

INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
INTERNACIONALNI UNIVERZITET U SARAJEVU

- BOARD OF TRUSTEES -

Number: IUS-UO-08- 06 /2024

Date: February 3rd, 2024

In line with the Article 23 of the Law on Higher Education ("Official Gazette of Sarajevo Canton", no. 36/22) and the Article 10 and 20 item a-c of the Statute of the International University of Sarajevo, number IUS-SENAT-11-1720/2023 dated June 19th 2023, the Board of Trustees of the International University of Sarajevo, at its session held on February 3rd, 2024, brought the following

DECISION

on adopting Communications Strategy

I

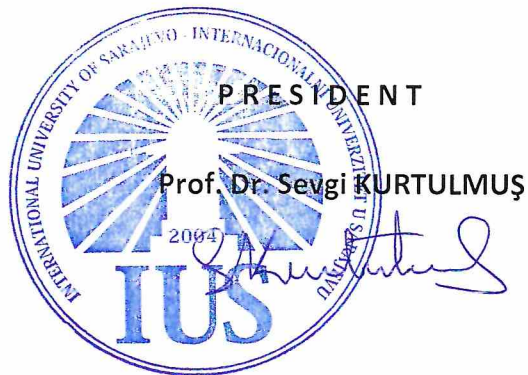
The Communications Strategy at the International University of Sarajevo was hereby adopted.

II

The Communication Strategy represents an integral part of this Decision.

III

The Decision enters into force on the day of its adoption, from which all acts that previously regulated the same matter cease to be valid.



Delivered:

1x Rectorate
1x QA Office
1x a/a



INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
INTERNACIONALNI UNIVERZITET U SARAJEVU

COMMUNICATIONS STRATEGY AT THE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO

The International University of Sarajevo (IUS) is dedicated to fostering academic excellence, diversity, and global engagement. In an era marked by rapid technological advancements and increased connectivity, an effective communication strategy is crucial to showcase the university's values, achievements, and offerings. This comprehensive strategy aims to engage diverse stakeholders, build a strong brand presence, and maintain transparent and informative communication channels. This Strategy is aligned with the goals of the IUS Strategic Plan 2022-2026 and fully supports the implementation of the activities underlined in the Plan.

The key aims of the IUS Communication Strategy shall include the following:

- **Target Audience Identification:**
 - Clearly define primary and secondary target audiences, including current students, prospective students, faculty, staff, alumni, parents, and the local/global community.
 - Tailor messaging and communication channels to cater to the unique needs and interests of each audience segment.
- **Brand Messaging:**
 - Develop a cohesive and compelling brand message that encapsulates the university's mission, values, and distinct strengths.
 - Ensure consistency in messaging across all communication channels to strengthen the university's identity.
- **Digital Presence Enhancement:**
 - Strengthen the university's online presence through a user-friendly and responsive website, providing comprehensive information on programs, admissions, faculty, and campus life.
 - Optimize the website for search engines (SEO) to improve visibility and accessibility.
- **Social Media Engagement:**
 - Leverage popular social media platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, and LinkedIn to connect with diverse audiences.
 - Develop a content calendar for regular, engaging posts, showcasing academic achievements, events, and student success stories.



INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
INTERNACIONALNI UNIVERZITET U SARAJEVU

- **Public Relations:**

- Build relationships with local and international media outlets to increase the university's visibility.
- Proactively share press releases, success stories, and expert opinions to enhance the university's positive public image.

- **Events and Outreach:**

- Organize and participate in events, conferences, and community outreach programs to strengthen ties with diverse stakeholders.
- Utilize events as opportunities to showcase the university's accomplishments, research endeavors, and academic programs.

- **Alumni Engagement:**

- Cultivate strong relationships with alumni through targeted communications, events, and networking opportunities.
- Highlight alumni success stories to demonstrate the positive impact of the university's education on career paths.

- **Crisis Communication Plan:**

- Develop a robust crisis communication plan with clear protocols for addressing and communicating during challenging situations.
- Prioritize transparency and timely updates to maintain trust and confidence among stakeholders.

- **Student Recruitment:**

- Implement targeted marketing campaigns to attract prospective students, emphasizing the unique offerings and benefits of an education at IUS.
- Utilize digital marketing, open houses, and partnerships to increase enrollment and diversify the student body.

- **Internal Communication:**

- Foster effective communication within the university community, ensuring that faculty, staff, and students are well-informed about important updates, policies, and events.
- Establish regular channels for feedback and open dialogue to address concerns and improve internal communication processes.



INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
INTERNACIONALNI UNIVERZITET U SARAJEVU

- **Data Analytics:**

- Utilize data analytics tools to monitor the performance of digital communication channels.
- Analyze user behavior, engagement metrics, and feedback to refine and improve the effectiveness of the communication strategy.

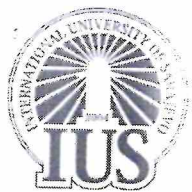
In a dynamic and interconnected world, the International University of Sarajevo's communication strategy is designed to not only inform but also engage and inspire its diverse stakeholders. By adopting a multifaceted approach that encompasses online presence, targeted messaging, events, and community outreach, the university aims to build a strong and positive image while maintaining transparent and effective communication channels. This strategy is a dynamic framework that adapts to the evolving needs of the university and its community, reinforcing IUS's commitment to excellence, inclusivity, and global collaboration.

Upon approval of this Strategy, the preceding IUS Communication Strategy IUS-SENAT - 11-1062/11 will no longer be considered valid.

The Communication Strategy becomes effective upon day of its bringing.

P R E S I D E N T

Prof. Dr. Sevgi KURTULMUŞ



INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
INTERNACIONALNI UNIVERZITET U SARAJEVU

- UPRAVNI ODBOR -

Broj: IUS-UO-08- 06 /2024

Datum, 03.02.2024. godine

U skladu sa članom 23. Zakona o visokom obrazovanju („Službene novine Kantona Sarajevo“, broj: 36/22) i članom 10. i 20. stav (1) tačka a)-c) Statuta Internacionalnog univerziteta u Sarajevu, broj: IUS-SENAT-11-1720/2023 od 19.06.2023. godine, Upravni odbor Internacionalnog univerziteta u Sarajevu, na svojoj sjednici održanoj dana 03.02.2024. godine, usvojio je sljedeću

O D L U K U

o usvajanju Strategije komuniciranja

I

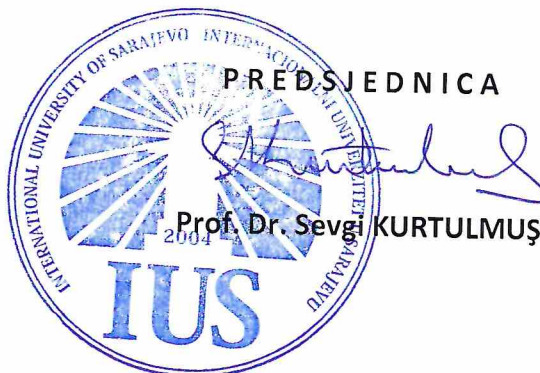
USVAJA SE Strategija komuniciranja na Internacionalnom univerzitetu u Sarajevu.

II

Integralni tekst Strategije čini sastavni dio ove Odluke.

III

Odluka stupa na snagu danom donošenja, od kada prestaju važiti svi akti koji su prethodno regulisali istu materiju.



Dostavljeno:

1 x Rektorat

1 x Ured za osiguranje kvaliteta

1x a/a



INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
INTERNACIONALNI UNIVERZITET U SARAJEVU

STRATEGIJA KOMUNIKACIJE INTERNACIONALNOG UNIVERZITETA U SARAJEVU

Internacionalni univerzitet u Sarajevu (IUS) posvećen je promovisanju akademske izvrsnosti, raznolikosti i globalne angažiranosti. U eri obilježenoj brzim tehnološkim napretkom i povećanom povezanošću, efikasna strategija komunikacije od suštinskog je značaja kako bi se predstavile vrijednosti, postignuća i ponude univerziteta. Ova sveobuhvatna strategija ima za cilj uključivanje različitih interesnih strana, izgradnju snažne prisutnosti brenda i održavanje transparentnih i informativnih komunikacijskih kanala. Strategija je usklađena sa ciljevima IUS Strategije za period od 2022. do 2026. godine i u potpunosti podržava realizaciju aktivnosti istaknutih u datom dokumentu.

Ključni ciljevi Strategije komunikacije IUS-a uključuju sljedeće:

- **Identifikacija ciljne publike:**
 - Jasno definisanje primarnih i sekundarnih ciljnih grupa, uključujući trenutne studente, buduće studente, nastavnike, osoblje, alumniste, roditelje i lokalnu/globalnu zajednicu.
 - Prilagođavanje poruka i komunikacijskih kanala kako bi se zadovoljile jedinstvene potrebe i interesi segmentirane publike.
- **Poruke brenda:**
 - Razvoj koherentne i privlačne poruke brenda koja obuhvata misiju, vrijednosti i izražene snage univerziteta.
 - Osiguravanje dosljednosti u porukama na svim komunikacijskim kanalima kako bi se ojačao identitet univerziteta.
- **Poboljšanje digitalne prisutnosti:**
 - Jačanje online prisutnosti univerziteta kroz korisnički pristupačan web sajt, pružajući sveobuhvatne informacije o programima, upisu, nastavnicima i studentskom životu.
 - Optimizacija web sajta za pretraživače (SEO) radi poboljšanja vidljivosti i dostupnosti.
- **Aktivna prisutnost na društvenim mrežama:**
 - Iskorištavanje popularnih društvenih mreža poput Facebooka, Instagrama, Twittera i LinkedIn-a kako bi se povezali s raznovrsnom publikom.
 - Izrada sadržaja za redovne, atraktivne objave, prikazujući akademska postignuća, događaje i priče o uspjehu studenata i osoblja.



INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO
INTERNACIONALNI UNIVERZITET U SARAJEVU

- **Odnosi s javnošću:**

- Izgradnja odnosa s lokalnim i inostranim medijima kako bi se povećala vidljivost univerziteta.
- Proaktivno dijeljenje saopćenja za javnost, priča o uspjehu i stručnih mišljenja kako bi se unaprijedila pozitivna slika univerziteta u javnosti.

- **Događaji i vanjske aktivnosti:**

- Organizacija i učešće na događajima, konferencijama i programima za povezivanje s različitim interesnim stranama.
- Iskorištavanje događaja kao prilika za prikazivanje postignuća univerziteta, istraživačkih uspjeha i akademskih programa.

- **Uključivanje alumniya:**

- Jačanje veza sa alumnistima kroz ciljane komunikacije, događaje i prilike za umrežavanje.
- Isticanje priča o uspjehu alumniya kako bi se demonstrirao pozitivan utjecaj obrazovanja na karijerne puteve.

- **Plan komunikacije u kriznim situacijama:**

- Razvolzrada jasnog plana komunikacije u kriznim situacijama s definisanim protokolima za adresiranje i komunikaciju tokom izazovnih situacija.
- Stavljanje prioriteta na transparentnostii pravovremeno ažuriranja kako bi se održalo povjerenje i sigurnost među interesnim stranama.

- **Regrutacija studenata:**

- Implementacija ciljanih marketinških kampanja kako bi se privukli budući studenti, naglašavajući jedinstvene ponude i benefite obrazovanja na IUS-u.
- Korištenje digitalnog marketinga, principa otvorenih vrata i stvaranje partnerskih odnosa kako bi se povećao broj upisanih i diversifikovalo studentsko tijelo.

- **Interna komunikacija:**

- Podsticanje efikasne komunikacije unutar univerzitetske zajednice, osiguravajući da su nastavnici, osoblje i studenti dobro informisani o aktuelnim događajima, politikama i informacijama.
- Uspostavljanje redovnih kanala za dobijanje povratnih informacija i otvoreni dijalog radi adresiranja problema i unapređenja internih procesa komunikacije.

- **Analiza podataka:**

- Korištenje alata za analizu podataka radi praćenja performansi digitalnih komunikacijskih kanala.
- Analiza ponašanja korisnika, metrika uključenosti i povratnih informacija kako bi se unaprijedila i poboljšala efikasnost strategije komunikacije.



INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SARAJEVO

INTERNACIONALNI UNIVERZITET U SARAJEVU

U dinamičnom i povezanom svijetu, Strategija komunikacije Internacionalnog univerziteta u Sarajevu osmišljena je ne samo da informiše, već i da angažuje i inspiriše različite interesne strane. Usvajanjem višestranog pristupa koji obuhvata online prisutnost, ciljane poruke, događaje i aktivnosti za povezivanje s zajednicom, univerzitet teži izgradnji snažne i pozitivne slike dok održava transparentne i efikasne komunikacijske kanale. Ova strategija je dinamični okvir koji se prilagođava evoluirajućim potrebama univerziteta i njegove zajednice, jačajući posvećenost IUS-a izvrsnosti, inkluzivnosti i globalnoj saradnji.

Po odobrenju ove Strategije, prethodna Strategija komunikacije IUS-a IUS-SENAT - 11-1062/11 prestaje da važi.

Strategija komunikacije stupa na snagu danom donošenja.

P R E D S J E D N I C A

Prof. dr. Sevgi KURTULMUŞ