

VYJÁDŘETE SVŮJ NÁZOR
VÍME JAK JEJ PROSADIT!

Kampaň „Rok průmyslu a technického vzdělávání 2015“

Časový rozvrh start (01/02 2015) a ukončení kampaně (12/2015)

PROČ TO PŘIPRAVUJEME?

- Snaha o nastartování celospolečenské změny ve vnímání průmyslu a technických oborů
- Snaha podpořit a posílit zapojení firem do spolupráce se školami a vzdělávacími zařízeními
- Snaha o řízenou diskusi koncepčních a systémových změn v oblasti vzdělávání

KOHO SE KAMPANÍ SNAŽÍME OSLOVIT?

Laická veřejnost: žáci/studenti, rodiče žáků a studentů

Odborná veřejnost: podnikatelé působící v průmyslových odvětvích; školská a další vzdělávací zařízení a jejich management a zaměstnanci; instituce (z oblasti vzdělávání, kariérního poradenství, výzkumu, vývoje a inovací)

ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA KAMPANĚ

- Celonárodní kampaň, do níž jsou zapojeny stovky participujících subjektů, nejde tedy o izolovanou samostatnou aktivitu SP ČR a MŠMT – Svaz kampaň zastřešuje a koordinuje
- Omezený počet vlastních klíčových aktivit SP ČR i MŠMT, hlavní důraz na zviditelnění a propojení již existujících aktivit různých subjektů/projektů
- Jednotný branding kampaně a zastřešující webové stránky www.rokprumyslu.eu (spuštění únor 2015)

JAK JE V SOUČASNOSTI VNÍMÁN PRŮMYSL?

Hrdost na průmysl veřejnost projevuje takřka výhradně pouze ve vztahu k tradici a historii, nikoliv k současnosti – názor na současný stav a úroveň českého průmyslu není ve veřejnosti vyprofilován. Zároveň však obecně převažuje mínění, že průmysl by se měl nadále rozvíjet jako důležitá součást národního hospodářství.

JAK CHCEME, ABY BYL PRŮMYSL VNÍMÁN PO KAMPANI?

Kampaní bude propagována aktuální podoba průmyslu 21. století a rozmanitost, inovativnost i společenská odpovědnost současných průmyslových oborů. Průmysl by měl být u laické veřejnosti po kampani vnímán celkově pozitivněji, v kontextu současné globální ekonomiky a jako moderní a inovativní páteř českého hospodářství.

JAK JE V SOUČASNOSTI VNÍMÁNO STUDIUM TECHNICKÝCH OBORŮ?

Ze strany laické veřejnosti a především žáků, studentů a jejich rodičů je studium technických oborů vnímáno jako nezajímavé, nekvalitní (na některých úrovních mnohdy ale naopak jako zbytečně náročné) a bez odpovídající vazby na praxi a současné technické trendy, s malou možností uplatnění, kariérního vzestupu a odpovídajícího finančního ohodnocení.

SPOLEČNĚ SILNĚJŠÍ

VYJÁDŘETE SVŮJ NÁZOR VÍME JAK JEJ PROSADIT!

JAK CHCEME, ABY BYLO VNÍMÁNO PO KAMPAŇ STUDIUM TECHNICKÝCH OBORŮ?

Kampaň by měla vyzdvihnout důležitost a nepostradatelnost kvalitního technického vzdělávání jak pro budoucnost průmyslu v ČR, tak i pro osobní perspektivu jednotlivců. Atraktivita studia technických oborů by se ve vědomí veřejnosti měla posunout na stejnou úroveň jako je studium humanitních či ekonomických směrů. Pro absolventy technických oborů všech úrovní nabízí tuzemských průmysl širokou škálu pracovních příležitostí s dobrou životní perspektivou a dobře své zaměstnance odměňuje.

JAKOU ÚLOHA BY MĚLA SEHRÁT KAMPAŇ V RÁMCI SNAHY O PROSAZOVÁNÍ SYSTÉMOVÝCH ZMĚN?

Kampaň bude prostřednictvím jednotlivých aktérů z řad institucí i reprezentantů podnikatelské sféry předkládat, diskutovat a komunikovat řadu návrhů systémových změn v oblasti vzdělávání, tak aby působily ve prospěch zvyšování zaměstnanosti v průmyslových odvětvích.

NÁSTROJE KAMPAŇ:

- Prostor všem souvisejícím aktivitám na společné interaktivní bázi pod jedním brandingem
- Realizace PR aktivit vztahující se k podpoře průmyslu a technického vzdělávání
- Informování o úspěšných a inspirativních příbězích a vzorech
- Vytvoření společné celonárodní diskusní platformy o podpoře technického vzdělávání

VYBRANÉ AKTIVITY KAMPAŇ:

- pořádání a podpora tematicky souvisejících akcí pro laickou i odbornou veřejnost (např. dny otevřených dveří ve školách i podnicích, konference, semináře, workshopy diskuzní setkání apod.)
- prezentace úspěšných projektů spolupráce firmy/školy; školy/školy, prezentace inovačních řešení apod.
- spolupráce s technickými centry, muzei, knihovnami při popularizaci techniky a průmyslu
- prezentace soutěží (studentské, podnikatelské, inovační apod.)
- vydávání publikací, sběr dat/dotazníková šetření a prezentace jejich výsledků
- medializace témat kampaně (speciální přílohy spolupracujících médií, spolupráce s rozhlasem a televizí)

ŽÁDOUCÍ EFEKTY KAMPAŇ:

- Změnit stereotypy tradičního vnímání průmyslu a technického vzdělávání.
- Podpořit intenzivnější zapojení firem do spolupráce se školami
- Pomoci zavést systémové změny, které posílí kvalitu i kvantitu absolventů technických oborů.

KOMUNIKAČNÍ POSELSTVÍ KAMPAŇ Z POHLEDU PRŮMYSLU:

- Průmysl je moderní a inovativní páteří české ekonomiky
- Průmysl nabízí atraktivní práci s dobrou životní perspektivou
- Průmysl zaměstnává a dobře ohodnocuje schopné talenty
- Průmysl pomáhá ve vzdělávání - přímou vazbou na praxi a současné trendy
- Průmysl aktivně spolupracuje se školami
- Průmysl dává zpětnou vazbu státní a veřejné správě

SPOLEČNĚ SILNĚJŠÍ

VYJÁDŘETE SVŮJ NÁZOR VÍME JAK JEJ PROSADIT!

Harmonogram klíčových aktivit na rok 2015:

Leden

Úvodní tisková konference – zahájení kampaně

Únor

Prezentace webu kampaně www.rokprumyslu.eu

Březen

Strojírenské fórum 2015

Duben

Manažer roku – vyhlášení vítězů soutěže

Podpis celonárodní Sektorové dohody

Volební Valná hromada SP ČR Praha

Konference ISSS 2015

FOR INDUSTRY 2015 (14. Mezinárodní veletrh strojírenských technologií a další související veletrhy)

Květen

Oslava 25. výročí znovu založení Svazu průmyslu a dopravy ČR (setkání průmyslníků)

„Týden investic“ (regiony i Praha, sada akcí typu exkurze a workshopy, konference, soutěž „Investor roku“)

Den průmyslu v Ostravě

Červen

Vydání publikace Almanach technického vzdělávání

Zaměstnavatel roku 2015

Červenec

Vydání publikace Panorama průmyslu

Srpen

Letní BUSINESS škola (setkání podnikatelů a politiků s vybranými studenty technických VŠ)

Září

Sněm SP ČR - 14. září

Mezinárodní strojírenský veletrh 14. -18. 9. 2015

Česká škola 21. století (konference)

Říjen

Valná hromada SP ČR

Best Innovator 2015(soutěž v řízení inovací ve společnostech)

Listopad

Národní cena kvality ČR (v rámci měsíce kvality akcentace kvality vzdělávání)

Doporučeno zaměstnavateli (hodnocení škol zaměstnavateli)

Prosinec

Týden výzkumu, vývoje a inovací v ČR

SPOLEČNĚ SILNĚJŠÍ