



## ZPŮSOBY PROPAGACE TÁBORNICKÝCH ŠKOL

Propagaci TŠ provádíme po více liniích, které jsou vzájemně provázané. Pro každý způsob propagace uvádíme jiné informace a jinak je strukturujeme.

- 1) OSOBNÍ PROPAGACE
- 2) WEBOVÉ STRÁNKY TÁBORNICKÝCH ŠKOL
- 3) LETÁK TŠ

Nejefektivnější způsob získávání účastníků TŠ je osobní propagace vedoucích a instruktorů TŠ. K rozšíření a provázání informací mezi táborečnickými oddíly pomáhají také informace od čerstvých absolventů TŠ.

Tyto informace mají za cíl aby se budoucí účastník akce podíval na webové stránky táborečnických škol, kterého nemotivují k přihlášení.

### OSOBNÍ PROPAGACE

Je neúčinnějším způsobem propagace. Vytipovaný lidem rozdáváme motivační letáky TŠ s patřičným osobním komentářem.

Pokud rozesíláme motivační (a třeba i informační) leták emailem, doprovodíme standardní pozvánku stručným osobním komentářem o tom, proč zrovna dotyčný člověk (popř. táborečnický oddíl) by mohl mít o akci zájem.

### WEBOVÉ STRÁNKY TÁBORNICKÝCH ŠKOL

Webové stránky jsou v současnosti převažující formou propagace. Ostatní způsoby propagace směřují k tomu, aby se potenciální frekventant TŠ podíval na webové stránky a doplnil si své informace o akci.

Stránky akce by měly obsahovat všechny důležité informace, měly by však být přehledně uspořádány, aby se v nich zájemce při první návštěvě neztratil (raději vytváříme stránky jednoduché, střídme, úderné – avšak kvalitní).

#### **Informace, které by měly být uvedeny na webových stránkách TŠ:**

**Termín:** kdy se akce koná (když uvedeme i den v týdnu, je to přehlednější)

**Cílová skupina (předpoklady pro přijetí):** pro koho je akce určena (věk, charakteristika vítaných zkušeností, požadované schopnosti), z propagace by mělo být zřejmé, že účastníkem TŠ může být také člověk, který zatím není členem ČTU.

**Přihlašování:** do kdy je potřeba se přihlásit, jakým způsobem se přihlašuje (e-mail + stránky).

**Organizátoři:** název a logo organizace (ČTU), uvádíme také jméno a e-mail na hlavního vedoucího TŠ.

**Základní charakteristika akce:** jaké je téma akce (táborečnická škola), co se na ní zhruba bude dít (rozšíření táborečnických dovedností a zkušeností, navázání kontaktů s lidmi podobného smýšlení).

**Cena:** alespoň přibližná

**Kontakt pro dotazy a upřesnění:** jméno a e-mail, telefon na hlavního vedoucího akce. Nezaškodí kontakty na instruktory TŠ – doplnění informací od stejné věkové skupiny.

**Kde se akce koná:** tábořiště (mapa cesty + GPS souřadnice tábořiště).

**Potřebné vybavení frekventantů:** pokud není třeba žádné „specifické“ vybavení, posíláme informace o vybavení až účastníků, kteří se přihlásí.

**Motivační informace:** citáty, ilustrace, odkazy na podobné akce (zejména ostatní TŠ), fotky z předcházejících TŠ, odkazy na zdroje související s tématem (tee-pee, přežití...).

### **Provázanost stránek s ostatními stránkami TŠ a ČTU:**

Na prvních místech v „Odkazech“ by měla být akce podobného charakteru (další TŠ). Mezi prvními odkazy by měl být také oficiální web ČTU ([www.tabornici.cz](http://www.tabornici.cz)).

Akce oblastního charakteru (OTS) by měly mít na svých stránkách odkaz na web oblasti ve které TŠ probíhá.

Odkazy na stránky zabývající se odbornou tematikou, která se přednáší na TŠ, by měly být na stránkách TŠ také uveřejněny (pokud existují). Přednášející by měl při své přednášce na tyto své odborné prameny čerpání upozornit.

Odkazy na stránky tábornických klubů z kterých pocházejí absolventi TŠ mohou být na stránkách také umístěny.

Všechny tyto odkazy by měly být zpětně propojeny (odkaz ze stránky A na stránku B, a na oplátku by měl být podobný odkaz ze stránky B na stránku A).

## **LETÁK TŠ**

Hlavním cílem letáku by mělo být přimět potenciálního frekventanta, aby se podíval na webové stránky TŠ.

Rozlišujeme 2 základní formy letáku, „Motivační leták“ a „Informační leták“.

### **Motivační leták**

Leták musí být zajímavý a upoutat v záplavě dalších letáčků. Tento leták může být informačně řídký a neměl by obsahovat všechny informace o akci. Stačí jen ty nejdůležitější.

**Motivační informace:** fotky, hesla, citáty...

**Základní charakteristika akce:** tábornická škola,

**Termín:** přibližný termín akce (posledních 14 dní v srpnu)

**Kde se akce koná:** tábořiště (stačí jen název bez souřadnic nebo mapy).

**Kontakt pro dotazy a upřesnění:** internetové stránky akce, e-mail na hlavního vedoucího akce

### **Informační leták**

Leták má za úkol předat budoucím účastníkům podrobné informace o akci a kontakty na případné dotazy.

**Kde se akce koná:** tábořiště (mapa cesty + GPS souřadnice tábořiště).

**Termín:** kdy se akce koná, uvádíme i den v týdnu

**Cena:** kolik (+ kdy se vybírají peníze)

**Předpoklady pro přijetí: ):** pro koho je akce určena (věk, charakteristika vítaných zkušeností, požadované schopnosti), pokud je akce otevřena široké veřejnosti, mělo by to být z propagace zřejmé.

**Stravování:** společné/individuální, do vlastních nádob (ešusů) / do táborového nádobí

**Ubytování:** v podsadových stanech, v tee-pee

**S Sebou:** jen okrajově zmínit nejdůležitější věc (tábornická výbava v jednom batohu, kvalitní boty, dostatek náhradního oblečení)

**Bližší informace:** jakým způsobem a do kdy obdrží přihlášení podrobné informace

**Přihlášky:** na jakou adresu a do kdy nejpозději zasílat přihlášku.

## BODY 2 A 3 Z METODIKY PMT TŠ (Úkoly nového pedagogicko metodického týmu).

### 2) Podchytit cílovou skupinu účastníků TŠ.

- a) OTŠ je prioritně určená pro členy TK ČTU ve věku 15-18 let.
- b) ÚTŠ je prioritně určená pro členy TK ČTU ve věku 17 let a výše.
- c) Priorita členů TK ČTU je dána jejich zájmem o tábornictví a předpokládanými zkušenostmi s tábornictvím (proč jinak by byli v ČTU), TŠ jsou však otevřeny i pro nečleny ČTU.
- d) Věkové omezení je jen orientační. Nezkušený dvacátník který na TŠ jede s vědomím, že jede do mladšího kolektivu může být na OTŠ stejně platným účastníkem, jako zkušený, vyspělý šestnáctiletý táborník na ÚTŠ. Důležité je, aby potenciální frekventanti věděli, do čeho „lezou“.

### 3) Zajistit informovanost této cílové skupiny o TŠ a aktivitách a tím spojených.

- e) Tok informací NR-VR-TK-budoucí účastník na TŠ. Tento informační kanál zatím nefunguje. Předpokládám, že podaří-li se zlepšit prestiž TŠ, může se situace zlepšit.
- f) O TŠ informovat členy ČTU při každé příležitosti, kdy se někdo z vedení účastní nějaké oblastní akce, ať už se jedná o tábornickou soutěž, závod, mezi oddílovou výpravu, ples...atd.
- g) Cílená prezentace TŠ např. na jednáních VR oblastí.
- h) K tomu připravit propagační materiály:
  - (1) Letáky (motivační formu letáku, informační formu letáku)
  - (2) CD (fotky z TŠ s kronikami z TŠ a informacemi o akci)
  - (3) Videoprezentace (motivační prezentaci obohacenou fotkami a video nahrávkami z TŠ)
  - (4) Internetové stránky OTŠ a ÚTŠ s kontakty na organizátory akce s aktualizovanými daty, odkazy na ně by se mohly objevovat na stránkách ČTU jako reklama. A vzájemně by se tyto odkazy měly propojovat mezi oddílovými stránkami (při umístění odkazu na TŠ v oddílových stránkách by naopak stránky TŠ měly mít mezi odkazy i odkaz na oddíl, který na ně na svých stránkách upozornil).
- i) Tyto materiály cíleně šířit všemi prostředky (např. přikládat je k tiskovinám mířícím na oblasti, kluby jednotlivce).
- j) Rozmnožit CD a OTŠ a ÚTŠ a přikládat je k materiálům směřujícím přímo k cílové skupině (plackování, zdravotkurzy apod.). Vzájemně informovat i na TŠ o těchto dalších možnostech vzdělávání v ČTU (i přes rok propojit tuto spolupráci pomocí stránek ČTU).
- k) Pořádat akce pro absolventy TŠ, na kterých účastníky motivovat k náboru nových frekventantů.
- l) Pro nábor využívat absolventy TŠ – osobní příklad je nejlepší (je důvěrnější a dovede oslovit i skupinu účastníků, která je k informacím z ČTU uzavřená).
- m) Poslat zvadla na TŠ přímo cílové skupině členů podle databáze členů (nejsem si ale jistý zda je to technicky realizovatelné).