

## Informace k realizaci výstupu KA1-KA3 – zelené dovednosti dle ESCO

Příslušnost ke komponentě NPO	7.4 Národní plán obnovy pro oblast vysokých škol pro roky 2023–2025
Příslušnost k reformě NPO	7.4 Transformace vysokých škol s cílem přizpůsobit se měnícím se potřebám trhu práce, Reforma č. 1
Identifikace opatření	Výzva k předkládání návrhů projektů v rámci Národního plánu obnovy pro oblast vysokých škol pro roky 2023–2025
Název vysoké školy	Vysoká škola ekonomická v Praze
Registrační číslo projektu	NPO_VSE_MSMT-2146/2024-5

## Zelené dovednosti dle ESCO

Základní informace	
Typ klíčové aktivity	<input type="checkbox"/> KA1 – Akreditace nových studijních programů <input type="checkbox"/> Bakalářský studijní program <input type="checkbox"/> Magisterský studijní program <input type="checkbox"/> Doktorský studijní program  <input checked="" type="checkbox"/> KA2 – Tvorba nových předmětů ve stávajících studijních programech <input type="checkbox"/> KA3 – Kurzy ČŽV <input type="checkbox"/> Kurz je zakončen mikrocertifikátem
Jméno, příjmení a funkce zpracovatele	doc. Mgr. Zuzana Chytková, Ph.D.
Název studijního programu/ předmětu/ kurzu ČŽV	Sociální marketing
Stručný popis obsahu studijního programu/ předmětu/ kurzu ČŽV, včetně uplatnění absolventa na trhu práce.	<p>Kurz se zaměřuje na využití marketingových technik k řešení celospolečenských problémů. Studenti se naučí, jak marketingové koncepty a nástroje ovlivňují chování lidí ve prospěch jednotlivce i společnosti. Kurz rozšiřuje znalosti v oblasti sociálního marketingu, jeho principů, etiky a rozdílů oproti komerčnímu marketingu. Důraz je kladen na inovativní přístupy, jako je behaviorální ekonomie, nudging, situační analýzy (SWOT, PESTLE), segmentace cílových skupin a výzkumné metody. Studenti si osvojí schopnost navrhnout a prezentovat sociálněmarketingový plán, pracovat v týmu a reagovat na zpětnou vazbu.</p> <p>Kurz rozvíjí klíčové dovednosti pro návrh, realizaci a evaluaci sociálněmarketingových programů. Absolventi budou schopni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vysvětlit principy sociálního marketingu,</li> <li>• navrhnout program zaměřený na změnu konkrétního chování,</li> <li>• využít teorie změny chování,</li> <li>• měřit dopad programu,</li> <li>• prezentovat plán zadavatelům či investorům.</li> </ul>



	Kurz „Sociální marketing“ tak rozšiřuje obzory studentů a zvyšuje jejich konkurenceschopnost na trhu práce.
Jakým způsobem a kým byl studijní program/ předmět/ kurz CŽV schválen? Stručně popište.	V souladu s interními předpisy VŠE byl předmět schválen Akreditační radou FPH 6.11.2024.
Datum akreditace/ schválení	6.11.2024
Odkaz na webovou stránku programu/předmětu/kurzu CŽV	x
<b>Zelené dovednosti dle ESCO</b> (nutné uvést alespoň jednu zelenou dovednost)	
Název a kód zelené dovednosti č. 1	S1.6.2 Propagovat udržitelnost
Stručný popis jak konkrétně daný studijní program/předmět/kurz CŽV rozvíjí zelenou dovednost?	Kurz „Sociální marketing“ rozvíjí dovednost „propagovat udržitelnost“ tím, že studenty vybavuje znalostmi a dovednostmi potřebnými k využívání marketingových technik k řešení celospolečenských problémů, včetně těch environmentálních. Studenti se učí, jak navrhovat a implementovat sociálněmarketingové programy, které mohou propagovat udržitelné chování ve společnosti. Kurz se zaměřuje na aplikaci teorie změny chování, která je klíčová pro propagaci udržitelnosti u široké veřejnosti, kolegů a dalších odborníků. Pomocí konkrétních technik, jako je „nudging“, analýza cílových skupin a použití výzkumných metod, se studenti učí, jak efektivně propagovat koncepty udržitelnosti a inspirovat k jejich přijetí.
Jaký bude přínos zelené dovednosti ve výsledcích učení a v praxi?	Dovednost „propagovat udržitelnost“ v kurzu "Sociální marketing" přináší zásadní přínos jak ve výsledcích učení, tak v praxi. Absolventi kurzu jsou schopni navrhovat a implementovat sociálněmarketingové kampaně, které motivují jednotlivce a organizace k přijetí udržitelných praktik. V praxi jsou schopni efektivně propagovat udržitelnost u široké veřejnosti, kolegů a odborníků prostřednictvím různých komunikačních kanálů, včetně prezentací, workshopů a výstav. Také mají dovednosti v oblasti měření efektivity a dopadu těchto kampaní, což jim umožňuje optimalizovat přístupy a dosáhnout co největšího vlivu na chování cílové skupiny. Tato dovednost zlepšuje konkurenceschopnost absolventů v oblasti marketingu zaměřeného na udržitelnost a přispívá k širšímu prosazování udržitelných řešení ve společnosti.
Název a kód zelené dovednosti č. 2	
Stručný popis jak konkrétně daný studijní program/předmět/kurz CŽV rozvíjí zelenou dovednost?	

Jaký bude přínos zelené dovednosti ve výsledcích učení a v praxi?	<i>S ohledem na profil absolventa programu/účastníka kurzu/předmětu</i>
Název a kód zelené dovednosti č. 3	
Stručný popis jak konkrétně daný studijní program/předmět/kurz ČŽV rozvíjí zelenou dovednost?	
Jaký bude přínos zelené dovednosti ve výsledcích učení a v praxi?	<i>S ohledem na profil absolventa programu/účastníka kurzu/předmětu</i>

Přílohy

*Například: (akreditační spis, sylabus, průzkum potřeby zelené dovednosti na trhu práce, analýzy atd.)*



