

Univerzita Komenského v Bratislave

Filozofická fakulta

Katedra marketingovej komunikácie

Seminárna práca

# Imatrikulácie - VESELICA

KAMAKO 2021

Project lead .....	3
MarCom team .....	4
Téma .....	4
Brand identita .....	4
Teasing.....	5
Oficiálne vizuály .....	5
Sociálne siete .....	5
Ďalšie vizuály.....	6
Partner team .....	7
Business team .....	8
Content team .....	9
Plán .....	9
Postup plánovania.....	9
Exekúcia .....	10

## Project lead

V rámci predmetu sme mali pomerne ľahkú úlohu a to zorganizovať imatrikulačnú slávnosť pre nových prvákov u nás na katedre Marketingovej komunikácie. Bohužiaľ, alebo skôr bohu vďaka, sme sa rozhodli toto zadanie poňať nie klasicky a pozvať ich niekam na drink s trochou zoznamovania, ale veľkolepejšie, aby naozaj mali zážitok, na ktorý minimálne do konca svojho štúdia na vysokej nezabudnú.

Aj keď to zo začiatku bolo náročné v rámci rozdelenia tímov, zvolenia lídrov jednotlivých tímov a počiatočnej komunikácie, tieto prekážky sme zvládli a úspešne sme imatrikulácie alebo teda VESELICU, po správnosti, zorganizovali.

Musím povedať, že som nesmierne hrdý na všetkých tímových lídrov a členov jednotlivých tímov, no najväčšia vďaka a obdiv patrí partnerskému tímu, ktorý bol schopný zohnať množstvo cien do tomboly a sponzorských darov na chod celej akcie, až sa nám to pomaly nechcelo veriť.

MarCom tím odvedol tiež brilantnú prácu a dovoľím si tvrdiť, že najmä vďaka nemu sme boli schopní naplniť klub skoro až 300 ľuďmi. Dali celej akcii tvár a hlas, či už na sociálnych sieťach alebo plagátoch, ktorý potrebovala.

Rovnako tak sa chcem poďakovať content tímu, za úžasný program a vnesenie ľudského a spoločenského elementu do akcie. Zakomponovanie farára, ženícha a nevesty ako na reálnej svadbe bol jednoducho výborný nápad.

No a v neposlednom rade business tím, ktorý zastrešoval interpretov, priestor a výzdobu. Bez nich by sme nemali kde byť a nemal byť kto hrať. Vďaka osobným kontaktom a ich pribojnosti sme to dotiahli skoro do dokonalosti.

Nakoniec mi už len zostáva zhodnotiť, že aj napriek skoro k jeden a pol tisícovej investícii sme dokázali z akcie vyťažiť toľko, že naša investícia sa nám vrátila, plus sme dosiahli menší zisk, čo nikto z nás nečakal.

A aj napriek niekoľkým chybám počas prípravy akcie či jej samotnom priebehu verím, že sme sa dostatočne poučili a do budúca budeme schopní pripraviť ešte lepšie projekty.

## MarCom team

V tomto tíme sme mali po celý semester práce až až. Naším prvým krokom bolo prvotné prerozdelenie úloh. Katarína Romančíková bola určená za teamleaderku a tak mala na starosť prerozdelenie všetkých "taskov", ktoré sme dostávali zo strany nášho triedneho lídra Tomáša Odrášku a neskôr aj ostatných tímov v rámci triedy. Jej úlohou bolo tiež komunikovať všetky dejúce sa procesy v našom tíme, ostatným teamleaderom. Nadja Bendíková spolu s Dianou Lajčiakovou dostali na starosti sociálne siete a komunikáciu prostredníctvom sietí. Ivana Zvarová bola určená za hlavnú grafičku nášho tímu, pričom náš druhý grafik Jakub Solin mal okrem vizuálov na starosť aj natáčanie a produkciu videí v rámci našej propagácie, ale neskôr aj z nášho eventu.

### Téma

Pri tvorbe marketingovej komunikácie sme však najprv potrebovali vedieť miesto, dátum a čas nášho podujatia, aby sme mohli v dostatočnej informovanosti vymýšľať a vytvárať celý brand a jeho identitu. Keďže sa s vybavením priestorov pomerne meškalo, v začiatkoch bolo veľmi náročné sa pohnúť z Bodu A (v ktorom sme nič nemali) do bodu B. Téma bola od začiatku jasná, rozhodlo sa o nej v triede ešte pred tým, než sme boli rozdelení do tímov. SVADBA s našou katedrou, KAMAKOm. Na jednej strane, sme vedeli akého konceptu sa máme držať, avšak bolo veľmi náročné zaradiť svadbu do akéhosi "časového obdobia", nakoľko spočiatku mal každý z nás o evente úplne iné predstavy. Niektorí si pri slove tradičná svadba predstavovali bielu, novodobú, uhladenú svadbu a niektorí naopak starú v retro štýle. Prvým krokom teda bolo nie len pre náš tím, ale najmä pre celú triedu, zhodnúť sa na jednotnom štýle tejto svadby. Vyhralo RETRO.

### Brand identita

Akonáhle sme mali vybavené priestory a vedeli sme, že náš event sa bude konať na Mlynoch v študentskom klube UniK, boli sme znovu o čosi bližšie k zafinovaniu si nášho brandu. Našu komunikáciu sme totiž museli ladiť s tým, kde sa bude celý večer odohrávať. Keďže UniK Mlyny sú spolu s KC Dunaj "sesterskými" pobočkami, vedeli sme že naša retro svadba do tohto prostredia dokonale zapadne.

Keďže hlavnou témou bola svadba, zhodli sme sa na využití najmä bielej, ružovej a zlatej farby, vo všetkých vizuáloch. Imatrikulácie mali však aj druhú časť, prístupnú pre verejnosť, ktorá sa už mala niesť viac-menej v retro disko štýle. Preto, sme v tomto prípade využívali na vizuáloch aj čiernu farbu.

Prvým krokom, jedným z najdôležitejších vôbec, bolo určiť názov celého eventu imatrikulácií. Pri tejto tvorbe sme si poskladali naše esenciálne prvky, ktorými bola svadba v retro štýle, zábava, imatrikulácie a oslava a tu nám napadol názov VESELICA. Treba dodať, že tento názov sa vymýšľal v spolupráci celej našej triedy. Názov VESELICA nám dokonale evokoval všetko, čo sme si na začiatku určili.

Pri tvorbe brandu je vždy nápomocné vymyslieť si aj claim, takzvaný hlavný slogan, aby mohla byť naša značka lepšie zapamätateľná a najmä aby nám o sebe dokázala viac napovedať. Pri claime sme sa rozhodovali medzi viacerými možnosťami. Jednou z nich bol napríklad claim "Príď si povedať svoje áno s KAMAKOm.", alebo "KAMAKO? Áno, beriem.", či "Povedz ÁNO KAMAKU.". Konečným claimom sa však napokon stalo "V dobrom, aj v zlom." a použili sme tiež aj "Pod' sa s nami veseliť."

Následne, po pomenovaní imatrikuláciej slávnosti dostal každý člen tímu za úlohu vytvoriť v akomkoľvek programe a v ľubovoľnom formáte návrh loga podľa svojich predstáv. Jednotlivé návrhy sme nakoniec porovnali a usúdili sme, ktoré z nich najviac zodpovedajú dohodnutému konceptu. Retro svadbe najviac zodpovedalo logo, ktoré vytvoril Jakub Solin. Spolu s logom sa Jakubovi podarilo veľmi pekne vystihnúť spojenie retro štýlu a disko štýlu a vytvoriť tak základné kľúčové vizuály s rôznymi retro prvkami ktoré sme následne využili na väčšine našich propagačných materiálov.

## Teasing

V rámci našej marketingovej komunikácie sme pre prvákov chceli uviesť krátky teasing, prostredníctvom plagátov, postov na sociálnych sieťach a videa. Tým sme ich chceli zaujať a zároveň zneistiť, aby nemali hneď tušenia o čo ide. Preto sme plagát vytvorili v jemných bledých farbách s ružovým pozadím, retro prvkami a jednoduchým nápisom "ÁNO". Plagáty sme vylepili na našej katedre. Čo sa týka sociálnych sietí a teasingovej kampane, využívali sme na propagáciu Facebook a Instagram. Mimo plagátov a postov sme tiež vytvorili teasingové video, v ktorom sa nachádzali zostrihané zábery ženicha a nevesty z prípravy na svadbu. Toto video im malo o evente o čosi viac napovedať. Prváci mali možnosť toto video vidieť priamo pri tom, ako sme ich osobne pozývali na imatrikulačnú slávnosť.

## Oficiálne vizuály

Pre toto podujatie bola potreba vytvoriť omnoho viac než len logo a teasingový plagát. V súvislosti s našou témou, sme usúdili, že by bolo vhodné prvákov pozvať osobnou pozvánkou, ktorá by bola "na úrovni". Preto sme pre každého z nich spravili personalizovanú pozvánku s jeho menom, vo forme svadobného oznámenia. Znamená to, že každý z nich pri osobnom pozvaní obdržal pozvánku na vlastnú "svadbu s KAMAKOm". Okrem pozvánok pre prvákov sme vytvárali aj pozvánky pre učiteľov. Tie vyzerali takmer totožne - ako svadobné oznámenie, bolo na nich však "Prváci + KAMAKO".

Veľmi dôležitým vizuálom, ktorý bolo potrebné vytvoriť bol oficiálny plagát eventu. Na tomto plagáte mali byť základné informácie ako názov eventu, miesto jeho konania, dátum konania, claim, QR kód na kúpu vstupeniek, vystupujúci interpreti (ich podobizne vo forme fotografií + mená), ale tiež aj logá hlavných sponzorov. Tieto informácie sme znovu doplnili našimi retro prvkami. Plagáty sme vylepili nie len na našej katedre, ale zopár sme umiestnili aj na Mlyny, aby sa o akcii dozvedelo čo najviac ľudí z okolia internátov. Následne sme vytvárali samotné vstupenky, ktoré si mohli prváci, ale aj ostatní študenti našej katedry zakúpiť osobne. Ak tak urobili, mali peknú pamiatku v podobe tlačenej vstupenky.

## Sociálne siete

Na propagáciu sme používali sociálne siete ako je Facebook a Instagram, keďže tieto siete využíva väčšina mladých ľudí, ktorých sme touto cestou aj chceli osloviť. Našou cieľovou skupinou boli primárne vysokoškolační a teda ľudia vo veku približne 18-26 rokov. Obsah na týchto sociálnych sieťach bol takmer rovnaký, až na ten rozdiel, že na Facebook šli poväčšinou informácie primárne pre prvákov a na Instagram aj pre verejnosť.

Na Facebooku sme vytvorili vlastný profil pre náš event, kde sme zverejňovali príspevky v nasledujúcom poradí:

1. Teasing plagát/post
2. Teasing video
3. Hlavný post s logom, dátumom, miestom + retro prvkami
4. Info o vstupenkách
5. Oficiálny plagát s interpretmi aj sponzormi
6. QR kód na kúpu vstupeniek
7. Interpreti samostatne
8. Dresscode pre prvákov
9. Tombolové ceny

Okrem týchto postov sme na Facebooku vytvorili aj samotný event, kde sme napísali k nášmu podujatiu bližšie informácie. Tento event, sme následne zdieľali v študentských a internátnych skupinách, kde sme sa snažili ľudí nalákať aj pomocou nejakých sponzorských darov, ktoré sme študentom dali do kuchyniek na internátoch.

Na Instagrame sme chceli posty najprv pridávať cez oficiálny účet KAMAKA. Tu však nastal jeden z najväčších problémov. Správcovia tohto instagramového účtu s nami popravde moc nespolupracovali, aj napriek tomu že sme sa snažili ich urgovať. V konečnom dôsledku na tento účet pridali za celú dobu len 6 postov. Keďže na nás tlačil čas a potrebovali sme sa na sieťach prezentovať v čo najkratšom čase, rozhodli sme sa vytvoriť si vlastný instagramový profil Veselice, pričom sme sa ako trieda dohodli, že ho neskôr využijeme aj na propagáciu KAMAKO Bálu v štvrtom ročníku. Prekvapivo sa nám na tomto profile podarilo získať v celku slušný počet sledujúcich. S publikom sme sa snažili komunikovať na kamarátskej, študentskej úrovni. Na našom instagramovom profile sme tak propagovali tieto príspevky:

10. Teasing plagát/post
11. Hlavný post s logom, dátumom, miestom + retro prvky
12. Post s claimom "V dobrom, aj v zlom."
13. Info o vstupenkách
14. Oficiálny plagát s interpretmi aj sponzormi
15. QR kód na kúpu vstupeniek
16. Interpreti samostatne
17. Tombolové ceny
18. Súťaž o balíček Captain Jack
19. Sponzori
20. Teasing na AFTERMOVIE z Veselice
21. Sponzorské videá (na žiadosť hlavných sponzorov - až po evente)

Okrem propagácie na sociálnych sieťach sme náš event uverejnili aj na webstránke tootoot.fm, prostredníctvom ktorej sme predávali naše vstupenky online. Na tomto webe sa nachádzal celý popis eventu, jednotliví interpreti a bolo možné si vstupenky ihneď zakúpiť cez platobnú bránu.

V rámci sociálnych sietí sme sa chceli viac zviditeľniť a tak nám z rozpočtu bola schválená nejaká čiastka finančných prostriedkov aj na platenú reklamu. Platenú reklamu sme využili na oboch sociálnych sieťach (FB + IG), pričom naše dosahy sa vyšplhali na úžasné čísla. Na Instagrame mali naše dosahy hodnotu 11 814 účtov. Facebooku to bolo až vyše 18 000 účtov.

## Ďalšie vizuály

Spolu s hlavnými vizuálmi sme vytvárali jednotlivé profilové a titulné fotografie na sociálne siete, všetky grafické príspevky, dizajn svadobnej listiny, ktorú prváci podpisovali pri uzavretí manželského zväzku a tiež aj menovky kvôli zasadaciemu poriadku. Keďže sme mali mierny časový sklz (nakoľko práce na vizuáloch bolo naozaj priveľa) kolega Kamil Zahorjan (z iného tímu) nám dopomohol vytvoriť vizuál k sponzorskému plagátu, ktorý sme následne vylepili v deň konania priamo v UniKu. Keďže pán profesor Horňák sa nemohol zúčastniť imatrikulačnej slávnosti, k spomínaným pozvánkam, ktoré sme pre prvákov vytvárali, sme pre nich tiež natočili video odkaz od pána profesora osobne. Na videu im zaprial všetko dobré v ich budúcom štúdiu a sňal pred nimi svoj ikonický klobúk na znak rešpektu. Toto video sme prvákom pustili hneď v úvode priamo na Veselici. Odozva od prvákov bola veľmi pozitívna, jeho slová ich v dobrom nabudili. Momentálne je u Jakuba Solina v procese ešte aj AFTERMOVIE, ktoré bude obsahovať zábery z celého večera plného zábavy.

## Partner team

Náš tím začal spoločne pracovať na prieskume potenciálnych sponzorov, ktorých produkt alebo služba by mohli zaujať cieľovú skupinu nášho eventu a zároveň boli prínosom pre naše podujatie. Pripravili sme zoznam s kontaktnými údajmi a rozdelili ich podľa kategórií – tombola, catering, finančná podpora, výzdoba.

Po dokončení zoznamu potenciálnych sponzorov sme pripravili znenie mailu, v ktorom sme sa predstavili, opísali sme naše podujatie, požiadali sme o podporenie Veselice a vysvetlili podmienky spolupráce a benefity, ktoré im môže priniesť. V rámci nášho tímu sme si rozdelili jednotlivých potenciálnych sponzorov a rozposlali sme maily. Počas priebehu komunikácie s potenciálnymi sponzormi sme rozširovali tento zoznam o tipy, ktoré sme dostávali od našich spolužiakov a známych.

V tejto fáze sme aktívne komunikovali s potenciálnymi sponzormi a odpovedali na ich otázky. Po dohode spolupráce sme priebežne vyzdvihovali sponzorské dary a požadovali od sponzorov logá, ktoré sme neskôr využili na propagačných materiáloch. Dôležitou súčasťou našej práce bola aj spolupráca s tímom Marketingová komunikácia – príprava vyššie spomínaných propagačných materiálov s logami partnerov.

Po úspešnej komunikácii s odsúhlasenými sponzormi sme získané dary a príspevky rozdelili do vyššie spomínaných kategórií. Časť sponzorských príspevkov sme využili na prípravu občerstvenia pre našich prvákov aj pre interpretov, ktorí vystúpili počas eventu. Taktiež sme vytvorili balíčky do tomboly. Vytvorili sme zoznam cien podľa ich hodnoty a podieľali sme aj na samotnom vyhlasovaní a odovzdávaní tomboly.

Aby sme splnili požiadavky našich sponzorov, dohliadali sme na vytvorenie propagačných materiálov (reels - krátke videá na sociálne siete, fotografie produktov a priebehu akcie). Počas eventu sme dbali na to na to, aby boli sponzorské príspevky a propagačné materiály sponzorov dobre viditeľné pre účastníkov Veselice.

Aby sme našim sponzorom vyjadrili vďaku za podporu našej akcie a poskytli zhodnotenie a informácie o priebehu, rozposlali sme im maily s výstupmi. V týchto mailoch sme spomenuli počet účastníkov, priložili sme odkazy na príspevky na sociálnych sieťach, v ktorých sme ich spomínali aj so štatistikami týchto príspevkov (dosah, počet reakcií a pod.).

Z pohľadu nášho tímu, hodnotíme akciu ako veľmi úspešnú, pretože sme splnili ciele, ktoré sme si stanovili a vďaka skvelému tímu sme všetky povinnosti zvládli bez hádok a načas. Ako poučenie do budúcnosti si berieme veci okolo tomboly, ktoré sa nám nepodarili. Kvôli programu sme ju museli presunúť a mali sme priveľa balíčkov, čo trvanie samotnej tomboly veľmi predĺžilo. Do budúcnosti by sme teda znížili počet balíčkov a zvýšili radšej ich lukrativitu, poprípade zvýšili cenu tombolových lístkov. Na záver našej časti by sme radi pochválili a vyzdvihli prácu našej tímlíderky Pauli Šutákovéj.

## Business team

Naša práca začala prvým brainstormingom, na ktorom sa okrem organizačného teamu zúčastnili aj členovia iných tímov a na ktorom bolo našou primárnou úlohou vymyslenie konceptu imatrikulačnej slávnosti. Ako to na brainstormingoch býva zvykom, nápady, ktoré padali boli skutočne rôznorodé a nemožno im uprieť kreativitu. Najviac v nás však zarezovala téma Pohreb, ktorá by prvákovi obrazne umožnila pochovať svoj stredoškolský život a začať tak novú životnú etapu. Z dôvodu spoločenských udalostí a skutočnosti, že pre viacero prvákov nie je KAMAKO prvou vysokou školou sme však tento nápad zavrhlí a vrátili späť ku prvotnému kroku - vymýšľaniu témy slávnosti. A našli sme skvelú alternatívu k ceremónii pohrebu - akt svadby. Svadobný obrad, na ktorom by si slúbili vernosť s našou drahou katedrou. Náš ročník je však všeobecne známy tým, že si nič neuľahčuje, a preto sme tento nápad rozvíjali ďalej. Nechceli sme ostať pri jednoduchom obrade zahrňujúcim svadobný sľub a odrieknutie najznámejšieho Áno. Rozhodli sme sa preto zorganizovať pravú svadbu vo veľkom štýle, ako vystrihnutú z gotych rokov so všetkým, čo k tomu patrí.

Po vymyslení konceptu nás teda v organizačnom teame čakala rada úloh, ktorých vybavenie bolo kľúčové pre plnenie úloh v ostatných tímoch. Prvým, a azda najdôležitejším, krokom bol výber priestorov. Na prvý pohľad jednoducho vyzerajúca úloha, z ktorej sa však vyklúčil pomerne ťažký oriešok. S počiatočným rozpočtom, ktorého hodnota sa rovnala nule však nebolo možné nájsť priestor, ktorý by podujatiu vyhovoval. Bolo teda nutné spojiť sily a počiatočný nulový rozpočet navýšiť o príspevky, ktoré sme určili na sumu 40 eur na osobu. S takýmto vstupným kapitálom už šlo hľadanie priestorov o čosi jednoduchšie, i keď sme sa stále snažili o low-budget prístup. Boli sme na niekoľkých obhliadkach priestorov (V-klub, Manifest Bohéma, KC Dunaj..) a svoje šťastie sme našli u produkčnej KC Dunaj, ktorá nám odporučila ich nový priestor v Mlynskej doline - staronový UniK Mlyny. Ten sa nachádza strategicky priamo v srdci študentského mestečka, a tak sme na 100% vedeli, že do toho musíme ísť.

Súbežne s hľadaním vhodných priestorov však ale prebiehali i ďalšie nevyhnutné činnosti, ktoré sme ako organizačný team mali pod palcom. Zahŕňali výber interpretov - ako kľúčovú časť celého podujatia, zabezpečenie techniky, výzdoby, či veľmi dôležitých obrúčok, ktoré prváci dostali ako dôkaz ich sľubu, ktorý dali katedre.

Počas príprav na nás vyskočilo nie málo problémov, ktoré sme museli čo najrýchlejšie vyriešiť. Týkali sa napríklad stále pribúdajúcich otázok k priestoru, jeho prenájmu, ceny a podobne, ktoré sme si viackrát prechádzali s produkciou z KC Dunaj. Problémy však nastali aj pri riešení interpretov, kedy sme sa museli rozhodovať najmä finančne, ale aj pocity. Nakoniec sa nám podarilo po pár stresových situáciách doriešiť priestory podujatia a vybaviť skvelých interpretov, vďaka ktorým bola Veselica jednoväčernou akciou s lineupom ako na festivale Grape. Na to sme veľmi hrdí.

Vďaka disciplinovanému prístupu jednotlivých členov nášho tímu sa nám podarilo úspešne preklenúť z prípravnej časti organizácie k skutočnému eventu. Pred samotným podujatím sme si úlohy prerozdělili spolu s ostatnými spolužiakmi, najmä prostredníctvom prehľadných tabuliek. Vďaka nim každý vedel kedy sa má kde dostaviť a s čím treba pomôcť.

I keď na nás počas večera vyskočilo niekoľko komplikácií s interpretmi, zvukárom či políciou, nešlo o nič, čo by sme neboli schopní zvládnuť. Celý event teda považujeme za mimoriadne vydarený - nielen kvôli vysokej návštevnosti, ktorú sme dosiahli ale najmä vďaka skúsenostiam, ktoré si so sebou berieme do našich budúcich projektov.



## Content team

### Plán

Primárnym cieľom našej akcie bola imatrikulácia prvákov, preto sme k nej aj tak pristupovali. Rozhodli sme sa program rozdeliť na dve časti, na oficiálnu a neoficiálnu. Prvá časť - oficiálna bola venovaná len prvákovi. Zorganizovali sme ju ako súkromnú a uzavretú akciu bez akýchkoľvek iných návštevníkov. Dôvodom tohto rozhodnutia bolo predovšetkým to, aby sa noví študenti cítili, čo najprijemnejšie a vedeli sa tak čo najlepšie uvoľniť. Oficiálna časť sa teda skladala z aktivít, ktoré boli venované práve im.

Finálna podoba oficiálneho programu sa skladala z niekoľkých aktivít, ktoré mali čo najviac pripomínať svadobnú slávnosť (téma imatrikulácií: svadba). Našich „svadobčanov“ sme usadili do kostolných lavíc pred vyzdobený oltár. Na obrade ich svojim príhovorom privítal hlavný svedok, pán Horňák, svojim online príhovorom. Po ňom nasledoval prejav nášho kňaza Vlastíka, odetého vo farárskom rúchu. Prváci si slúbili, vzájomnú pomoc pri štúdiu, ale aj mimoškolské výlety. Svoj sľub spečatili prípitkom a výmenou obrúčk.

Ich prvou úlohou bolo teda nájsť si dvojicu. Podľa mena priloženého k prsteňu tak vytvorili pár a obrúčky si vymenili. Následne sa podpisoval imatrikulačný list (sľub novomanželov), na ktorom sú napísané sľuby, ktoré budú jednotlivé dvojice sprevádzať počas semestra a ich nového priateľstva.

Po formálnom obrade nastúpili na scénu moderátori - Tomáš a Paulína, ktorí ďalej sprevádzali svadobčanov ich programom. Ďalšou aktivitou bolo novomanželské, súťažné kŕmenie. Dvojice mali za úlohu sa, čo najrýchlejšie vzájomne nakŕmiť. Víťaza samozrejme neobišiel „svadobný dar“ za najrýchlejšie zjedenu polievku.

Na žiadnej svadbe nesmie chýbať hádzanie kytice, a tak nechýbala ani na tej našej. Išlo o skupinovú aktivitu, ktorej kľúčom bolo, čo najrýchlejšie odpovedať na zábavné, zlomyseľné, ale aj hlboké otázky na vzájomné spoznávanie sa. Respondent po zodpovedaní otázky hodil kyticu ďalšiemu, ktorý od moderátorov dostal inú, novú otázku. Postupne sa takto vystriedali takmer všetci. Cieľom tejto aktivity nebola súťaž, ale hlavne zábava a odhalenie nečakaných právd o svojich spolužiakoch.

Prvý svadobný tanec bol v podobe aktivity „Soul Train“, pričom dvojice novomanželov vytvorili dva paralelné rady. Úlohou každého novomanželského páru, stojaceho oproti sebe, bolo čo najlepšie, tanečnými pohybmi, odtancovať vytvorenou tanečnou uličkou. Na konci uličky bola usadená svadobná porota – Lucia, Jakub, Zuzana a Tereza, ktorá vyhodnotila víťaza podľa najviac precítenej choreografie a snahy, nešlo teda o žiadne tanečné zručnosti. Všetci mali teda rovnakú šancu.

Zlatým klincom programu bola novomanželská cesta mestom vyzdobeným autobusom. Počas cesty sme sa zabávali tancom a spevom tradičných, slovenských, svadobných piesní. Svadobčania mali možnosť zapojiť sa do hry „Na červenú, štamperlík vezmú“, kde pri každom rozsvietení červeného svetla na semafore, boli ponúknutí štamperlíkom. Po návrate sa rozbíjali tanieri, pre šťastný semester a celé štúdium. Celý oficiálny program sa skončil poďakovaním za to, že boli súčasťou tohto večera.

Cieľom jednotlivých aktivít bolo vytváranie nových dvojíc a skupín, ktoré museli spolu spolupracovať. Chceli sme docieľiť to, že nebudú ako dvojica dvaja kamaráti / dve kamarátky, ktoré sa spolu rozprávajú každý deň. Išli sme si za naším cieľom, pomôcť študentom v utvrdzovaní kolektívu a vytváraní nových vzťahov. Motiváciou za spoločné úsilie v jednotlivých úlohách boli ceny od našich sponzorov, ktoré mohli získať za úspešné splnenie.

### Postup plánovania

V rámci triedy sme sa dohodli na téme svadba. Imatrikulácie teda mali reprezentovať spojenie študentov prvého ročníka a katedry, ich záväzok k štúdiu, ale zároveň aj utuženie vzťahov medzi samotnými

študentmi. Téma nám veľmi pomohla pri plánovaní aktivít, keďže sme ich odvíjali z typických zvykov a tradícií, ktoré sú na svadbách bežné.

Na začiatok sme si pomocou brainstormingu vymenovali desať aktivít, ktoré by boli vhodné, a potom sme tento zoznam okresali na tie, ktoré by boli realizovateľné s konkrétnym počtom ženíchov a neviest. Po prekonzultovaní s ostatnými skupinami sme však zistili, že nebude veľa času na realizáciu programu, a tak sme boli nútené skrátiť zoznam aktivít o čosi viac.

Ďalším problémom bol napríklad značný nesúhlas s návrhom tanečnej aktivity. Keďže sa nám priam žiadala aspoň jedna aktivita spojená s tancom (novomanželský tanec na svadbe), zmenili sme túto aktivitu na Soul Train. Počas nášho plánovania nám boli veľmi nápomocní aj členovia z iných tímov, ktorí nám pomohli aj pri brainstormingu. Veľmi úzka spolupráca bola s členmi organizačného tímu, ktorí usmernili časový harmonogram, podľa čoho sme vedeli lepšie nastaviť počet a dĺžku aktivít. Sponzoring tím riešil ceny do tomboly, ale povenovali sa aj výberu cien pre prvákov, ktorí ich mali možnosť získať za úspešné vykonanie pripravovaných aktivít. S grafikmi z tímu marketingovej komunikácie sme konzultovali najmä tlač potrebných podkladov, ako napríklad sobášnu listinu či menovky prvákov. Vymýšľanie aktivít sme zvládli v rámci nášho tímu spoločne, a následne sme si rozdelili potrebné úlohy pre realizáciu jednotlivých aktivít. Pripravili sme aj dotazník pre prvákov, aby sme vedeli prispôbiť aktivitu „kŕmenia“ polievkou aj pre študentov s intoleranciami. Z tohto dotazníku sme taktiež zistili, koľko prvákov plánuje prísť, a tomu sme prispôbili aj vytváranie súťažiacich párov. Vytvorili sme tabuľku, do ktorej sme si zapísali presný harmonogram, potrebné rekvizity a predmety na danú aktivitu a taktiež ľudí, ktorí budú pri nich potrební.

## Exekúcia

Po príchode na miesto konania nastala menšia komplikácia. Vzhľadom na to, že sme si vopred nedefinovali úlohy a nezvolili vedúceho, ktorý by ich rozdelil, nikto konkrétne nevedel, čo má robiť. Príprava občerstvenia, výzdoba a uskladňovanie sponzorských produktov teda prebehla v jemne chaotickom režime, čo mohlo ohroziť práve naplánovaný čas začatia programu. Spoločnými silami sa nám však podarilo všetko dôkladne pripraviť pred príchodom prvákov a odštartovať zábavu v ten pravý moment.

Program dopadol na výbornú! Reálne sa nám podarilo zorganizovať a uskutočniť všetky pripravené úlohy pre prvákov. Boli šikovní, sústredení, vždy si vypočuli, čo ich čaká. Zároveň sa zabávali a spoznávali navzájom. Ako sme sa ich aj osobne na mieste pýtali, sami povedali, že sa v ten večer naozaj bavili, no a že sme latku nastavili naozaj vysoko (po všetkých stránkach).

Pri vymýšľaní programu bolo pre nás najťažšou časťou správne načasovať jednotlivé aktivity. Vyhradiť na ne dostatok času. Počas večera nastali v programe malé medzery, nakoľko boli prváci zjavne veľmi šikovní. Vynašli sme sa aj v takejto situácii a nakoniec si nikto nič nevšimol. Oficiálna časť programu bola teda úplne podľa našich predstáv.

Čo sa týka neoficiálnej časti programu, tam to bolo miestami zložitejšie. Mali sme presne dohodnutých interpretov, vyhradili sme im aj priestor na zvukovú skúšku. Nepočítali sme teda s tým, že niekto z interpretov „naruší“ náš časový harmonogram. Za negatívum môžeme považovať fakt, že počas zvukovej skúšky nemohla hrať hudba. Po oslovení zvukára s prosbou, či sa nemôže aspoň niekto zo spolužiakov pripojiť, nás oboznámil s tým, že to práve v tej chvíli nie je technicky možné. Pred koncertom hlavného interpreta bolo teda možné počuť len dav komunikujúcich ľudí. Našťastie naši návštevníci boli chápací a vedeli, že aj napriek všetkému ich čaká skvelá hudba. Zábava gradovala a všetci si taktiež veľmi užili vyhlasovanie tomboly.

Pre náš celý tím to bola naozaj obrovská skúsenosť zorganizovať nielen hlavný program imatrikulácií, ale aj program pre verejnosť, pre ďalších návštevníkov. Do budúcnosti sme pripravení na organizáciu programu akéhokoľvek eventu.

Pri najbližšej príležitosti si nepochybne dáme pozor na časový manažment a detailné rozdelenie úloh. Napriek tomu, že nevznikli vážne problémy, je nepochybne veľmi dôležité zabezpečenie každého detailu a vytvorenie záložných plánov pre prípadné komplikácie.