

Na osnovu člana 36. Statuta Visoke škole za finansije i računovodstvo FINra Tuzla, Senat je na svojoj petnaestoj redovnoj sjednici održanoj dana 07.07.2018. godine donio:

STRATEGIJU KOMUNICIRANJA NA VISOKOJ ŠKOLI ZA FINANSIJE I RAČUNOVODSTVO FINra

I Uvod

Razmjena informacija sa javnošću i ključnim sudionicima u privredi od izuzetnog su značaja za ostvarivanje postavljenih ciljeva Visoke škole za finansije i računovodstvo FINra (u daljem tekstu: Visoka škola) i kao takva komunikacija je zasnovana na principima transparentnosti, otvorenosti, ažurnosti, istinitosti i dosljednosti.

Visoka škola će ostvarivati jedan efikasan i otvoren dijalog sa zainteresiranim stranama u javnosti kao što su: studenti, partneri, institucije, preduzeća, nevladin sektor, mediji, radnici i druge osobe koji imaju interesa za informacijama koje objavljuje Visoka škola.

Pouzdana infrastruktura informacione komunikacijske tehnologije je ključna za uspjeh ove Strategije komunikacije. Prema tome, od izuzetnog je značaja postojanje funkcionalne internet stranice, jer je internet glavno sredstvo komunikacije sa Visokom školom, odakle se informacije prosljeđuju studentima i javnosti.

II Osnovni ciljevi Strategije komunikacije

Cilj komunikacije jeste da komunikacijsku kulturu učini boljom uz primjenu principa etike, iskrenosti, tolerancije, transparentnosti, iskrenosti, efikasnosti, održivosti, precizniji i profesionalniji odnos u zadacima koje Visoka škola preuzima u sistemu obrazovanja.

Pod navedenim podrazumijeva se da profesionalna komunikacija treba da obuhvata i koristi jednostavan jezik tako da izjave budu formulisane na veoma jasan način da primalac poruke istu može jednostavno shvatiti. Čitava komunikacija treba da jasno izražava cilj poruke i treba imati u vidu kontekst u okviru koje se ista šalje. Komunikacija treba da poštuje osnovne vrijednosti i ljudska prava poštivajući principe strategije obrazovanja i druge principe i propise vezane za sistem obrazovanja.

Osnovni ciljevi Strategije komunikacije Visoke škole su:

Razvijanje prepoznatljivosti Visoke škole: Ova Strategija ima za cilj da kreira, razvije i održava jak identitet Visoke škole koji podržava komunikaciju sa različitim kategorijama javnosti, kao i da štiti ugled i prepoznatljivost Visoke škole. Prepoznatljivost Visoke škole se treba dalje razvijati kako bi podržavala dalje planove rukovodstva na proširenju kapaciteta i poboljšanju uslova studiranja kao i primanju većeg broja studenata.

Akademsko i neakademsko osoblje: Strategija ima za cilj da osigura da svi članovi osoblja Visoke škole budu obaviješteni o viziji, ciljevima i strategiji Visoke škole. Putem redovnih sastanaka, obavljat će se konsultacije sa osobljem, koji će biti uključeni u stvaranje Strategije,

i od kojih će se redovno tražiti mišljenje i komentari. Dobra komunikacija između osoblja podrazumijeva usklađivanje mišljenja, stvaranje novih ideja i projekata, a dovodi do uspješnijeg rada Visoke škole, veće efikasnosti i postizanja željenih rezultata. Međusobna komunikacija u kojoj osoblje dobja informacije o aktuelnim događanjima na Visokoj školi predstavlja jedan od najvažnijih oblika komunikacije. Za osoblje su te informacije važne jer bez njih ne mogu kvalitetno obavljati svoj posao, a samim time teže doprinose ostvarenju ciljeva Visoke škole.

Studenti: Cilj Strategije je da osigura da svi studenti budu informirani na adekvatan i efikasan način. Također ima za cilj da uključi studente u donošenje odluka ove ustanove i da od njih redovno dobija mišljenje i komentare, kao i da oni na konstruktivan način doprinose planovima Visoke škole. Od velikog značaja za razvijanje strategije i uspostavljanje dobre komunikacije jeste i evaluacija kvaliteta izvođenja nastave, koja se odvija na Visokoj školi svake godine po unaprijed utvrđenom planu. Evaluacija kvalitete izvođenja nastave provodi se iz razloga što su studenti glavni izvor informacija o radnom okruženju na nastavi, sposobnosti predmetnog nastavnika da motivira studente za kontinuirano učenje, kao i informacije o odnosu i načinu komunikacije student-nastavnik.

Potencijalni budući studenti i zaposlenici: Strategija ima za cilj da reklamira Visoku školu potencijalnim budućim studentima i njihovim porodicama na različite načine, među kojima su lični kontakti i produkcija visoko kvalitetnog štampanog i elektronskog promotivnog materijala. Materijal pruža odgovarajuće i tačne informacije o direktoru Visoke škole, kontakti informacija (adresa, broj telefona, faks i e-maila, web stranica), o studiju I ciklusa (stečeno zvanje po završetku studija, način studiranja, uslovi upisa, prijemni ispit, komparativne prednosti u odnosu na druge fakultete), kratak opis planova i programa, te sažetak o Visokoj školi, napomene i fotografije.

Predstavnici vlasti i lokalne zajednice: Ciljevi strategije su da se razvije i održi dijalog, kao i da se potiču odnosi sa predstavnicima opštinskih, gradskih, kantonalnih, federalnih i državnih organa Bosne i Hercegovine, odnosno gradonačelnika, ministara i drugih dužnosnika. Ciljevi strategije su da pokažu relevantnost Visoke škole u društvenom životu.

Ciljevi Strategije komuniciranja su i:

- Prezentacija Visoke škole i Bolonjskog sistema obrazovanja,
- Poticanje upisa novih studenata,
- Blagovremeno informisanje upisanih studenata,
- Održavanje trajnih veza sa diplomantima,
- Tačno i pravovremeno informisanje javnosti,
- Stvaranje prepoznatljivog brenda Visoke škole,
- Studiranje na osnovu kvalitete nastavnog programa i nastavnog osoblja,
- Stvaranje imidža vodeće privatne Visoke škole u BiH,
- Atmosfera povjerenja i lojalnosti između zaposlenika Visoke škole.

III Osnovni principi strategije

Osnovni principi Strategije komuniciranja Visoke škole zasnovane su na :

- Transparentnoj dvosmjernoj komunikaciji,
- Intenzivnoj komunikaciji sa studentima i preduzećima,
- Jasnim, razumljivim i pravovremenim oblicima komunikacije,
- Publikacijama u skladu sa obrazovnim imidžom Visoke škole,
- Porukama u skladu sa osnovnim načelima obrazovne aktivnosti Visoke škole,
- Transparentnosti u svim aktivnostima i dostignućima,
- Nepriistrasnoj komunikaciji,
- Komunikaciji dizajniranoj u cilju pomoći u ostvarenju postavljenih zadataka Visoke škole,
- Dvosmjernoj i blagovremenoj komunikaciji među zaposlenicima.

IV Odgovornost za provođenje Strategije komuniciranja

Za implementaciju Strategije komuniciranja zaduženi su Senat, direktor Visoke škole, menadžer za IT i E-marketing, te svi drugi radnici koji u ime Visoke škole komuniciraju sa studentima, partnerima, saradnicima i drugim zainteresiranim osobama.

V Komuniciranje sa ciljnim grupama

Komuniciranje sa studentima

U ciljnoj skupini studenata razlikujemo tri grupe:

- Upisani,
- Potencijalni zainteresirani studenti,
- Diplomanti.

Komuniciranje sa postojećim studentima ostvaruje se kroz usmenu komunikaciju akademskog kadra tokom izvođenja nastave i zaposlenika studentske službe prilikom službenih zahtjeva, kao i komunikacije putem elektronske pošte i službene web stranice.

Sa potencijalnim studentima komuniciranje se vrši putem web stranice, promotivnog materijala, oglasa u medijima, usmenim prezentacijama koje se organiziraju u srednjim školama i sajmovima, posjetama radnim organizacijama i institucijama.

Visoka škola za svaku akademsku godinu priprema promotivnu kampanju za upis novih studenata. U toku promotivne kampanje zaposlenici Visoke škole rade na izradi promotivnog materijala te po potrebi angažuju stručni kadar i agencije za oglašavanje i izradu promotivnih materijala.

Komuniciranje sa institucijama, nevladinim sektorom i preduzećima

Visoka škola prilikom organiziranja značajnih događaja (kao što su: Seminari kontinuirane profesionalne edukacije KPE, Međunarodni Simpoziji u izvođenju konsultantske kuće FINconsult, osnivača Visoke škole), poziva predstavnike različitih institucija i ustanova,

ministarstava i preduzeća kao i predstavnike nevladinog sektora. Osim u ovim, komunikacija sa institucijama, nevladinim sektorom i preduzećima se ostvaruje u vezi sa svim aktivnostima koje organizira Visoka škola. Komunikacija se ostvaruje i kroz saradnju koja je postignuta sporazumima o poslovnom povezivanju i saradnji. Kroz ove sporazume učesnici sporazuma usaglasili su se da njihova dugoročna saradnja obuhvati sve oblike povezivanja visokoškolskog obrazovanja, nauke, struke i privrede radi ostvarivanja i obezbjeđivanja zajedničkih interesa od vitalne važnosti za obostrani razvoj. Zahvaljujući ovim oblicima komunikacije studenti Visoke škole obavljaju praksu u institucijama i preduzećima sa kojima je Visoka škola ostvarila navedene oblike saradnje.

Komuniciranje sa medijima

Visoka škola u zavisnosti od značaja događaja organiziranih na Visokoj školi (Seminari, Simpozij, posjete gostiju, predavanja i slično) pozivom medija obavještava i javnost o navedenim aktivnostima. Osim navedenih događaja, Visoka škola komunikaciju sa medijima ostvaruje i kroz razne vidove oglašavanja i promocije, te na taj način vrši distribuciju svih značajnih informacija o Visokoj školi, a koje treba da rezultiraju uspisom što većeg broja studenata i proširivanju kapaciteta Visoke škole. Za komunikaciju sa medijima zadužen je menadžer za IT i E-marketing. Visoka škola u komunikaciji sa medijima koristi različite medije i načine oglašavanja i promocije u svrhu poslovnog oglašavanja.

Komuniciranje između radnika Visoke škole

Komuniciranje među zaposlenicima Visoke škole je svakodnevno i odvija se usmenim dogovorom, telefonski, elektronskom poštom, te održavanjem radnih sastanaka. Komunikacija među zaposlenicima sastavni je dio socijalne interakcije. Efikasna komunikacija između zaposlenih neophonda je zbog dobrog funkcionisanja u odnosima direktor-radnici. Nadalje, dobra komunikacija potrebna je u ostvarivanju što veće produktivnosti rada, jačaja morala radnika, njihovu motivaciju i što veću posvećenost izvršavanju radnih zadataka.

Broj: 2-24-1/18

Datum: 07.07.2018. godine



PREDSJEDAVAJUĆI SENATA

Ismet Kalić
Doc.dr. Ismet Kalić