

Divadelní fakulta JAMU hledá kolegu / kolegyni na pozici Vedoucí Oddělení vnějších vztahů (zástup za MD/RD)

Hledáme člověka, který převeze odpovědnost za komunikaci a prezentaci Divadelní fakulty JAMU navenek a za koordinaci práce Oddělení vnějších vztahů. Pozice propojuje koncepční práci s každodenní komunikační, marketingovou a PR agendou fakulty.

Hledáme někoho, kdo se orientuje v současné komunikaci a digitálním prostředí, dokáže propojovat koncepční uvažování s praktickou realizací, koordinovat lidi a projekty a nastavovat priority. Důležitý je pro nás také zájem o prostředí kultury, umění a vysokého školství.

Náplň práce

- vedení Oddělení vnějších vztahů a koordinace jeho agend a spolupracovníků;
- spolupráce na tvorbě a realizaci marketingové a komunikační strategie DF JAMU;
- plánování a koordinace vnější komunikace fakulty;
- plánování a koordinace vnější komunikace fakulty;
- správa a aktualizace obsahu webových stránek fakulty v rámci agendy oddělení;
- plánování, tvorba a koordinace komunikace na sociálních sítích;
- plánování a vyhodnocování online kampaní a práce s analytickými nástroji;
- koordinace tvorby PR a propagačních materiálů;
- dohled nad dodržováním jednotného vizuálního stylu;
- spolupráce s fakultními divadly, ateliéry a dalšími pracovišti při propagaci jejich aktivit;
- spolupráce s obdobnými pracovišti Hudební fakulty a rektorátu JAMU;
- komunikační a organizační podpora akcí fakulty, konferencí, hostování a dalších projektů;
- administrativní a ekonomická agenda oddělení, zejména příprava, čerpání a kontrola rozpočtu, objednávky a účetní doklady, stipendia a práce se spisovou službou navenek.

Očekáváme:

- zkušenost v oblasti PR, marketingu, komunikace, médií nebo příbuzné oblasti;
- zkušenost s koordinací lidí nebo projektových týmů;
- schopnost spolupracovat v týmu a současně samostatně dotahovat vlastní úkoly;
- výborné komunikační a organizační schopnosti;
- velmi dobrou schopnost písemného vyjadřování v češtině;
- dobrou orientaci v prostředí sociálních sítí, webové komunikace a online marketingu;
- schopnost plánovat, stanovovat priority a pracovat na více projektech současně;
- schopnost spolupracovat s různými profesními skupinami;
- znalost angličtiny umožňující běžnou pracovní komunikaci.

Výhodou: zkušenost z kulturního, uměleckého, vzdělávacího nebo neziskového prostředí, práce s analytikou webu a sociálních sítí nebo zkušenost s přípravou komunikačních či marketingových strategií.

Nabízíme:

- plný pracovní úvazek a stabilitu renomované akademické instituce (jedná se o zástup za čerpání MD/RD) sídlící v historickém centru Brna;
- plat dle Vnitřního mzdového předpisu JAMU – 8. mzdová třída;
- zaměstnanecké benefity - 30 dnů dovolené, stravenková karta, multisport karta, jazykové a vzdělávací kurzy, příspěvek na penzijní připojištění

- práci v prostředí umělecké vysoké školy a možnost podílet se na komunikaci a prezentaci Divadelní fakulty JAMU

Předpokládaný nástup: listopad 2026 nebo dohodou.

K přihlášce přiložte:

1. **strukturovaný profesní životopis;**
2. **motivační dopis** v rozsahu maximálně 1 normostrany, ve kterém stručně popíšete svou motivaci pro práci na DF JAMU a můžete rovněž stručně pojmenovat příležitosti, které vidíte v současné vnější komunikaci fakulty;
3. **vypracování praktického úkolu** uvedeného níže v rozsahu maximálně 2 normostran;
4. volitelně **portfolio nebo odkazy na vybrané realizované projekty**

Přihlášky zasílejte nejpozději do 18. 10. 2026 na adresu: vikova@jamu.cz.

První kolo výběrového řízení se uskuteční nad zaslanými materiály bez účasti uchazečů, vybraní uchazeči budou pozváni k osobnímu pohovoru ve druhém kole, které se bude konat 23. 10. 2026 od 13:00 hod.

V Brně dne 2. 10. 2026

Vaše osobní údaje budou zpracovány v souladu s nařízením EU 2016/679 (GDPR). Informace, které nám poskytnete, budou použity výhradně pro účely výběrového řízení na danou pozici. Vaše data budou uchována po dobu nezbytnou pro účely výběrového řízení, nejdéle však 6 měsíců od data jejich poskytnutí.

Praktický úkol: Řešení modelové situace

Je pondělí ráno. Stážistka na sociální síti je tento týden nemocná. K dispozici je interní grafik, obvykle odpovídá do dvou hodin. Ve schránce máte tyto zprávy:

- *proděkanka:* „Od příštího roku otevíráme nový navazující program pro Ateliér Divadelní produkce. Tento týden to potřebujeme dostat ven do všech kanálů. Pošlete mi prosím do středy plán.“
- *Ateliér scénografie:* „Zítra v 18:00 máme vernisáž výstavy studentů a nemáme plakát ani pozvánku. Šlo by to ještě dnes?“
- *redaktor regionálního deníku:* „Píšu článek o tom, že klesá zájem o studium herectví. Můžete mi do 12:00 poslat počty uchazečů a krátký komentář fakulty?“
- *kolega ze studijního:* „Na webu je u přijímaček chybný termín uzávěrky přihlášek.“
- *kolegyně z rektorátu:* „Připomínáme, že do dnešních 14:00 potřebujeme tři akce fakulty do celoškolského newsletteru.“
- *agentura:* „Známa influencerka by ráda natočila na fakultě video o studiu herectví. Dáte nám vědět co nejdřív?“
- *komentář na sociálních sítích:* Na Facebooku a Instagramu se od včerejška šíří krátký sestřih ze zkoušky studentské inscenace s citlivým tématem (psychické zdraví mladých lidí). Je vytržený z kontextu. Pod ním přibývají kritické komentáře typu „Tohle se platí z veřejných peněz?“. Video má přes 20 000 zhlédnutí a sdílí ho i pár známějších profilů. Premiéra je v pátek.
- *student:* „Můžete prosím sdílet crowdfunding na můj absolventský projekt? Končí za tři dny.“

Co odevzdáte (celkem max. 2 normostrany):

A) Pořadí a postup. Seřadte zprávy podle toho, jak se jim budete věnovat. U každé ve zkratce uveďte, co uděláte: vyřeším sám/sama, deleguji (komu), přepošlu (komu), odložím, nebo odmítnu. Přidejte i krátké zdůvodnění.

B) Plán komunikace nového studijního programu. Ve 3–5 bodech navrhnete základní postup: cílové skupiny, hlavní sdělení, komunikační kanály, pořadí a časování komunikace. Stručně uveďte, co byste zajistil/a vlastními silami a co byste zadal/a dalším spolupracovníkům.