**Komunikační dispozice Masarykovy univerzity**

**Hlavní univerzitní komunikační nástroje**

1. Webová prezentace

* www.muni.cz
* www.muni100.cz (speciální microsite webu www.muni.cz)

1. Univerzitní časopis (tištěný i elektronický)

* speciální lednové číslo věnované oslavám 100. výročí s programem
* široká distribuce po celé období oslav (leden – červen)

1. Sociální sítě

Tiskový odbor Masarykovy univerzity spravuje centrální profily na sociálních sítích. Stejné druhy sociálních sítí jsou pak ve správě jednotlivých fakult a univerzitních pracovišť.

* Facebook (fungující profil Masarykova univerzita + nově založený profil MUNI 100)
* Instagram
* Youtube
* Twitter
* LinkedIn

1. Vnitřní centrální komunikační sítě a systémy

* Informační systém (komunikace se studenty)
* Yammer (komunikace se zaměstnanci)
* Outlook (komunikace se zaměstnanci)

1. Newslettery

* pravidelné NL zaměstnancům
* pravidelné NL absolventům (databáze cca 20 tis. kontaktů)

**Mediální partnerství uzavřené pro účely oslav 100. výročí založení Masarykovy univerzity**

Česká televize

Mediální partnerství Masarykovy univerzity s Českou televizí zahrnuje:

1. televizní spoty (stopáž 30 s)

Struktura televizních spotů je navržena následovně:

* 100 příběhů Masarykovy univerzity (10 spotů)

Komunikační cílem první části spotů je představit, že Masarykova univerzita slaví sté výročí. Ve druhé části spotů bude vždy představen jeden vybraný příběh v příslušné kategorii (Muni pomáhá, Muni, objevuje atd.)

Stopáž: 15/15 s nebo 20/10 s

* pozvánka na festival MUNI 100 (1 spot)

Komunikačním cílem první části spotu je představit, že Masarykova univerzita slaví 100. výročí založení. Ve druhé části spotu bude komunikována pozvánka na Festival MUNI 100.

Stopáž: 15/15 s nebo 20/10 s

1. pozvánky a rozhovory v pořadech ČT
2. odvysílání speciálního dokumentu o Masarykově univerzitě (produkce České televize)

* premiéra v období kolem 28. ledna 2019 na ČT2

1. ukázka přenosového vozu na festivalu

Český rozhlas

Mediální partnerství Masarykovy univerzity s Českým rozhlasem zahrnuje:

* rubriky určené výročí s historickým audio materiálem z archivu Českého rozhlasu
* rozhovory, zpravodajství

Nakladatelství Vltava Labe Media a.s.

Mediální partnerství Masarykovy univerzity s nakladatelstvím VLM zahrnuje:

* inzerce
* speciální vklad (příloha Deníku, náklad min 30 tis.)

**Další plánované komunikační nástroje**

* tramvaj (páteřní linka) s celoplošným polepem a pronájmem vnitřního reklamního prostoru

(celý rok 2019)