

# VŠFS posílila význam nových médií

**Škola podporuje rozvoj praktických dovedností, zřídila pro studenty reklamní agenturu.**

Soukromá univerzita Vysoká škola finanční a správní dlouhodobě sleduje zájem o obory s aplikacním zaměřením, výrazným propojením s praxí a předpokladem pro získání zaměstnání. Takovým je obor marketingová komunikace v bakalářské i magisterské formě studia.

Po zvládnutí tzv. základů studia v úvodním ročníku (sociologie a psychologie zákaznického chování, základní znalosti z hospodářské politiky, marketingového řízení podniků atd.) jsou v programu jednotlivé nástroje marketingové komunikace (reklama, public relations, podpora prodeje a další). Na výuce jednotlivých konkrétních marketingových disciplín se podílejí mimo jiné i zkušení lektori z praxe.

## Připraví na působení v nadnárodních agenturách

Mimořádná pozornost je věnována dovednostním disciplínám, tzv. soft skills, a angličtině, v níž má VŠFS akreditován i samostatný bakalářský a magisterský studijní program. Cílem tohoto programu a jazykové přípravy je pak i uplatnění posluchačů



Studium oboru marketingová komunikace připraví posluchače i na manažerské pozice v agenturách a v marketingových odděleních, říká Milan Kašík.

v nadnárodních agenturách. Výuka výběrových předmětů je orientována na zvládnutí jazykové a stylistické kultury,

např. v předmětu „tvorba psaných a audiovizuálních projektů“. V rámci výuky reklamy pracuje studentská reklamní

agentura, kdy výuka probíhá v multimedialním centru školy, kde je k dispozici dvoukamerové televizní studio, režijní pracoviště, digitální střízny. Zde studenti realizují multimedialní projekty v rámci seminárních a závěrečných absolventských prací.

## Důraz na nové trendy

Studium také připravuje studenty na praxi v oblasti vytváření a rozvíjení vztahů podniků s médií (media relations) a tvorby efektivních marketingových a komunikačních mixů. Učastníci programu se naučí psát jak PR texty, tak scénáře reklam a multimedialních prezentací. Obor posluchače připraví také na pozice tiskových mluvčích. V jednotlivých předmětech se pak věnujeme i dílčím marketingovým technikám, jako jsou virální marketing, eventy, elektronický marketing a mnoho dalších.

V rámci poslední úspěšné reakreditace jsme posílili dosah znalostí o nový fenomén v mediální krajině: o znalostní orientaci posluchačů v prudkém nástupu nových médií v marketingu (smart telefony, iPady, tablety, sociální sítě). **text Milan Kašík, prorektor, předseda rady odborů, VŠFS**

## Flexibilní uplatnění absolventů

Ekonomicko-marketingovou a dovednostní orientaci studijního oboru jsme zvolili právě proto, že absolventi oboru marketingová komunikace na VŠFS jsou odborně i jazykově připraveni pro práci v podnikových útvarech marketingu, vnějších vztahů, externí a interní komunikace nebo útvarech public relations, spolupráce s médií či pro práci tiskových mluvčích.

Absolventi magisterského studijního programu s titulem inženýr jsou pak připraveni také pro manažerské pozice v různých agenturách, marketingovými a reklamními počínaje přes podporu prodeje až po tradiční mediální. Absolventi se ale uplatní i v inzerčních, obchodních a distribučních útvarech vydavatelských domů a multimedialních korporací. Z výčtu příležitostí je patrné, že absolventi oboru marketingová komunikace na VŠFS mají opravdu značnou pravděpodobnost získání odpovídající pracovní pozice. **X**