

Podkladový materiál pro 15. zasedání MV OP VVV č. 3.1.2

**Roční komunikační plán
Řídicího orgánu
Operačního programu
Výzkum, vývoj a vzdělávání
pro rok 2019**

Programové období 2014–2020



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MSMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Verze č.	Účinnost od	Zpracoval		Ověřil VeO/ŘO		Schválil	
		Jméno	Podpis	Jméno	Podpis	Jméno	Podpis
1.0	1. 1. 2019	Bc. Michaela Žáková		MgA. Adam Georgiev		PhDr. Mgr. Václav Velčovský, Ph.D.	
				Ing. Magdalena Vaštylová			



Obsah

Úvod	4
1. Manažerské shrnutí	5
2. Popis návaznosti na SKS ESIF	8
3. Analýza výchozí situace	9
4. Cíle komunikace pro rok 2019	10
4.1 Přehled cílů komunikace pro rok 2019	11
4.2 Hlavní sdělení pro rok 2019	11
5. Vymezení cílových skupin	11
5.1 Prioritní osa 1 – Posilování kapacit pro kvalitní výzkum (EFRR)	12
5.2 Prioritní osa 2 – Rozvoj vysokých škol a lidských zdrojů pro výzkum a vývoj (EFRR/ESF)	13
5.3 Prioritní osa 3 – Rovný přístup ke kvalitnímu předškolnímu, primárnímu a sekundárnímu vzdělávání (ESF)	14
6. Popis komunikačních aktivit a jejich návaznost na cílové skupiny	14
6.1 Přímá komunikace	16
6.2 Publikační aktivity	18
6.3 On-line komunikace	18
6.4 Mediální komunikace	19
6.5 Public Relations	19
6.6 Ostatní nástroje	20
7. Indikativní harmonogram komunikačních aktivit	21
8. Rozpočet	22
9. Popis správních orgánů, včetně lidských zdrojů, zodpovědných za provádění informačních a propagačních opatření	23
10. Harmonogram evaluace a vykazování plnění indikátorů	24
10.1 Hlavní indikátory	25
10.2 Vedlejší indikátory	26
Seznam zkratk	29



Úvod

Roční komunikační plán Řídícího orgánu Operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání pro rok 2019 (dále také „RKoP“) vznikl stejně jako roční komunikační plány pro předchozí roky na základě ustanovení Společné komunikační strategie Evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014–2020 (dále jen „SKS ESIF“), která představuje rámcovou komunikační strategii pro všechny řídicí orgány (dále také „ŘO“) operačních programů v programovém období 2014–2020 a Národního orgánu pro koordinaci a řízení Dohody o partnerství (dále jen „NOK“) v souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013¹.

RKoP byl vytvořen v souladu se závaznými pravidly Metodického pokynu pro publicitu a komunikaci Evropských strukturálních a investičních fondů v programovém období 2014–2020 (dále jen „MPP“), který popisuje systém a pravidla spolupráce mezi NOK a jednotlivými ŘO operačních programů navzájem.

Struktura RKoP rovněž reflektuje pravidla daná Operačním manuálem Operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání (dále jen „OM“). Komunikační aktivity byly definovány v souladu s Dlouhodobým interním komunikačním plánem (dále jen „DIKoP“), který byl vytvořen nad rámec povinností uvedených v MPP, a to především z důvodu nastavení lepšího informování cílových skupin, efektivního plánování čerpání finančních prostředků a řešení problematiky veřejných zakázek (např. veřejná zakázka na propagační předměty nebo mediální kampaně). První verze DIKoP byla schválena náměstkyní pro řízení sekce operačních programů dne 18. 9. 2015. Aktuálně je od 28. 6. 2016 účinná jeho 3. verze.

Hlavním cílem RKoP je zpřesnění SKS ESIF v souladu s aktuálními potřebami implementace Operačního programu Výzkum, vývoj a vzdělávání (dále jen „OP VVV“) a následná realizace komunikačních aktivit.

RKoP v detailnější míře definuje hlavní cíle informování a publicity OP VVV, komunikační témata a nástroje zvolené pro splnění nastavených cílů a indikátorů s rozlišením pro jednotlivé cílové skupiny. Dokument obsahuje rovněž konkrétní informace o plánovaných informačních a komunikačních aktivitách, o vykazování plnění indikátorů v roce 2019, o indikativních finančních nákladech a termínech realizace v měsíčním členění. Následující schéma ukazuje provázanost metodických dokumentů pro oblast publicity fondů Evropské unie (dále jen „EU“).

Schéma č. 1: Provázanost metodických dokumentů pro oblast publicity fondů EU.



¹ Aktuální verzi SKS ESIF lze nalézt na webových stránkách strukturálních fondů www.dotaceEU.cz.

1. Manažerské shrnutí

Návaznost na SKS ESIF 2014–2020

Roční komunikační plán OP VVV pro rok 2019 navazuje na SKS ESIF 2014–2020, která definuje hlavní cíle informování a publicity. RKoP zpřesňuje hlavní cíle, cílové skupiny, komunikační nástroje, rámcový harmonogram, indikativní rozpočet a pravidla pro monitoring a vyhodnocování úspěšnosti naplňování stanovených cílů v návaznosti na aktuální potřeby OP VVV.

Návaznost na DIKoP

RKoP je také v souladu s DIKoP, který slouží ŘO OP VVV k efektivnějšímu řízení komunikačních aktivit a publicity po dobu celého programového období. Navazuje na primární cílové skupiny a hlavní komunikační nástroje, které dále specifikuje, stanovuje indikativní rozpočet včetně harmonogramu komunikačních aktivit a vymezuje relevantní monitorovací indikátory, které jsou v DIKoP definovány.

Analýza výchozí situace

Při zpracování RKoP 2019 byly opět zohledněny zkušenosti z oblasti komunikace a publicity programového období 2007–2013 a zkušenosti s nastavením komunikačních aktivit OP VVV v předchozích letech včetně vyhodnocení těchto komunikačních aktivit. Vycházelo se rovněž z doporučení vyplývajících z Evaluační strategie a publicity OP VaVpI a OP VK z roku 2011 (dále také „evaluační KSP“), ze Závěrečné zprávy k vyhodnocení šetření o publicitě z roku 2016, z Vyhodnocení publicity a komunikačních aktivit OP VVV z roku 2017 a z Kontrolního závěru Nejvyššího kontrolního úřadu ke kontrolní akci č. 15/26 „Peněžní prostředky Evropské unie a státního rozpočtu vynaložené v rámci technické pomoci na aktivity související s publicitou a propagací operačních programů a projektů realizovaných v programovém období 2007–2013“ (dále také „Kontrolní závěr NKÚ“).

Cíle komunikace

Dle SKS ESIF pracuje OP VVV s tématem přínosu evropských fondů, které se týkají primárně podpory **vzdělávání a rozvoje vědy a výzkumu**.

V roce 2019 se dle SKS ESIF komunikace z největší části nachází v etapě vzdělávání a asistence. Důležitá je již také etapa budování povědomí o výsledcích a přínosech, zároveň však zůstává aktuální komunikace související s etapou motivování a mobilizace a okrajově i etapou budování znalosti a informování o příležitostech. Hlavním cílem komunikace pro rok 2019 proto bude zajistit jednotný a jasný výklad pravidel čerpání dotací z OP VVV a poskytnout přiměřenou podporu příjemcům při administraci a ukončování projektů OP VVV. Častěji se budou informační a komunikační aktivity zaměřovat na výsledky a přínosy OP VVV. ŘO OP VVV bude nadále informovat o možnostech podpory z OP VVV a obecně zajišťovat informovanost potenciálních a konečných uživatelů pomoci OP VVV.

Cílové skupiny



RKoP popisuje komunikační aktivity pro 4 základní cílové skupiny:² cílovou skupinu OP VVV, odbornou veřejnost, širokou veřejnost a média, které jsou dále definovány ve specifických podskupinách dle prioritních os OP VVV. Následující schéma znázorňuje cílové skupiny komunikace pro rok 2019.

Schéma č. 2.: Cílové skupiny komunikace pro rok 2019, dle míry relevance



Hlavní komunikační nástroje

Hlavními komunikačními nástroji pro rok 2019 jsou **přímá komunikace, mediální kampaň, on-line komunikace a publikační aktivity**. Následující tabulka č. 1 představuje návrh konkrétních komunikačních nástrojů a aktivit pro rok 2019.

Tabulka č. 1: Návrh komunikačních nástrojů a aktivit pro rok 2019

Komunikační aktivity	Stručný popis aktivity/nástroje	Cílová skupina	Termín realizace	Indikativní počet aktivit	Indikativní rozpočet v Kč, bez DPH
Přímá komunikace: 2 300 000 Kč					
Informační semináře, semináře pro žadatele a příjemce, semináře pro hodnotitele	semináře a workshopy	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, odborná veřejnost	01-12/2019	80	450 000
Akce pro implementaci (např. semináře, workshopy, výjezdní zasedání)	semináře a workshopy	odborná veřejnost	01-12/2019	12	1 000 000
Odborné konzultace ostatní (tel., e-mail i opvvv@msmt.cz)	individuální konzultace	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, odborná veřejnost, široká veřejnost	01-12/2019	dle aktuálních potřeb ŘO	interně
Odborné konzultace pro žadatele - osobní	individuální konzultace	žadatelé, odborná veřejnost	01-12/2019	dle aktuálních potřeb ŘO	interně
Ostatní konzultace	individuální konzultace	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, odborná veřejnost, široká veřejnost	01-12/2019	dle aktuálních potřeb ŘO	interně
Databázový mailing	přímá komunikace	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, odborná veřejnost	01-12/2019	dle aktuálních potřeb ŘO	interně
Kulaté stoly, panelové diskuze, interdisciplinární spolupráce, pracovní skupiny	přímá komunikace	odborná veřejnost	01-12/2019	80	100 000
Monitorovací výbor	přímá komunikace	odborná veřejnost	01-12/2019	3	200 000
Konference OP VVV	konference	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci,	10-12/2019	1	300 000

² Jedná se o cílové skupiny dle definice SKS ESIF.

		odborná veřejnost, široká veřejnost			
Veletrh Věda, výzkum, inovace	veletrh/event	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, odborná veřejnost, široká veřejnost, médiu	02/2019	1	65 000
Den Evropy	event	široká veřejnost	05/2019	1	MMR - zdarma
Veletrh vědy	veletrh/event	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, odborná veřejnost, široká veřejnost, médiu	06/2019	1	AV ČR - zdarma
Noc vědců	event	široká veřejnost, potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, potenciální i koneční uživatelé pomoci	09/2019	1	zdarma
Konference Řízení školy	konference	odborná veřejnost	10/2019	1	zdarma
Týden vědy a techniky	event	široká veřejnost, potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, potenciální i koneční uživatelé pomoci	11/2019	1	zdarma
Gaudeamus	veletrh/event	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, odborná veřejnost, široká veřejnost, potenciální i koneční uživatelé pomoci	11/2019	1	125 000
Ostatní přímá komunikace	dle aktuálních potřeb ŘO	dle aktuálních potřeb ŘO	01-12/2019	dle aktuálních potřeb ŘO	60 000
Publikační aktivity: 500 000 Kč					
Metodiky, manuály, pravidla	publikační aktivity (převážně elektronicky)	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, odborná veřejnost	01-12/2019	dle aktuálních potřeb ŘO	interně
Letáky, brožury, plakáty a další propagační tiskoviny	letáky, plakáty, publikace (tištěné)	všechny cílové skupiny	01-12/2019	17	500 000
On-line komunikace: 800 000 Kč					
Webový portál a on- line komunikace; databáze výstupů projektů OP VVV	webový portál, speciální webové stránky	všechny cílové skupiny	01-12/2019	2	800 000
Newsletter	on-line newsletter	všechny cílové skupiny	01-12/2019	2	interně
Testimonial	on-line testimonial	všechny cílové skupiny	01-12/2019	12	interně
Sociální síť - Facebook, Youtube	sociální síť	všechny cílové skupiny	01-12/2019	dle aktuálních potřeb ŘO	interně
Mediální komunikace: 11 515 599 Kč					
Mediální kampaň	tisk, internet	všechny cílové skupiny	01-12/2019	2	11 515 599
Public relations: 150 000 Kč					
Tiskové zprávy a tiskové konference	komunikace s médii/PR	média, odborná veřejnost	01-12/2019	27	150 000
Ostatní nástroje: 2 300 000 Kč					
Předměty k propagaci	propagační předměty	všechny cílové skupiny	01-12/2019	20	700 000
Tematické soutěže	soutěže	všechny cílové skupiny	07-12/2019	1	100 000



Putovní výstava	výstava	široká veřejnost	05-10/2019	1	600 000
Aplikace jednotné vizuální identity	ostatní nástroj	všechny cílové skupiny	01-12/2019	průběžně	interně
Grafické služby	dle aktuálních potřeb ŘO	všechny cílové skupiny	04-12/2019	průběžně	600 000
Fotografické služby	dle aktuálních potřeb ŘO	všechny cílové skupiny	04-12/2019	průběžně	300 000
Celkové náklady bez 21 % DPH: 17 565 599 Kč					

Zdroj: vlastní zdroje

Celkové náklady bez 21% DPH: 17 565 599 Kč, viz kapitola č. 8 „Rozpočet“.

Rozpočet:

Financování bude zajištěno v rámci OP VVV z projektů Technické pomoci OP VVV (dále jen „TP“).

Indikativní rozpočet na jednotlivé komunikační aktivity byl stanoven na základě zkušenosti s realizací konkrétních aktivit v předchozích letech a na základě realizovaných veřejných zakázek.

2. Popis návaznosti na SKS ESIF

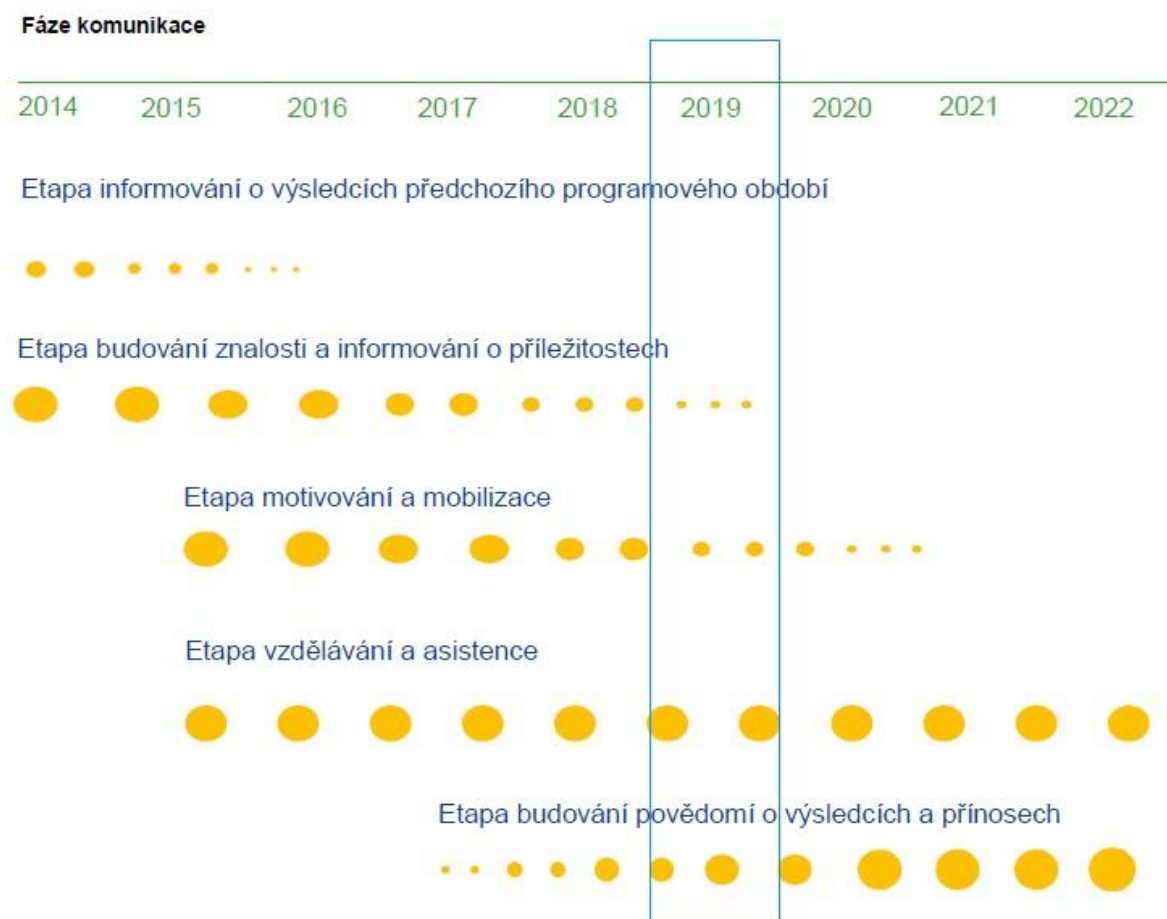
Mezi hlavní cíle komunikace SKS ESIF spadá podpora úspěšné implementace programu a zvyšování informovanosti o fondech EU. Tyto cíle budou provázány s cíli OP VVV v rovině:

- motivování potenciálních žadatelů a žadatelů k podání žádostí o podporu;
- zajištění dostatku kvalitních žádostí o podporu s nízkou chybovostí;
- poskytování informací o připravovaných a již vyhlášených výzvách;
- podpora žadatelů při tvorbě žádostí o podporu;
- podpora příjemců při administraci projektů;
- informování o pokrocích v oblastech implementace OP VVV a o realizaci projektů.

Informační a komunikační aktivity OP VVV tak budou rovněž zaměřeny na zvyšování orientace v problematice OP s důrazem na podporu povědomí o OP VVV. Provázanost vlastních aktivit OP VVV s aktivitami Ministerstva pro místní rozvoj (dále jen „MMR – NOK“) bude zajištěna prostřednictvím spolupráce a součinnosti Řídicího orgánu OP VVV při realizaci společných akcí typu veletrhy, výstavy, soutěže nebo kulturní projekty, např. Den Evropy. Dále bude kladen důraz na využívání webové platformy při realizaci povinných nástrojů publicity (<https://publicita.dotaceeu.cz>), a také na zveřejňování povinných a relevantních informací na webových stránkách www.dotaceEU.cz, které budou prostřednictvím rozcestníku propojeny se stránkami MŠMT www.msmt.cz, resp. s novými stránkami OP VVV.

Komunikace OP VVV v roce 2019 je nastavena tak, aby korespondovala s etapami definovanými v SKS ESIF: vzdělávání a asistence, budování povědomí o výsledcích a přínosech, motivování a mobilizace, budování znalosti a informování o příležitostech.





Zdroj: SKS ESIF

3. Analýza výchozí situace

Při nastavování RKoP 2019 byly znovu zohledněny zkušenosti z oblasti komunikace a publicity předchozího programového období. Přihlédnuto bylo k poznatkům z vyhodnocení RKoP z předchozích let a k poznatkům z realizace RKoP 2018, k závěrům Evaluace komunikační strategie a publicity OP VaVpl a OP VK, která byla provedena v roce 2011, k Závěrečné zprávě k vyhodnocení šetření o publicitě, která byla zpracována v roce 2016, a k Vyhodnocení publicity a komunikačních aktivit OP VVV, které bylo v únoru 2017 provedeno funkčně nezávislou Evaluační jednotkou OP VVV pro potřeby Výroční zprávy na základě požadavku Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 (Obecného nařízení), čl. 111.

Výstupy evaluace KSP ukazují, že nezbytným informačním zdrojem pro žadatele a příjemce jsou semináře a odborná školení k vyhlášeným výzvám, kde byly poskytovány základní obecné informace o samotných výzvách a tvorbě žádostí o podporu. Tyto komunikační nástroje byly hodnoceny pozitivně, a proto i v období 2014–2020 budou žadatelé a příjemci dále podporováni prostřednictvím seminářů, osobních konzultací, workshopů apod.

Dalším doporučením evaluace KSP i Závěrečné zprávy k vyhodnocení šetření o publicitě bylo zkvalitnění internetové prezentace a zapojení nových komunikačních toků v on-line aktivitách. Klíčovým komunikačním nástrojem pro OP VVV je v tomto případě vlastní webové prostředí, proto již od roku



2015 probíhala příprava veřejné zakázky na realizaci samostatného webového portálu OP VVV. V roce 2017 byl vysoutěžen dodavatel a 1. června 2018 byl samostatný webový portál spuštěn. Potřebu vlastních internetových stránek zdůrazňovalo i jedno z doporučení Vyhodnocení publicity a komunikačních aktivit OP VVV. Podle tohoto vyhodnocení by samostatné internetové stránky OP VVV spolu s přehlednou sekci FAQ měly napomoci v poskytování jednotných a ucelených informací nejen potenciálním žadatelům, žadatelům a příjemcům OP VVV.

Z doporučení Závěrečné zprávy k vyhodnocení šetření o publicitě vyplývá, že nástroje přímé komunikace a mediální kampaně by měly probíhat v souladu s postupnou realizací OP – počínaje fází propagace OP jako takového a podporou absorpční kapacity a jednotlivých témat OP VVV až po fázi propagace výstupů a výsledků OP VVV, aby tak měly co největší dopad na cílové skupiny. Důraz na kontinuální realizaci mediálních kampaní klade také Nejvyšší kontrolní úřad v Kontrolním závěru ke kontrolní akci č. 15/26 „Peněžní prostředky Evropské unie a státního rozpočtu vynaložené v rámci technické pomoci na aktivity související s publicitou a propagací operačních programů a projektů realizovaných v programovém období 2007–2013“. V roce 2019 tedy naváže ŘO OP VVV například na mediální kampaně z předchozích let a rovněž se bude účastnit osvědčených eventů.

Závěrečná zpráva k vyhodnocení šetření o publicitě doporučuje také posílit vnímání role publicity uvnitř řídicího orgánu s cílem dosáhnout jednotné pozitivní image OP VVV vůči vnějšímu prostředí. Tomuto se Oddělení publicity věnuje např. prostřednictvím spolupráce s relevantními útvary při tvorbě publicitních výstupů, prosazováním používání jednotného designu OP VVV, aktivní správou facebookového profilu OP VVV nebo informováním o novinkách zveřejněných na webových stránkách OP VVV.

V neposlední řadě již zmiňované Vyhodnocení publicity a komunikačních aktivit OP VVV doporučuje komunikaci zaměřit též na propagaci výsledků a výstupů konkrétních projektů OP VVV. Oddělení publicity tento bod plní například prostřednictvím testimonialů zveřejňovaných každý měsíc na webových stránkách OP VVV a článků v newsletteru. Vzniká také databáze výstupů projektů OP VVV nebo tematické brožury.

Při plánování RKoP 2019 byla zohledněna také doporučení z Komunikační strategie mediální kampaně pro Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání 2018–2021, kterou vypracoval mediální expert.

4. Cíle komunikace pro rok 2019

Komunikační aktivity se dle SKS ESIF v roce 2019 nachází z největší části v etapě vzdělávání a asistence. Komunikace bude proto zaměřená primárně na zajištění jednotného a jasného výkladu pravidel čerpání dotací z OP VVV, poskytování dostatečné podpory příjemcům při administraci a ukončování projektů a v menší míře také na přiměřenou asistenci při podávání žádostí.

V roce 2019 se stává aktuální etapa budování povědomí o výsledcích a přínosech, informační a komunikační aktivity tedy budou častěji prezentovat toto téma a bude kladen důraz také na zvýšení povědomí o realizovaných projektech.

Zároveň bude ŘO OP VVV nadále informovat o možnostech podpory z OP VVV a obecně informovat potenciální a konečné uživatele pomoci OP VVV, protože zůstává relevantní také etapa motivování a mobilizace a okrajově i etapa budování znalosti a informování o příležitostech. Komunikační mix je



stejně jako v minulých letech zacílen rovněž na zvýšení všeobecného povědomí o implementaci OP VVV u všech cílových skupin.

4.1 Přehled cílů komunikace pro rok 2019

- a) **Zajistit podporu příjemcům při administraci a ukončování projektů OP VVV** tak, aby byl zajištěn jednotný a jasný výklad pravidel administrace projektů a úspěšné dokončení realizovaných projektů.
- b) **Zajistit informovanost odborné a široké veřejnosti** jasnou prezentací základních oblastí, na které se zaměřuje OP VVV, včetně předávání informací o pokroku implementace a výsledcích a očekávaných přínosech OP VVV a regionální politiky EU. Zvýšit povědomí o realizovaných projektech.
- c) **Zajistit jednotný a jasný výklad pravidel čerpání dotací z OP VVV, maximální informovanost potenciálních žadatelů a žadatelů o možnostech podpory z OP VVV a maximální informovanost žadatelů při tvorbě žádostí o podporu** tak, aby výsledkem byl dostatek kvalitně zpracovaných a podaných žádostí o podporu ve všech prioritních osách OP VVV.

4.2 Hlavní sdělení pro rok 2019

Hlavní obsah sdělení a hlavní komunikační témata pro období 2014-2020 jsou definována v SKS ESIF. Řídící orgány si z nich následně vybírají témata dle svého vlastního zaměření a potřeb. ŘO OP VVV bude s ohledem na fázi implementace v roce 2019 komunikovat následující témata:

- podpora rozvoje vědy a výzkumu;
- podpora zvýšení vzdělanosti a modernizace českého školství;
- podpora uplatnitelnosti osob ohrožených sociálním vyloučením, osob s handicapem a jinak znevýhodněných osob;
- zkvalitnění života v českých regionech;
- zvyšování hospodářského rozvoje a konkurenceschopnosti České republiky.

5. Vymezení cílových skupin

Cílové skupiny pro rok 2019 jsou v souladu s SKS ESIF rozděleny do 4 základních skupin, které jsou dále specifikovány dle zaměření prioritních os OP VVV:

- cílová skupina OP VVV (potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci a potenciální a koneční uživatelé pomoci),
- odborná veřejnost (např. Evropská komise, Monitorovací výbor OP VVV, Pracovní skupina pro informování a publicitu nebo regionální a místní orgány státní správy a samosprávy)
- široká veřejnost (např. občané ČR 15+ nebo děti a mládež)
- média

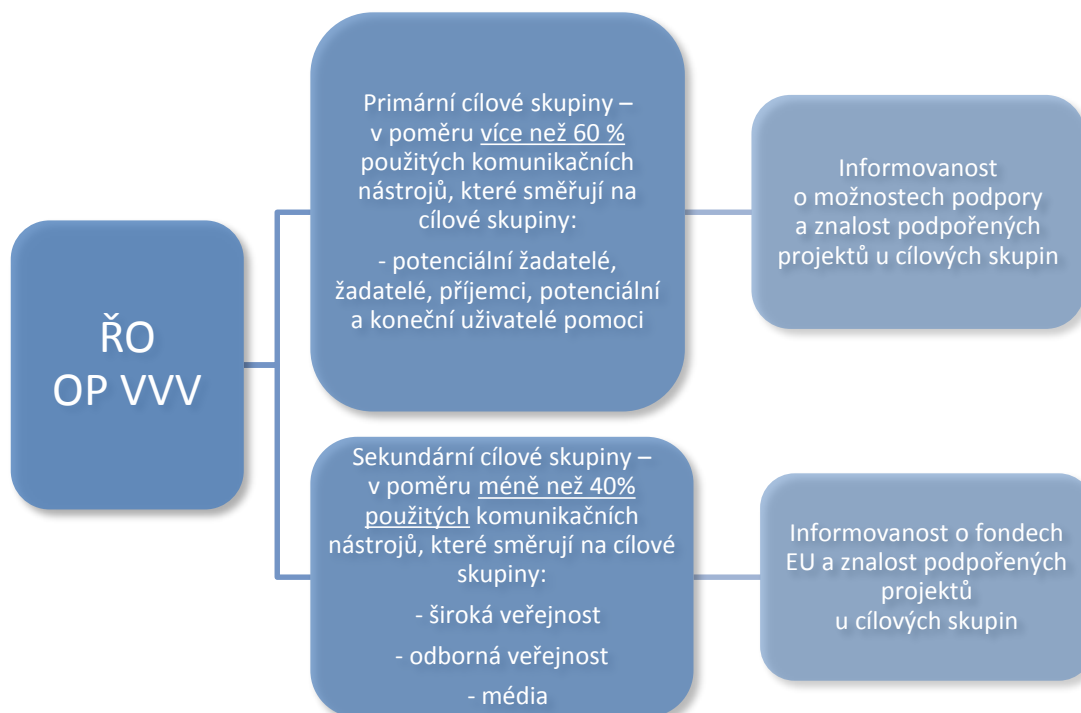
Hlavní cílovou skupinou budou potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci, kteří budou podporováni při zpracování a podávání žádostí o podporu či administraci projektů, a to ve všech prioritních osách. Dále jsou také ve velké míře podporováni potenciální a koneční uživatelé pomoci, tedy cílové skupiny všech prioritních os OP VVV. Sekundární cílovou skupinou je odborná a široká veřejnost. Poslední



zastoupenou skupinou jsou média, která budou informována o plnění OP VVV prostřednictvím tiskových zpráv a tiskových konferencí.

Procentuální rozdělení je měřeno počtem využitých komunikačních nástrojů určených pro danou cílovou skupinu v rámci jednoho kalendářního roku. Procentuální rozdělení je uvedeno ve schématu č. 3. Toto rozdělení je pouze indikativní.

Schéma č. 3: Procentuální rozdělení komunikačních nástrojů určené pro danou cílovou skupinu



5.1 Prioritní osa 1 – Posilování kapacit pro kvalitní výzkum (EFRR)

Tato prioritní osa (dále také „PO“) je zaměřena na dosažení špičkové úrovně českého výzkumu v mezinárodním měřítku, zlepšení spolupráce ve výzkumu a zkvalitnění infrastrukturních podmínek pro přípravu budoucích výzkumníků. V následující tabulce je uveden přehled cílových skupin pro komunikační strategii v PO 1.

Tabulka č. 2: Přehled cílových skupin pro komunikační strategii v PO 1 pro rok 2019

Cílová skupina	Specifická cílová skupina
Cílová skupina OP VVV	Potenciální žadatelé a žadatelé – detailnější specifikace dle vyhlášených výzev dané PO
	Příjemci – detailnější specifikace dle vyhlášených výzev dané PO
	Potenciální a koneční uživatelé pomoci
Odborná veřejnost	Externí hodnotitelé
	Evropská komise
	Monitorovací výbor
	Studenti a mladí vědečtí pracovníci
	Vědečtí pracovníci
	Implementační struktura OP VVV
	Ostatní orgány státní správy



Široká veřejnost	Potenciální a koneční uživatelé pomoci
Média	

Zdroj: vlastní zdroje

Dle indikativního harmonogramu výzev není v roce 2019 pro PO 1 plánována žádná výzva. Komunikace se tedy bude zaměřovat spíše na již vyhlášené a ukončené výzvy z PO 1.

5.2 Prioritní osa 2 – Rozvoj vysokých škol a lidských zdrojů pro výzkum a vývoj (EFRR/ESF)

Tato PO je zaměřena na zkvalitnění a otevřenost vzdělávání na vysokých školách včetně jejich strategického řízení, rozvoj lidských zdrojů pro výzkum a vývoj zahrnující i podporu výuky spojené s výzkumem. V následující tabulce je uveden přehled cílových skupin pro komunikační strategii v PO 2.

Tabulka č. 3: Přehled cílových skupin pro komunikační strategii v PO 2 pro rok 2019

Cílová skupina	Specifická cílová skupina
Cílová skupina OP VVV	Potenciální žadatelé a žadatelé – detailnější specifikace dle vyhlášených výzev dané PO
	Příjemci – detailnější specifikace dle vyhlášených výzev dané PO
	Potenciální a koneční uživatelé pomoci
Odborná veřejnost	Externí hodnotitelé
	Studenti a mladí vědečtí pracovníci
	Vědečtí pracovníci
	Evropská komise
	Monitorovací výbor
	Implementační struktura OP VVV
	Ostatní orgány státní správy
Široká veřejnost	Občané ČR 15+
	Potenciální a koneční uživatelé pomoci
Média	

Zdroj: vlastní zdroje

Dle indikativního harmonogramu výzev budou v roce 2019 pro PO 2 vyhlášeny následující výzvy:

- Zvyšování kvality interních grantových schémat na VŠ,
- Mezinárodní mobilita výzkumných pracovníků – MSCA – IF III,
- Mezinárodní mobilita výzkumných, technických a administrativních pracovníků výzkumných organizací,
- ESF výzva pro vysoké školy – komplementární k velkým projektům
- Rozvoj výzkumně zaměřených studijních programů – komplementární k velkým projektům,
- ERDF výzva pro VŠ – velké projekty.

Cílové/podpořené skupiny pro výzvy z PO 2/potenciální a koneční uživatelé pomoci: studenti SŠ, VOŠ, VŠ, pracovníci VŠ, pracovníci výzkumných organizací.



5.3 Prioritní osa 3 – Rovný přístup ke kvalitnímu předškolnímu, primárnímu a sekundárnímu vzdělávání (ESF)

Tato PO je zaměřena na vzdělávání k sociální integraci dětí a žáků se speciálními vzdělávacími potřebami, zvýšení kvality předškolního vzdělávání včetně usnadnění přechodu dětí na ZŠ, zlepšení kvality vzdělávání a výsledků v klíčových kompetencích, rozvoj strategického řízení a hodnocení kvality ve vzdělávání, zkvalitnění budoucích a začínajících pedagogických pracovníků, zvyšování kvality ve vzdělávání a odborné přípravy včetně posílení relevance pro trh práce. V následující tabulce je uveden přehled cílových skupin pro komunikační strategii v PO 3.

Tabulka č. 4: Přehled cílových skupin pro komunikační strategii v PO 3 pro rok 2019

Cílová skupina	Specifická cílová skupina
Cílová skupina OP VVV	Potenciální žadatelé a žadatelé – detailnější specifikace dle vyhlášených výzev dané PO
	Příjemci – detailnější specifikace dle vyhlášených výzev dané PO
	Potenciální a koneční uživatelé pomoci
Odborná veřejnost	Externí hodnotitelé
	Evropská komise
	Monitorovací výbor
	Studenti a mladí vědečtí pracovníci
	Vědečtí pracovníci
	Implementační struktura OP VVV
	Ostatní orgány státní správy
Široká veřejnost	Potenciální a koneční uživatelé pomoci
Média	

Zdroj: vlastní zdroje

Dle indikativního harmonogramu výzev jsou v roce 2019 pro PO 3 plánovány následující výzvy:

- Pregraduální vzdělávání II,
- Inkluzivní vzdělávání pro SVL II,
- Inovace v pedagogice,
- Podpora žáků se zdravotním postižením II,
- Implementace KAP II.

Cílové skupiny pro výzvy z PO 3/potenciální a koneční uživatelé pomoci: děti, žáci, studenti a rodiče, pedagogičtí pracovníci škol a školských zařízení, studenti VŠ (budoucí učitelé), akademičtí pracovníci vzdělávající budoucí učitele a další pracovníci podílející se na přípravě budoucích učitelů, pracovníci a dobrovolní pracovníci ve vzdělávání, pracující s dětmi a mládeží, zaměstnanci veřejné správy a zřizovatelů škol a školských zařízení, veřejnost.

6. Popis komunikačních aktivit a jejich návaznost na cílové skupiny

Navržené komunikační nástroje vycházejí z praktických zkušeností a osvědčených aktivit RKoP určených pro předchozí roky. Soubor komunikačních nástrojů OP VVV představuje takový komunikační mix, který má zajistit odpovídající informovanost klíčových cílových skupin. Níže uvedené nástroje byly



navrženy na základě analýzy absorpční kapacity OP VVV, obsahující rovněž analýzu potřeb těchto skupin.

Po celý rok 2019 bude u cílových skupin ŘO OP VVV i nadále klást důraz na edukaci a posílení informovanosti o podpoře vzdělávání, výzkumu a vývoje z EU. Důraz bude stále kladen i na zvyšování povědomí o nových a probíhajících výzvách. Realizovány budou semináře napříč PO 1, 2 a 3 pro potenciální žadatele, žadatele a příjemce, a to zejména v návaznosti na vyhlášené výzvy a administraci projektů OP VVV. Komunikační nástroje jsou sestaveny s ohledem na harmonogram výzev v roce 2019. Jsou zacíleny na samotné vyhlášení výzev a zohledňují potřebu přímé komunikace s potenciálními žadateli, žadateli a příjemci. Dále budou v souvislosti s vyhlášenými i ukončenými výzvami komunikační aktivity zaměřeny na potenciální a konečné uživatele pomoci. Vzhledem k fázi implementace OP VVV budou v roce 2019 komunikovány také první výstupy a výsledky projektů podpořených z OP VVV. Okrajově se mohou prezentovat i výsledky předchozího programového období, které motivují k zájmu o nové příležitosti.

Na hlavní cílovou skupinu OP VVV budou zaměřeny tyto komunikační nástroje: přímá komunikace, eventy, mediální kampaň, on-line komunikace a publikační aktivity.

ŘO OP VVV se bude účastnit osvědčených eventů a bude se podílet i na komunikačních akcích, které organizuje MMR-NOK, a to formou osobní účasti nebo poskytnutí propagačních předmětů a tiskovin.

Budou vytvořeny podklady pro žadatele a příjemce v elektronické i tištěné formě, nadále bude probíhat podpora on-line komunikace přes webové stránky včetně sociálních sítí a pravidelné vydávání newsletteru OP VVV s názvem Novvinky.

K e-mailové komunikaci s ŘO OP VVV je i nadále využívána centrální adresa opvvv@msmt.cz, kterou spravuje Oddělení realizace projektů podpory ŘO. Příchozí dotazy vyřizují relevantní pracovníci implementační struktury.

Další komunikační nástroje budou zaměřeny na širokou veřejnost. Této cílové skupině bude prezentována struktura a zaměření OP VVV včetně prezentace jednotného výkladu dotační politiky EU a podpory vzdělávání, výzkumu a vývoje z EU. Pro komunikaci s touto skupinou budou použity nástroje přímé komunikace, eventy, mediální kampaň, on-line komunikace a publikační aktivity.

Implementační struktura OP VVV bude podporována např. formou seminářů, výjezdních zasedání a ostatních akcí dle aktuálních potřeb.

Pro řízení, kontrolu, monitorování a hodnocení OP VVV je mimo jiné naplánována Konference OP VVV 2019 a zasedání Monitorovacích výborů OP VVV.

Podpora médií proběhne formou tiskových zpráv, případně tiskových konferencí.

Ve všech případech komunikačních a publikačních aktivit bude dodržována aplikace jednotného vizuálního stylu dle Manuálu jednotného vizuálního stylu ESI fondů v programovém období 2014–2020.



6.1 Přímá komunikace

Semináře a workshopy

Akce pro potenciální žadatele, žadatele, příjemce, externí hodnotitele, implementační strukturu a širokou veřejnost.

- **Semináře a workshopy** – zaměřené pro potenciální žadatele, žadatele a příjemce v návaznosti na vyhlášené výzvy.
- **Semináře výměny zkušeností s realizací projektů v OP VVV** – semináře pro příjemce/realizátory projektů.
- **Semináře pro hodnotitele** – zaměřené pro externí hodnotitele v návaznosti na vyhlášené výzvy. Semináře mohou probíhat on-line nebo prezenční formou.
- **Workshopy a semináře pro implementační strukturu OP VVV nebo širokou veřejnost.**
- **Výjezdní zasedání, workshopy a ostatní akce pro implementaci** – společné akce implementace podporující sdílení zkušeností, doplňování a prohlubování odborných znalostí implementace, např. hodnotící semináře apod.

Individuální konzultace

Zodpovídání dotazů týkajících se OP VVV potenciálním žadatelům, žadatelům, příjemcům, odborné i široké veřejnosti.

- **Odborné osobní konzultace** – individuální setkání pracovníků implementace OP VVV se žadateli a příjemci. Konzultace jsou vázány na výzvy s cílem umožnit žadatelům co nej kvalitněji vypracovat žádost o podporu, aby byla v souladu s výzvou, a poskytnout přiměřenou podporu příjemcům při realizaci projektů.
- **Odborné konzultace ostatní** – žadatelům a příjemcům je umožněno v rámci vyhlášené výzvy využít také telefonické a e-mailové konzultace (kontakt vždy uveden ve vyhlášené výzvě). Pro žadatele a příjemce z výzev na tzv. šablony byla zřízena speciální konzultační linka, na kterou se mohou obracet se svými telefonickými nebo e-mailovými dotazy. Ostatní dotazy lze posílat na centrální e-mail – opvvv@msmt.cz.
- **Ostatní konzultace** – odpovědi na dotazy týkající se OP VVV, EU apod.

Databázový mailing

Rozesílání informací o vyhlášené výzvě, novinkách, seminářích, workshopech, soutěžích apod. Komunikační nástroj je zaměřen na potenciální žadatele, žadatele a příjemce.

Kulaté stoly, panelové diskuze, pracovní skupiny

Tematická jednání k informování o aktuálních tématech vztahujících se k implementaci OP VVV. Jednání jsou zacílena na odbornou veřejnost.



Vzdělávání implementační struktury OP VVV, řízení, kontrola, monitorování a hodnocení programu

Doplňování a prohlubování odborných znalostí zaměstnanců implementační struktury, výběrové a expertní komise, jednání pracovních skupin, kulaté stoly, zasedání Monitorovacího výboru OP VVV atd.

Konference

Komunikační nástroj pro setkání s potenciálními žadateli, žadateli, příjemci, odbornou i širokou veřejností.

- **Konference OP VVV** – aktuální témata OP VVV, informace ohledně plánu výzev, tvorba a podpora širší komunikační platformy OP VVV, prezentace výstupů z projektů realizovaných v OP VVV. Výroční konference OP VVV, plánovaná na podzim 2019, bude hlavní informační činností roku 2019 (dle definice v SKS).
- **Ostatní konference** – účast či participace ŘO OP VVV na konferencích pořádaných jinými subjekty.

Eventy a veletrhy

Základní nástroj pro komunikaci s širokou i odbornou veřejností, s potenciálními žadateli, žadateli, příjemci, potenciálními i konečnými uživateli pomoci.

Eventy a veletrhy se v předchozích letech osvědčily z těchto důvodů:

- *Suplují konzultační činnost – k programu, výzvam, projektům apod. dle potřeb tazatele.*
- *Vyjádření účastníků poskytuje potřebnou zpětnou vazbu (k programu, výzvam, pravidlům pro žadatele a příjemce).*
- *Prostřednictvím doprovodného programu je možné poskytnout bližší informace k aktuálně vyhlášeným/připravovaným výzvam garantem výzvy (příp. dalšími odbornými pracovníky).*
- *Získání kontaktů/navázání spolupráce s odborníky nejen ze škol a dalších vzdělávacích institucí.*

S ohledem na pozitivní zkušenosti z předchozích let je plánována účast ŘO OP VVV na odborných eventech a veletrzích i v roce 2019.

- **Veletrh Věda, výzkum, inovace** – veletrh, jehož cílem je propojovat vědecko-výzkumnou a aplikační sféru, na kterém vědci představují výsledky své práce. Cílovou skupinou je odborná veřejnost v oblasti PO 1 a PO 2, ale také široká veřejnost. OP VVV má možnost prezentace na hlavním pódiu. Akce se uskuteční v Brně (jaro 2019).
- **Veletrh vědy** – veletrh pro zájemce o vědu a vzdělávání, který se zaměřuje na studenty, vědce, rodiče s dětmi i studenty. Představí se zde ústavy Akademie věd ČR, univerzity, science centra a další vystavovatelé. Smyslem veletrhu, největší populárně-naučné akce tohoto druhu v ČR, je představit široké veřejnosti zábavnou a srozumitelnou formou vědu a výzkum. OP VVV se zapojí např. prezentací informačních materiálů, konzultacemi k aktuálním výzvam, PO 1 i OP VVV nebo interaktivními soutěžemi pro účastníky. Akce se bude konat v Praze (červen 2019).
- **Noc vědců** – neformální setkání veřejnosti s vědci. OP VVV se bude prezentovat prostřednictvím propagačních předmětů a tiskovin (září 2019).



- **Konference Řízení školy** – konference časopisu Řízení školy, které se účastní důležitá cílová skupina – ředitelé škol a další zástupci regionálního školství. Akce se bude konat v Praze (říjen 2019).
- **Gaudeamus** – největší mezinárodní evropský veletrh pomaturitního a celoživotního vzdělávání. Prezentace OP VVV, interaktivní soutěže s tematikou OP VVV a všeobecných znalostí, ukázky výstupů projektů realizovaných z OP VVV. Konzultační činnost k výzvám a tematicky zaměřené přednášky. Akce se uskuteční v Brně (říjen/listopad 2019).
- **Týden vědy a techniky** – nejrozsáhlejší a největší vědecký festival v ČR. OP VVV se bude prezentovat prostřednictvím propagačních předmětů a tiskovin (listopad 2019).

Eventové komunikační aktivity ve spolupráci s MMR-NOK

- **Den Evropy** (organizuje zastoupení EK v ČR) – akce věnovaná oslavám jednotné Evropy. OP VVV se bude prezentovat prostřednictvím propagačních předmětů a tiskovin. Akce se bude konat v Praze (květen 2019).

Spolupráce s dalšími subjekty

Smyslem spolupráce s dalšími subjekty je síťování s tematicky podobně zaměřenými subjekty nebo subjekty se synergemi/komplementaritami. Spolupráce probíhá formou sdílení PR tiskovin, propagačních předmětů, spolupráce při eventech, veletrzích a dalších akcích, sdílení informací a novinek na webových stránkách a sociálních sítích.

6.2 Publikační aktivity

Letáky, plakáty, brožury

Tištěné nebo elektronické letáky, plakáty a brožury obsahující informace o OP VVV pro potenciální žadatele, žadatele, příjemce, potenciální i konečné uživatele podpory, odbornou i širokou veřejnost. V roce 2019 je například plánováno vydání letáků k vyhlášeným výzvám, brožury k výzvě Excelentní výzkum a brožury k výzvě Teaming.

Metodická podpora

Nové metodické dokumenty či jejich aktualizace v elektronické formě, které jsou zveřejněny na webovém portálu OP VVV. Tyto materiály informují potenciální žadatele, žadatele, příjemce i odbornou veřejnost, jakým způsobem administrovat projekty, jak funguje implementace apod.

6.3 On-line komunikace

Webový portál OP VVV

Samostatné webové stránky OP VVV kladou důraz na logickou strukturu, přehlednost a aktuálnost informací. Slouží k uveřejňování povinných i nepovinných komunikačních nástrojů OP VVV (např. aktualizace provádění OP VVV, vyhlášené výzvy, kalendář akcí, seminářů, školení, seznam operací, metodické materiály a pravidla, odpovědi na časté dotazy /FAQ/, důležité události, výroční zprávy, evaluační zprávy, informační letáky a tiskové zprávy). Zveřejněné informace budou určeny pro všechny cílové skupiny OP VVV. Responzivní webové stránky budou odkazovat na zastřešující webové stránky ESIF – www.dotaceEU.cz a rovněž na stávající portály OP VK a OP VaVpI a databázi výstupů projektů OP VVV.



Databáze výstupů projektů OP VVV

Jedná se o veřejný portál s databází výstupů projektů OP VVV. Tento nástroj se osvědčil v předchozím programovém období, kdy již byla obdobná databáze výstupů projektů úspěšně realizována v rámci OP VK. Smyslem této databáze je umožnit volné šíření informací a materiálů vzniklých v rámci projektů finančně podpořených z OP VVV a tím zajistit jejich větší využitelnost napříč vzdělávacími subjekty, poskytnout vhodné příklady dobré praxe a přispět k transparentnosti čerpání z ESIF v České republice. V návaznosti na plnění databáze výstupy projektů bude zajištěna odpovídající propagace databáze.

Newsletter

Vlastní periodikum, konkrétně elektronický newsletter s názvem Novvinky pro všechny cílové skupiny OP VVV. Novvinky budou nadále nabízet pravidelné rubriky, např. přehled aktuálních i ukončených výzev, nejčastější dotazy žadatelů nebo rozhovory se zástupci implementační struktury. Zařazovány opět budou rozhovory s realizátory projektů a články o projektech podpořených z OP VVV. Newsletter je distribuován prostřednictvím emailů, internetových stránek, facebookového profilu OP VVV, ale také v tištěné podobě při veletrzích a dalších akcích, kterých se zástupci ŘO OP VVV účastní.

Testimonials

Prostřednictvím výpovědí realizátorů bude každý měsíc představen jeden projekt podpořený z OP VVV.

Sociální síť

OP VVV bude i v roce 2019 využívat sociální sítě (např. Facebook nebo YouTube) jako on-line komunikační nástroj.

6.4 Mediální komunikace

Mediální kampaň

V roce 2019 bude pokračovat on-line část mediální kampaně s názvem Pomáháme pomáhat, učit a bádát, která byla spuštěna v roce 2017. Kampaň zajišťuje mediální povědomí o OP VVV u všech cílových skupin. Mediální kampaň informuje o možnostech podpory z OP VVV a zaměření OP VVV. Cílem kampaně je zvýšit informovanost cílových skupin o prioritách OP VVV, vyhlášených výzvách a tematickém zacílení OP VVV a tím podpořit zájem odborné i široké veřejnosti o bližší informace o výzvách vyhlášených v OP VVV a o realizaci projektů v OP VVV. Kampaň probíhá v několika fázích a celková doba její realizace je nastavena na maximálně 30 měsíců. Dále se plánuje příprava, vyhlášení a realizace nové on-line a tiskové mediální kampaně OP VVV, jejíž parametry jsou nyní ještě ve fázi specifikace.

6.5 Public Relations

Práce s médii a tiskové zprávy

Množství aktivit z této oblasti se bude odvíjet od hlavních událostí v rámci OP VVV, např. v souvislosti s vyhlášováním či ukončováním výzev a pořádáním akcí.

V přechodných letech byla navázána spolupráce s několika odbornými periodiky (např. Řízení školy a Učitelské noviny). ŘO OP VVV v těchto časopisech publikuje dle potřeby články, které se týkají aktuálních témat OP VVV.



Tiskové konference

Propagace OP VVV bude možná také prostřednictvím tiskových konferencí organizovaných vedením MŠMT.

6.6 Ostatní nástroje

Předměty k propagaci

Předmět k propagaci je komunikační nástroj pro cílové skupiny OP VVV sloužící jako reklamní předmět nebo dárek, který zároveň předává základní informaci o programu.

Propagační předměty a tiskoviny (letáky apod.) budou cílovým skupinám distribuovány na všech výše zmíněných eventech, veletrzích, seminářích nebo konferencích. Další distribuce propagačních předmětů a tiskovin směrem k cílovým skupinám bude probíhat také prostřednictvím relevantních spolupracujících subjektů (např. Akademie věd ČR, Evropský dům, MMR-NOK, NIDV, MAS), kterým budou předměty poskytnuty. Propagační předměty budou rovněž sloužit jako odměna v soutěžích, které ŘO OP VVV pro cílové skupiny plánuje, a v neposlední řadě také pro potřeby škol a školských zařízení, volnočasových středisek a sdružení, která organizují akce pro rodiče a děti, např. dětská odpoledne, dětské dny, soutěže s propagací OP VVV.

Soutěž

Tematická soutěž s cenami pro cílové skupiny všech prioritních os. V roce 2019 je plánována jedna soutěž pro širokou veřejnost prostřednictvím Facebooku.

Aplikace jednotné vizuální identity

Dodržování pravidel jednotného vizuálního stylu dle Manuálu jednotného vizuálního stylu ESI fondů v programovém období 2014–2020. ŘO OP VVV zajistí přiměřenou asistenci příjemcům podpory OP VVV. Pro cílové skupiny je metodika jednotného vizuálního stylu uvedena v Pravidlech pro žadatele a příjemce.

Putovní výstava

V roce 2019 je plánována putovní výstava fotografií projektů podpořených z OP VVV. Cílem výstavy je prezentace konkrétních výsledků OP VVV pro širokou veřejnost.



7. Indikativní harmonogram komunikačních aktivit

Tabulka č. 5: Indikativní harmonogram publicity OP VVV

Realizace v roce 2019													
Komunikační nástroj/kalendářní měsíc	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Poznámka
Přímá komunikace													
Semináře pro žadatele	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Dle vyhlášených výzev
Semináře pro hodnotitele	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Dle vyhlášených výzev
Semináře pro realizátory/příjemce	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Řízeno potřebami implementace
Akce pro implementaci (semináře, výjezdní zasedání, workshopy apod.)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Řízeno potřebami implementace
Odborné konzultace pro žadatele – osobní	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Dle zájmu žadatelů
Odborné konzultace ostatní – telefonické a e-mailové	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Dle zájmu žadatelů
Ostatní konzultace	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Dle zájmu odborné veřejnosti
Databázový mailing	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Dle PO a zaměření výzvy
Kulaté stoly, panelové diskuse, interdisciplinární spolupráce, pracovní skupiny	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Dle PO a zaměření výzvy
Monitorovací výbor			x	x	x	x			x	x	x	x	Celkem 3 zasedání
Konference OP VVV											x		Celkem 1
Ostatní konference	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Tematické konference dle potřeb implementace
Spolupráce s ostatními subjekty	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Eventy/veletrhy													
Veletrh Věda, výzkum, inovace		x											
Den Evropy					x								MMR-NOK
Veletrh vědy						x							AV ČR
Noc vědců										x			
Konference Řízení školy										x			
Gaudeamus											x		
Týden vědy a techniky											x		AV ČR
Publikační aktivity													
Letáky, brožury, plakáty a další propagační tiskoviny	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Řízeno potřebami implementace
Metodiky, manuály, pravidla	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Řízeno výzvou a potřebami implementace
On-line komunikace													
Webový portál, databáze projektů OP VVV	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Zveřejnění povinných a nepovinných komunikačních nástrojů
Newsletter						x						x	Řízeno potřebami implementace
Testimonial	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Sociální sítě	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Mediální komunikace													
Mediální kampaň	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	pokračování on-line kampaně z roku 2017 a nová kampaň se začátkem v roce 2019
Public relations													



Tiskové zprávy	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Intenzita v souvislosti s hlavními událostmi
Tiskové konference	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	V případě zajímavých informací ohledně strategie a realizace OP VVV
Ostatní nástroje													
Propagační předměty	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Po celou dobu programu
Tematická soutěž							x	x	x	x	x	x	Řízeno potřebami implementace
Aplikace jednotné vizuální identity	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	Po celou dobu programu
Putovní výstava					x	x	x	x	x	x			
Grafické služby				x	x	x	x	x	x	x	x	x	Řízeno potřebami implementace
Fotografické služby				x	x	x	x	x	x	x	x	x	Řízeno potřebami implementace

Zdroj: vlastní zdroje

8. Rozpočet

Čerpání finančních prostředků bude prováděno, monitorováno a vyhodnocováno v souladu s pravidly a postupy OP VVV platnými pro čerpání prostředků TP a v souladu s principy 3E. Dodržování principu 3E (účelnost, účinnost, úspornost) je podstatné i v oblasti komunikace. Kvalitní komunikaci nelze posuzovat pouze podle výše vynaložených prostředků, proto budou pravidelně vyhodnocovány jednotlivé komunikační nástroje.

Tabulka č. 6: Indikativní rozpočet na publicitu OP VVV na rok 2019, uvedené ceny jsou bez DPH

Komunikační nástroj	Částka 2019
Přímá komunikace	2 300 000 Kč
např. konference OP VVV, semináře a školení pro odbornou veřejnost, eventy, soutěže, akce pro implementaci	
Publikační aktivity	500 000 Kč
např. propagační tiskoviny – informační brožury/letáky o OP VVV	
On-line komunikace	800 000 Kč
realizace vlastních internetových stránek OP VVV, další on-line komunikace – např. databáze výstupů projektů OP VVV, newsletter	
Mediální komunikace	11 515 599 Kč
realizace mediální kampaně OP VVV 2017	
Public relations	150 000 Kč
např. tiskové zprávy a tiskové konference	
Ostatní nástroje	2 300 000 Kč
např. předměty k propagaci, putovní výstava, grafické a fotografické služby	
Celkem bez DPH	17 565 599 Kč

Zdroj: vlastní zdroje



9. Popis správních orgánů, včetně lidských zdrojů, zodpovědných za provádění informačních a propagačních opatření

Na realizaci výkonných informačních a propagačních aktivit OP VVV se budou podílet tyto útvary/odhadovaný počet pracovníků:

- Oddělení metodického řízení, Odbor řízení OP/1;
- Oddělení realizace projektů podpory ŘO, Odbor technické pomoci OP VVV/5.

Součinnost při plánování a realizaci informačních a propagačních aktivit OP VVV budou poskytovat zejména tyto útvary:

- Odbor řízení OP: Oddělení koncepce a přípravy výzev PO1+PO2, Oddělení koncepce a přípravy výzev PO3, Oddělení analýz a zpráv, Oddělení evaluací, Oddělení hodnocení a schvalování projektů;
- Odbor technické pomoci OP VVV: Oddělení realizace projektů RLZ, Oddělení materiálně technické podpory, Oddělení monitorovacího systému;
- Odbor finančního řízení OP;
- Odbor kontroly OP: Oddělení kontroly veřejných zakázek;
- Odbor administrace zjednodušených projektů;
- Odbor administrace projektů regionálního školství;
- Odbor administrace projektů vysokých škol;
- Odbor administrace projektů výzkumu a vývoje;
- Odbor podpory OP.

Odbor řízení OP nastavuje pravidla pro publicitu OP VVV, organizuje zasedání Monitorovacího výboru OP VVV a zajišťuje komunikaci s Evropskou komisí. Odbor administrace zjednodušených projektů, Odbor administrace projektů regionálního školství, Odbor administrace projektů vysokých škol, Odbor administrace projektů výzkumu a vývoje a Odbor podpory OP zajišťují komunikaci s příjemci. Odbor administrace projektů regionálního školství, Odbor administrace projektů vysokých škol, Odbor administrace projektů výzkumu a vývoje a Odbor podpory OP budou rovněž spolupracovat na plnění databáze výstupů projektů OP VVV.

Oddělení realizace projektů podpory ŘO vytváří, koordinuje a zajišťuje realizaci aktivit publicity, dohlíží na plnění komunikačních cílů stanovených v rámci OP VVV a sledovaných indikátorů pro oblast publicity a absorpční kapacity. Další činností tohoto oddělení je komunikace vůči cílovým skupinám, zejména vůči potenciálním žadatelům a žadatelům. Dále každoročně vytváří a realizuje RKoP OP VVV, který je zasílán na MMR-NOK k připomínkám a následně pak schvalován při zasedání MV OP VVV. Oddělení realizace projektů podpory ŘO rovněž spolupracuje s ostatními relevantními útvary při vytváření obsahu publicitních materiálů. Oddělení evaluací Odboru řízení OP zajišťuje evaluaci komunikačních aktivit OP VVV.



Odbor technické pomoci (dále také „TP“) OP VVV zodpovídá za koordinaci, implementaci, schvalování a aktualizaci Dlouhodobého plánu realizace TP 2014–2023, jehož podkladem je také např. DIKoP. Odbor TP OP VVV provádí monitorování a sledování čerpání finančních prostředků, které by měly být v souladu s pravidlem 3E a rovněž s dalšími konkrétními pravidly závaznými pro TP dle Operačního manuálu OP VVV.

Součinnost s Odborem kontroly OP se týká oblasti veřejných zakázek. Se všemi odbory je také možná součinnost při tvorbě obsahu publicitních výstupů, a to ve smyslu poskytnutí podkladů nebo konzultací ke konkrétním tématům.

Koordinace a předávání informací na úrovni ŘO OP VVV probíhá prostřednictvím interní **Pracovní skupiny pro publicitu OP VVV** (dále jen „PSP OP VVV“).

Mezi hlavní úkoly interní PSP OP VVV patří:

- projednávání návrhů SKS ESIF a jejich připomínkování;
- tvorba, evaluace a revize DIKoP;
- tvorba, evaluace a revize RKoP;
- vyhodnocování jednotlivých revizí RKoP;
- sledování průběhu jednotlivých realizovaných komunikačních aktivit a jejich koordinace, průběžná evaluace a návrhy na úpravu;
- sledování a vyhodnocování výstupů vyplývajících z jednotlivých realizovaných komunikačních aktivit.

10. Harmonogram evaluace a vykazování plnění indikátorů

Dle obecného nařízení č. 1303/2013 má být provedeno pravidelné vyhodnocování komunikačních aktivit ze strany ŘO OP VVV pro MV OP VVV. V roce 2019 bude probíhat interní sběr dat a monitoring. Souhrnná data budou poskytována v průběhu celého programového období do Zprávy o pokroku, která se zasílá EK.

Na základě povinnosti stanovené v SKS ESIF bude v roce 2019 ŘO OP VVV monitorovat a hodnotit realizaci komunikačních aktivit prostřednictvím indikátorů na úrovni výstupů.

Na základě požadavku Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 (Obecného nařízení), čl. 111, bude pro potřeby Výroční zprávy v roce 2019 funkčně nezávislou Evaluační jednotkou OP VVV provedeno vyhodnocení publicity a komunikačních aktivit OP VVV.

SKS ESIF ukládá jednotlivým ŘO prostřednictvím interního sběru dat a monitoringu sledovat míru naplňování minimálně 2 vybraných indikátorů výstupu popsanych v SKS ESIF³.

³ SKS – Tabulka 12: Sada indikátorů pro oblast publicity fondů EU



V roce 2019 bude ŘO OP VVV sledovat indikátory Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí, Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit, Počet vytvořených komunikačních nástrojů a Počet vytvořených informačních materiálů.

10.1 Hlavní indikátory

Tabulka č. 7: Plán plnění indikátorů výstupu na rok 2019 – dle SKS ESIF

Kód NČI	Název indikátoru	Měrná jednotka	Typ indikátoru	Předpokládané plnění/Definice a zdroj dat
82000	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí	Počet	Výstup	Předpokládané plnění v roce 2019: 81 (80x informační semináře, semináře pro žadatele a příjemce, semináře pro hodnotitele a 1x výroční konference) Definice: Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí, PR akcí, eventů, outdoor akcí a ostatní podobné aktivity, jejichž součástí je rozeslání pozvánky alespoň úzkému okruhu účastníků (přednášející, lektori, panelisté, VIP hosté atd.). Zdroj dat: ŘO OP VVV
80001	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	Počet	Výstup	Předpokládané plnění v roce 2019: 50 (7x event/veletrh, 1x soutěž, 1x výstava, mediální mix: 1x tisk, 1x on-line, 27x tisková zpráva, 12x testimonial) Definice: Ukazatel sleduje počet uskutečněných komunikačních aktivit typu: rozhlasový spot, soutěže, sponzoring, product placement, informační panely a výstavy, tiskové zprávy, tištěná nebo online inzerce apod. Jedná se o: 1) Ucelené kampaně na určité téma skládající se z více typů komunikačních aktivit, přičemž každý nástroj (tj. druh/typ nástroje) či aktivita bude počítána zvlášť. 2) Samostatné či jednorázové aktivity, které nejsou součástí takovéto ucelené kampaně. Zdroj dat: ŘO OP VVV
80103	Počet vytvořených komunikačních nástrojů	Počet	Výstup	Předpokládané plnění v roce 2019: 0 Definice: Ukazatel sleduje počet nově vytvořených komunikačních nástrojů napomáhajících zlepšení informovanosti, pozitivního vnímání či transparentnosti čerpání pomoci z ESI fondů, např. seznam příjemců, mapa projektů, webové stránky atd. Zdroj dat: ŘO OP VVV
80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Počet	Výstup	Předpokládané plnění v roce 2019: 19 (2x newsletter, 15x letáky, 2x brožura, plakáty a další propagační tiskoviny) Definice: Počet vytvořených tištěných, elektronických, propagačních a technických materiálů či podobných dokumentů určených pro všechny cílové skupiny. Indikátor sčítá počet unikátních materiálů, nikoli počet kusů ani aktualizací/verzí již existujících materiálů. Zdroj dat: ŘO OP VVV

Zdroj: vlastní zdroje



10. 2 Vedlejší indikátory

Vedlejší indikátory ŘO OP VVV stanovil nad rámec povinností pro účely vyhodnocení RKoP.

Komunikační nástroj	Vedlejší indikátor výstupu	Definice/zdroj dat	Plánovaná hodnota	Vysvětlení kvantifikace	Vedlejší indikátor výsledku	Definice/zdroj dat	Plánovaná hodnota	Vysvětlení kvantifikace
Přímá komunikace								
Konference	Počet uspořádaných konferencí	Počet konferencí OP VVV kompletně organizovaných ze strany ŘO OP VVV)/evidence ŘO	1	Výroční konference OP VVV	Počet účastníků konferencí	Celkový počet účastníků výroční konference/prezenční listina	250	Průměrná účast výroční konference OP VVV
Eventy (veletrhy a akce pro širokou veřejnost)	Počet eventů, kterých se v rámci propagace účastní zástupci ŘO OP VVV	Počet eventů/informačních akcí (např. veletrhy, výstavy) zaměřených na cílové skupiny komunikace OP VVV, kterých se v rámci propagace účastní zástupci ŘO OP VVV – osobně nebo poskytnutím propagačních předmětů a tiskovin/evidence ŘO OP VVV, webové stránky eventů	7	7 eventů/informačních akcí	Počet návštěvníků eventů/informačních akcí	Celkový počet návštěvníků eventů/informačních akcí/evidence nebo webové stránky organizátorů eventů; příp. evidence ŘO	200 000	Předpokládaný počet návštěvníků na plánovaných eventech (dle návštěvnosti předchozích ročníků)
Semináře, workshopy	Počet uspořádaných seminářů/workshopů	Počet seminářů/workshopů kompletně organizovaných ze strany ŘO OP VVV)/evidence ŘO	80	80 seminářů/workshopů	Počet účastníků na seminářích/workshopech	Celkový počet účastníků seminářů/workshopů (nikoliv unikátní počet)/prezenční listina	3200	Předpokládaná účast cca 40 osob na semináři/workshopu
Odborné osobní konzultace, FAQ – pro žadatele	Počet zodpovězených dotazů, FAQ k výzvě	Počet zodpovězených dotazů (osobně, telefonicky nebo e-mailem), FAQ k výzvě/evidence ŘO	N/A	Průměrný počet zodpovězených dotazů, FAQ k jednotlivým výzvě	Počet informovaných subjektů	Celkový počet informovaných subjektů	N/A	N/A



FAQ, odborné konzultace – obecné	Počet zodpovězených dotazů, FAQ obecného charakteru	FAQ, počet zodpovězených dotazů obecného charakteru/evidence ŘO, databáze dotazů ze schránky opvvv@msmt.cz	312	Průměrně 26 emailových dotazů ve schránce opvvv@msmt.cz měsíčně	Počet informovaných subjektů	Celkový počet informovaných subjektů	280	Předpokládaný počet informovaných subjektů – cca 1 % tazatelů pokládá prostřednictvím schránky opvvv@msmt.cz více než 1 dotaz
Publikační aktivity								
Publikace	Počet nových druhů tištěných publikací	Počet nových druhů informačních brožur, katalogů nebo jiných publikací, které svým charakterem napomáhají zvyšovat publicitu OP VVV/evidence ŘO, k archivaci 1ks	2	2 brožury OP VVV	Celkový počet distribuovaných výtisků	Celkový počet rozdaných výtisků cílovým skupinám OP VVV/evidence ŘO	2500	Polovina počtu brožur dle ZD na zajištění tiskových služeb pro OP VVV 2019-2021
Letáky, plakáty	Počet druhů letáků, plakátů	Počet druhů informačních letáků (A5, A4) a plakátů (velikost A2)/evidence ŘO, k archivaci 1ks	15	10 druhů letáků k jednotlivým výzvám + 5 dalších druhů letáků nebo plakátů	Celkový počet distribuovaných letáků, plakátů	Celkový počet rozdaných kusů letáků a plakátů/evidence ŘO	15 000	Část letáků a plakátů dle ZD na zajištění tiskových služeb pro OP VVV 2019-2021
Online komunikace								
Webové stránky, microsite	Počet zveřejněných informací na webové stránce/microsite OP VVV	Počet nových článků a aktualizací obsahu webu /evidence ŘO, redakční systém	325	Průměrně 325 nových článků a aktualizací obsahu webu/rok (cca 5 článků/aktualizací ke každé výzvě; tj. 85 + cca 20 článků/aktualizací měsíčně)	Počet unikátních návštěvníků webové stránky/microsite OP VVV	Počet unikátních uživatelů (na základě IP adres) webové stránky/microsite OP VVV/google analytics/redakční systém	20 000	Průměrně 20 000 unikátních uživatelů za rok (předpoklad dle návštěvnosti webů OP VaVpI a OP VK)
Online newsletter	Počet vydání online newsletterů	Počet čísel vydání online newsletterů/evidence ŘO	2	1 newsletter vydávaný pololetně	Počet distribučních emailových adres	Počet emailových adres v distribučním seznamu	8 000	8 000 emailových adres, na které bude newsletter zaslán
Mediální komunikace - reklama								
Tisková inzerce	Počet druhů tiskové inzerce	Počet druhů layoutů tiskové inzerce, vkladů, tematických příloh/předávací protokoly	20	Počet druhů tiskové inzerce v rámci propagace OP / konkrétních výzev dle zadávací dokumentace	Celková čtenost periodik s inzercí v TRPs	Kumulativní čtenost tištěných médií s umístěnou inzercí (vyjádřena v %)/postbuy analýza	N/A	Kumulativní čtenost tištěných médií s inzercí v TRPs/prodaný náklad (minimální požadavky stanovené smlouvou)



Internet	Počet druhů internetové reklamy	Počet druhů reklamních bannerů s možností prokliku na cílový web nebo microsite OP VVV/předávací protokoly	20	Počet reklamních bannerů v rámci propagace OP / konkrétních výzev dle zadávací dokumentace	Počet zobrazení bannerové nebo PPC reklamy	Celkové zobrazení internetové reklamy (prosté zobrazení /imprese/ – nikoliv unikátní)	48 mil.	Plánovaný nákup impresí
Komunikace s médii a PR								
Tiskové zprávy	Počet vydaných tiskových zpráv	Počet vytvořených textových sdělení pro média, která se týkají implementace OP VVV/web MŠMT	27	Průměrně 2 tiskové zprávy za měsíc	Počet mediálních výstupů	Počet všech mediálních (PR) výstupů, ve kterých je obsažen název OP (celý název nebo ve zkratce)/ Oddělení vnějších vztahů a komunikace MŠMT; ŘO OP VVV	135	Průměrně 5 mediálních výstupů z 1 TZ
Ostatní nástroje								
Propagační předměty	Počet druhů propagačních předmětů	Počet druhů propagačních předmětů (např. propiska, lanyard, flash disk apod.)/evidence ŘO, 1 ks k archivaci	20	20 druhů propagačních předmětů dle ZD na zajištění propagačních předmětů	Počet distribuovaných propagačních předmětů	Počet kusů distribuovaných předmětů cílovým skupinám publicity OP VVV/evidence ŘO	5 000	Průměrná distribuce 5000 kusů propagačních předmětů za rok (na seminářích, konferencích, eventech)
Tematické soutěže	Počet tematických soutěží	Počet tematických soutěží s cenami organizovaných ŘO/evidence ŘO	1	1 tematická soutěž	Počet účastníků soutěže	Počet účastníků soutěže z konkrétní cílové skupiny/evidence ŘO	N/A	Počet účastníků soutěže z konkrétní cílové skupiny (počítají se úspěšní i neúspěšní účastníci z cílové skupiny)
Putovní výstava	Počet zorganizovaných výstav	Počet výstav organizovaných ŘO	1	1 putovní výstava	Počet návštěvníků výstavy	Počet návštěvníků výstavy z konkrétní cílové skupiny/evidence ŘO	N/A	Počet návštěvníků výstavy z konkrétní cílové skupiny



Seznam zkratk

Tabulka č. 8: Seznam zkratk

ČR	Česká republika
DIKoP	Dlouhodobý interní komunikační plán
ESF	Evropský sociální fond
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
EFRR/ERDF	Evropský fond pro regionální rozvoj
EU	Evropská unie
FAQ	Často kladené dotazy (Frequently Asked Questions)
KSP	Komunikační strategie a publicita
NIDV	Národní institut pro další vzdělávání
MAS	Místní akční skupiny
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MPP	Metodický pokyn pro publicitu
MŠ, ZŠ, SŠ, VOŠ, VŠ	Mateřská škola, základní škola, střední škola, vyšší odborná škola, vysoká škola
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
MV	Monitorovací výbor
NKÚ	Nejvyšší kontrolní úřad
NOK	Národní orgán pro koordinaci
OP VaVpl	Operační program Výzkum a vývoj pro inovace
OP VK	Operační program Vzdělávání pro konkurenceschopnost
OP VVV	Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
PO1, PO2, PO3, PO4	Prioritní osa dle věcného zaměření
PSP	Pracovní skupina pro publicitu
RKoP	Roční komunikační plán
RLZ	Rozvoj lidských zdrojů
ŘO	Řídicí orgán
SKS ESIF	Společná komunikační strategie
TRP	Target rating points (1TRP = zasažení 1% dané cílové skupiny)
TP	Technická pomoc

Zdroj: vlastní zdroje

