоцијације.

7.2. Комуникација са пословним сарадницима

Са свим својим пословним сарадницима са којима има Уговор о сарадњи Универзитет организује и периодичне састанке, на којима се дискутује о постигнутој сарадњи и новим активностима. Остали видови комуникације су честа размјена *e-mailova*, телефонски разговори, као и састанци.

7.3. Комуникација са државним институцијама, привредом и НВО сектором

Универзитет редовно позива, путем регуларне или *e-mail* поште, на све значајније догађаје које организује, представнике државних институција, Министарстава, привреде и

представнике НВО сектора. Такође, представници Универзитета редовно се одазивају на сличне позиве наведених институција.

У честим контактима са наведеним субјектима Универзитет, путем писама, промотивних материјала, *e-mailova* и телефона, комуницира и дискутује о битним питањима везаним за његов рад, као и о сарадњи са истим.

Универзитет, преко својих овлаштених представника, настоји да редовно одржава радне састанке са представницима привреде, институција, владиног и невладиног сектора чиме се повећавају шансе за приправнички рад и запослење студената.

7.4. Комуникација са медијима

Универзитет, зависно о типу значајних дешавања (семинари, конференције, дани отворених врата и сл.), обавјештава представнике медија путем *PR* саопштења или *press* конференција. Представници Универзитета, гостујући у *TV* и радио емисијама, као и путем свог *youtube* канала, упознају медије и ширу јавност са својим радом, квалитетом и доприносом друштвеној и привредној заједници.

7.5. Комуникација међу запосленима (наставно и ненаставно особље)

Један од задатка стратегије јесте да помогне запосленима, како наставном, тако и ненаставном особљу, да продуктивно комуницирају и испуне основне циљеве образовне установе.

Комуникација међу запосленима Универзитета је свакодневна и она се одвија путем усмених договора, *e-mailova*, путем телефона, те редовних радних састанака.

Универзитет организује и ванредне састанке запослених, у зависности од потреба, чије су теме и закључци од посебног значаја.

8. Акциони планови за реализацију стратешких циљева

АКЦИОНИ ПЛАН БР.1				
Стратешки циљ: Промоција Универзитета „Бијељина“ и одржавање његовог позитивног имица међу будућим и садашњим студентима, пословним сарадницима, државним институцијама, привредом и НВО сектором и другим				
Р.бр.	Оперативи циљеви	Активности	Надлежности и одговорности	Рокови
1.	Промоција Универзитета „Бијељина“ у медијима	Успоставити и његовати сарадњу са медијским кућама	Ректор, директор и Служба за маркетинг и односе с јавношћу	Континуирано
2.	Промоција материјалних и људских ресурса	Формирање тима за промоцију, идејно рјешење и штампање промотивног материјала	Тим за рјешавање и израду промотивног материјала, Служба за маркетинг и односе с јавношћу	Континуирано
3.	Правовремено и свеобухватно пружање информација путем сајта	Активности усмјерене на проширивање и ажурирање садржаја сајта.	Служба за маркетинг и односе с јавношћу, остала одговорна лица и администратор	Континуирано
4.	Дани отворених врата, стручни семинари и сајмови	Одредити датуме одржавања отворених врата/семинара/сајмова и анимирати јавност и све заинтересоване стране о одржавању дана отворених врата/сајмова/семинара.	Менаџмент, Служба за маркетинг и односе с јавношћу заједно са наставницима, сарадницима и студентима.	Континуирано

АКЦИОНИ ПЛАН БР. 2

Стратешки циљ: подизање ефикасности комуникације са студентима и јавношћу, прије свега у повећаној посјећености *web* сајту.

Р.бр.	Оперативи циљеви	Активности	Надлежности и одговорности	Рокови
1.	Доступност и квалитет информација на сајту	Константна контрола информација на сајту	Комисија за квалитет, администратор	Континуирано
2.	Отварање налога на друштвеним мрежама	Пласирање свих занимљивих и инспиративних материјала овим каналима	Особа задужена за администрирање налога на друштвеним мрежама	Континуирано
3.	Видео продукција	Видео архива свих прилога објављених о Универзитету, као и сопствена видео продукција у циљу промовисања Универзитета кроз све доступне канале.	Служба за односе са јавношћу, администратор, медији и комуникације, и остала одговорна лица	Континуирано
4.	Превод садржаја сајта на енглески језик	Селективно преводити најзанимљивије садржаје	Особа задужена за превод садржаја на сајту	Континуирано

АКЦИОНИ ПЛАН БР. 3

Стратешки циљ: повећање видљивости активности које Универзитет „Бијељина“ свакодневно спроводи, његује ефикасну сарадњу са медијима, односно доприноси јачој присутности у јавности

Р.бр	Оперативни циљеви	Активности	Надлежности и одговорности	Рокови
1.	Успостављање добрих односа са што већим бројем медија	Стално слање саопштења и информација за јавност о активностима Универзитета „Бијељина“ и његовим достигнућима	Ректор, директор и Служба за односе са јавношћу	Континуирано
2.	Креирати промотивну уписну кампању	Промотивну кампању спроводити са медијима и формирањем тимова који ће обављати промоцију	Менаџмент Универзитета и Служба за односе са јавношћу	Сваке године од фебруара до маја
3.	Континуирани процес комуникације преко друштвених мрежа	Пласирање значајних информација и активности Универзитета овим каналима	Особа задужена за администрирање налозима на друштвеним мрежама	Континуирано

9. Надлежности и одговорности за спровођење Комуникацијске стратегије

Све надлежности и одговорности задужених лица и рокови за реализацију активности су дефинисане у овом документу.

Број: 02-3188-2/19

Датум, 27.12.2019. године



Предсједник Сената

Проф. др Милена Јеликић - Станков

*Проф. др Милена
Јеликић - Станков*
