

# PŘIPRAV SE PŘEVZÍT SVĚT! Spouštíme nový spot v rámci náborové kampaně

23.9.2024 - | Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

**Každý rok univerzity po celé České republice využívají náborové kampaně, aby přilákaly pozornost potenciálních uchazeček a uchazečů a motivovaly je k podání přihlášky do jejich studijních programů.**

Nedílnou součástí těchto kampaní jsou náborové spoty, prostřednictvím kterých marketingová oddělení oslovují cílové skupiny. My jsme se rozhodli jít cestou autentického příběhu, jenž zobrazuje starostlivou matku, která se loučí s dcerou, co se chystá na vysokou školu.

„Spot nejen že představuje nadstandardní akademické prostředí UTB, ale také zdůrazňuje klíčové hodnoty univerzity: otevřenost, diverzitu a podporu individuality. Ukazuje, že UTB je místem pro všechny, kteří chtějí růst, překonávat překážky a nevzdávat se,“ uvedla prorektorka pro vnitřní a vnější vztahy, Ing. Martina Juříková, Ph.D.

Kanclérka a vedoucí Odboru marketingu a komunikace, Ing. Andrea Kadlčíková, k tomu dodává: „Na UTB se vždy snažíme dělat věci jinak a tento spot je toho důkazem. Chtěli jsme ukázat, že jsme nejen moderní vzdělávací instituce, ale i místo, kde může být každý sám sebou. Jsme hrdí na to, že můžeme naše studentky a studenty podporovat v jejich osobním i profesním rozvoji.“

Do hlavní role spotu byla obsazena herečka Eva Zítková, která ztvárňuje studentku. Její matku, jež jí poskytuje klíčové životní rady, si zahrála Petra Bučková. Ta je již se Zlínem spojena prostřednictvím populárního českého seriálu *Sex O'Clock*.

„Petru jsme do role matky obsadili záměrně. Miluje Zlín a jeho prostředí, a mnoho mladých diváků si ji s tímto městem spojuje,“ doplňuje Ing. Andrea Kadlčíková.

Na výrobě spotu, který trvá necelou minutu, spolupracoval univerzitní marketingový tým s kreativním ředitelem zlínské komunikační agentury Fairy Tailors, Markem Nieslanikem, a produkční agenturou Filmagix.

Premiéra spotu proběhla v neděli 22. září večer na sociálních sítích a webových stránkách univerzity.

Každý rok univerzity po celé České republice využívají náborové kampaně, aby přilákaly pozornost potenciálních uchazeček a uchazečů a motivovaly je k podání přihlášky do jejich studijních programů. Nedílnou součástí těchto kampaní jsou náborové spoty, prostřednictvím kterých marketingová oddělení oslovují cílové skupiny. My jsme se rozhodli jít cestou autentického příběhu, jenž zobrazuje starostlivou matku, která se loučí s dcerou, co se chystá na vysokou školu.

„Spot nejen že představuje nadstandardní akademické prostředí UTB, ale také zdůrazňuje klíčové hodnoty univerzity: otevřenost, diverzitu a podporu individuality. Ukazuje, že UTB je místem pro všechny, kteří chtějí růst, překonávat překážky a nevzdávat se,“ uvedla prorektorka pro vnitřní a vnější vztahy, Ing. Martina Juříková, Ph.D.

Kanclérka a vedoucí Odboru marketingu a komunikace, Ing. Andrea Kadlčíková, k tomu dodává: „Na UTB se vždy snažíme dělat věci jinak a tento spot je toho důkazem. Chtěli jsme ukázat, že jsme nejen moderní vzdělávací instituce, ale i místo, kde může být každý sám sebou. Jsme hrdí na to, že můžeme naše studentky a studenty podporovat v jejich osobním i profesním rozvoji.“

Do hlavní role spotu byla obsazena herečka Eva Zítková, která ztvárňuje studentku. Její matku, jež jí poskytuje klíčové životní rady, si zahrála Petra Bučková. Ta je již se Zlínem spojena prostřednictvím populárního českého seriálu *Sex O'Clock*.

„Petru jsme do role matky obsadili záměrně. Miluje Zlín a jeho prostředí, a mnoho mladých diváků si ji s tímto městem spojuje,“ doplňuje Ing. Andrea Kadlčíková.

Na výrobě spotu, který trvá necelou minutu, spolupracoval univerzitní marketingový tým s kreativním ředitelem zlínské komunikační agentury Fairy Tailors, Markem Nieslanikem, a produkční agenturou Filmagix.

Premiéra spotu proběhla v neděli 22. září večer na sociálních sítích a webových stránkách univerzity.

<https://www.utb.cz/aktuality-akce/priprav-se-prevzit-svet-spoustime-novy-spot-v-ramci-naborove-kam-pane>