

Přílohy

Příloha č. 1: Předvýzkum, dotazník

Vztah ZUŠ a veřejnosti

Dobrý den,

jmenuji se Daniela Vodičková a jsem učitelka v základní umělecké škole. Věnujte prosím několik minut vyplnění následujícího dotazníku, který bude sloužit jako předvýzkum k mé ZBP. Dotazník obsahuje 15 otázek a je anonymní. Děkuji vám za váš čas.

1. Víte o existenci ZUŠ ve vašem regionu?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

2. Docházeli jste vy nebo vaši rodinní příslušníci do ZUŠ?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

3. Považujete základní umělecké školství za součást všeobecného vzdělávání?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

4. Je pro existenci ZUŠ kvalitní prezentace a komunikace s veřejností zásadně důležitá?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

5. Zajistí informovanost o ZUŠ a ochota komunikovat s veřejností škole nové klienty?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

6. Spolupracuje ZUŠ ve vašem regionu s MŠ a ZŠ?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

7. Měla by být veřejnost informována o akcích ZUŠ z médií? (regionální rozhlas, TV, tisk)

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

8. Prezentuje se ZUŠ ve vašem regionu dostatečně?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

9. Má klima školy vliv na její vztah s veřejností?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

10. Jsou pro vás přehledné a pravidelně aktualizované webové stránky jednou s indicií při výběru školy?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

11. Je pro vás image ZUŠ zásadní indicií při výběru školy?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

12. Myslíte si, že pro kvalitní vztah s veřejností je zásadní dobře fungující management školy?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

13. Měli jste možnost se zapojit do projektů ZUŠ ve vašem regionu?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

14. Má vliv ekonomická situace na veřejnost při rozhodování, zda studovat na ZUŠ?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

15. Myslíte si, že rozvoj ICT ovlivňuje veřejnost v rozhodnutí studovat na ZUŠ?

rozhodně ano

spíše ano

spíše ne

rozhodně ne

Příloha č. 2: Tabulky odpovědí jednotlivých skupin respondentů z každé školy zvlášť:

Tabulka č. 2b

Sledujete pravidelně webové stránky vaší ZUŠ ?

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	13	4	6
Spíše ano	24	18	15
Spíše ne	38	31	45
Ne	16	27	34
Neumím posoudit	1	0	1

Tabulka č. 3b

Vnímáte v regionálních médiích propagaci své ZUŠ na veřejnosti?

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	23	19	13
Spíše ano	23	20	20
Spíše ne	21	27	41
Ne	19	9	23
Neumím posoudit	6	5	4

Tabulka č. 4b

Pořádá vaše ZUŠ průzkumy hudebnosti žáků v MŠ a ZŠ?

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	4	4	47
Spíše ano	3	10	13
Spíše ne	7	8	6
Ne	18	11	5
Neumím posoudit	60	47	30

Tabulka č. 5b

Pořádá vaše ZUŠ výchovné koncerty s propagací všech vyučovaných oborů?

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	47	50	51
Spíše ano	21	19	23
Spíše ne	7	3	7
Ne	0	0	2
Neumím posoudit	17	8	18

Tabulka č. 6b

Reaguje vaše ZUŠ dostatečně na kritické připomínky ze strany rodičů a žáků?

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	20	5	22
Spíše ano	17	27	19
Spíše ne	1	6	4
Ne	2	1	2
Neumím posoudit	52	41	54

Tabulka č. 7b

Nabízí vám ZUŠ možnost vyjádřit názory a připomínky v hodnotícím dotazníku?

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	17	5	7
Spíše ano	8	4	5
Spíše ne	16	12	17
Ne	30	45	42
Neumím posoudit	21	14	30

Tabulka č. 8b

Je pro vás důležité klima ve vaší ZUŠ?

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	80	59	86
Spíše ano	11	17	13
Spíše ne	0	1	1
Ne	0	0	1
Neumím posoudit	1	3	0

Tabulka č. 9b

Zajišťují vedoucí pracovníci ZUŠ kvalitní vztahy s veřejností?(Rodiče, obec)

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	37	28	39
Spíše ano	29	30	30
Spíše ne	4	0	5
Ne	1	2	1
Neumím posoudit	21	20	26

Tabulka č. 10b

Spolupracuje vedení ZUŠ s dalšími organizacemi v regionu?(Divadlo, kino, církve)

Rodiče	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	46	52	36
Spíše ano	21	17	27
Spíše ne	1	0	5
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	24	11	33

Tabulka č. 11b

Sledujete pravidelně webové stránky vaší ZUŠ ?

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	2	0	0
Spíše ano	3	2	1
Spíše ne	3	5	2
Ne	3	5	17
Neumím posoudit	0	0	0

Tabulka č. 12b

Vnímáte v regionálních médiích propagaci své ZUŠ na veřejnosti?

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	1	4	2
Spíše ano	6	2	3
Spíše ne	2	5	7
Ne	2	1	4
Neumím posoudit	0	0	4

Tabulka č. 13b

Pořádá vaše ZUŠ průzkumy hudebnosti žáků v MŠ a ZŠ?

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	0	3	5
Spíše ano	1	3	1
Spíše ne	1	1	3
Ne	2	2	0
Neumím posoudit	7	3	11

Tabulka č. 14b

Pořádá vaše ZUŠ výchovné koncerty s propagací všech vyučovaných oborů?

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	3	8	7
Spíše ano	8	4	9
Spíše ne	0	0	0
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	0	0	4

Tabulka č. 15b

Reaguje vaše ZUŠ dostatečně na kritické připomínky ze strany rodičů a žáků?

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	1	5	1
Spíše ano	4	5	6
Spíše ne	0	0	3
Ne	0	0	2
Neumím posoudit	6	2	8

Tabulka č. 16b

Nabízí vám ZUŠ možnost vyjádřit názory a připomínky v hodnotícím dotazníku?

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	1	3	2
Spíše ano	2	3	5
Spíše ne	1	1	2
Ne	3	5	7
Neumím posoudit	4	0	4

Tabulka č. 17b

Je pro vás důležité klima ve vaší ZUŠ?

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	5	7	13
Spíše ano	4	5	5
Spíše ne	1	0	2
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	1	0	0

Tabulka č. 18b

Zajišťují vedoucí pracovníci ZUŠ kvalitní vztahy s veřejností?(Rodiče, obec)

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	2	6	6
Spíše ano	9	5	10
Spíše ne	0	0	0
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	0	1	4

Tabulka č. 19b

Spolupracuje vedení ZUŠ s dalšími organizacemi v regionu?(Divadlo, kino, církev)

Žáci	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	7	10	9
Spíše ano	4	2	6
Spíše ne	0	0	0
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	0	0	5

Tabulka č. 20b

Sledujete pravidelně webové stránky vaší ZUŠ ?

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	4	3	0
Spíše ano	3	3	10
Spíše ne	3	3	2
Ne	0	0	3
Neumím posoudit	0	0	0

Tabulka č. 21b

Vnímáte v regionálních médiích propagaci své ZUŠ na veřejnosti?

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	3	3	3
Spíše ano	4	5	4
Spíše ne	2	1	4
Ne	0	0	2
Neumím posoudit	1	0	2

Tabulka č. 22b

Pořádá vaše ZUŠ průzkumy hudebnosti žáků v MŠ a ZŠ?

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	0	5	14
Spíše ano	0	0	0
Spíše ne	1	3	0
Ne	6	1	0
Neumím posoudit	3	0	1

Tabulka č. 23b

Pořádá vaše ZUŠ výchovné koncerty s propagací všech vyučovaných oborů?

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	5	8	10
Spíše ano	5	1	2
Spíše ne	0	0	2
Ne	0	0	1
Neumím posoudit	0	0	0

Tabulka č. 24b

Reaguje vaše ZUŠ dostatečně na kritické připomínky ze strany rodičů a žáků?

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	7	8	4
Spíše ano	2	1	3
Spíše ne	0	0	4
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	1	0	4

Tabulka č. 25b

Nabízí vám ZUŠ možnost vyjádřit názory a připomínky v hodnotícím dotazníku?

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	9	3	3
Spíše ano	1	1	1
Spíše ne	0	3	6
Ne	0	1	5
Neumím posoudit	0	1	0

Tabulka č. 26b

Je pro vás důležité klima ve vaší ZUŠ?

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	10	8	13
Spíše ano	0	0	2
Spíše ne	0	0	0
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	0	1	0

Tabulka č. 27b

Zajišťují vedoucí pracovníci ZUŠ kvalitní vztahy s veřejností?(Rodiče, obec)

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	8	7	5
Spíše ano	2	2	5
Spíše ne	0	0	2
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	0	0	3

Tabulka č. 28b

Spolupracuje vedení ZUŠ s dalšími organizacemi v regionu?(Divadlo, kino, církve)

Pedagogové	Lysá n/L.	Poděbrady	Nymburk
Ano	8	9	9
Spíše ano	2	0	6
Spíše ne	0	0	0
Ne	0	0	0
Neumím posoudit	0	0	0

Příloha č. 3: Otázky strukturovaného rozhovoru pro ředitele ZUŠ v regionu Nymburk

1. Máte vytvořený marketingový plán školy? (Marketingový plán by měl představit hlavní cíle a strategie školy a cesty, jak jich co nejefektivněji a nejlevněji dosáhnout).
2. Máte v marketingovém plánu zpracován hlavní cíl školy?
3. Obsahuje marketingový plán strategie školy, jak cíle co nejefektivněji dosáhnout?
4. Máte zpracovány zásady marketingové komunikace školy a přehled využitelných prostředků public relations? (Hlavním úkolem PR školy je vzbudit zájem potenciačních klientů o studium na dané škole).
5. Zjišťujete slabé a silné stránky školy, příležitosti a hrozby- na základě SWOT analýzy?
6. Získáváte klienty používáním prostředků PR?
7. Podílí se PR na získávání nových partnerů školy?Vnímáte díky používání prostředků PR větší podporu ze strany veřejnosti?
8. Využívá vaše škola klasických masmédií pro svou propagaci?
 - Využívá tisk?
 - Využívá rozhlas?
 - Využívá TV?
 - Využívá internet?

Při použití internetu využívají školy tři základní možnosti komunikace s veřejností: webové stránky, elektronická komunikace (e-mail), sociální sítě.

9. Má vaše škola pravidelně aktualizované webové stránky?
10. Rozesíláte informace o poskytovaných službách a o akcích školy e-mailem?
11. Využíváte sociální sítě, zejména facebook pro potřebu PR školy (prezentace školy, zveřejnění úspěchů, aktivity školy, komunikaci se žáky, sdílení informací)?
12. Využíváte audiovizuální a multimediální prostředky?
 - CD?
 - DVD?
 - Videonahrávky (VHS)?

13. Další formou PR pro školy jsou tištěné materiály textové nebo s grafickou složkou. Využíváte některý z následujících materiálů pro propagaci školy?

- Prospekty o škole
- Almanachy
- Školní časopisy
- Plakáty
- Pozvánky na různé akce školy
- Pohlednice
- Kalendáře
- Novoroční přání
- Vizitky

14. V zájmu každé školy je navazovat kontakty s různými organizacemi, institucemi a firmami, kterých škola využívá při vytváření své image a stávají se tak prostředkem PR. Z takových vztahů mohou školy mimo jiné získat sponzorské dary. Spolupracuje vaše škola s některými z následujících subjektů?

- Mateřská škola
- Základní škola
- Střední škola
- Knihovna
- Muzeum
- Kino
- Dětský domov
- Domov pro seniory
- Nemocnice
- Církev
- Městský úřad
- Soukromá firma

15. Dalším nástrojem komunikace školy s veřejností jsou propagační předměty a materiály, které mohou podpořit využívání služeb školy a vylepšit její image. Školy si propagační materiály zhotovují buď samy prostřednictvím svých žáků,

nebo prostřednictvím různých agentur. Využíváte některé z následujících propagačních předmětů?

- Trička
- Propisovací tužky
- Kalendáře
- Hrnky s logem školy
- Výrobky z keramiky
- Těžitka
- Pohlednice
- Karetní hry (pexeso)

16. Graficky zpracovaná zkratka názvu školy neboli logo, vyjadřuje její zaměření a dotváří její image.

- Máte logo školy?

17. Podle metodiky vzdělávacích programů mají školy vytvořeny motivační názvy, které se stávají současně sloganem školy.

- Máte slogan školy?

18. Zjišťujete pravidelným dotazníkovým šetřením názory a kritické připomínky ze strany rodičů popř. žáků školy?

19. Je využití médií (rozhlas, TV, tisk internet) důležitou součástí komunikace školy a její propagace na veřejnosti?

20. Je pro získání nových klientů ZUŠ zásadní spolupráce s MŠ a ZŠ?

21. Zajišťují výchovné koncerty s prezentací všech vyučovaných oborů propagaci školy a její profilaci?

22. Je důležitá zpětná vazba školy na připomínky jejích klientů (rodičů, žáků)?

23. Je sledování a vyhodnocování postojů veřejnosti ke škole důležitou součástí komunikace školy s veřejností?

24. Ovlivňuje klima školy (projev celého školního prostředí) zájem klientů?

25. Patří vztahy s veřejností (PR) výhradně do kompetence řídicích pracovníků (top managementu) školy?

26. Je spolupráce s dalšími organizacemi v regionu (knihovna, divadlo, kino, církev, domov pro seniory apod.) důležitou součástí řízení školy?

27. Využívá ZUŠ veškeré komunikační nástroje a prostředky ke své propagaci v regionu?