

PISMO OKÓLNE Nr 9/2011

Rektora Politechniki Koszalińskiej
z dnia 31 października 2011 r.

w sprawie wprowadzenia w Politechnice Koszalińskiej
„Zasad świadczenia usług przez Sekcję Promocji”

Na podstawie art. 66 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz. U. Nr 164, poz. 1365 ze zm.) wprowadza się z dniem 2 listopada 2011 r. jednolite zasady postępowania w zakresie działań promocyjnych na Politechnice Koszalińskiej, stanowiące załącznik do Pisma Okólnego.

R E K T O R

prof. dr hab. inż. Tomasz Krzyżyński

Zasady świadczenia usług przez Sekcję Promocji

I. Przepisy ogólne

§1

1. Podstawę prawną struktury organizacyjnej Politechniki Koszalińskiej oraz ramowy zakres działalności jej jednostek organizacyjnych reguluje Regulamin Organizacyjny Politechniki Koszalińskiej z dnia 1 października 2007.
2. Niniejszy regulamin określa jednolite zasady postępowania w zakresie działań promocyjnych na Politechnice Koszalińskiej.
3. Postanowienia niniejszego regulaminu odnoszą się do pracowników Sekcji Promocji, a także Politechniki Koszalińskiej w zakresie ustalonym poniższymi paragrafami.

II. Charakterystyka Sekcji Promocji

§2

1. Sekcja Promocji wchodzi w skład Działu Planowania i Promocji.

2. Do zakresu działania Sekcji Promocji w szczególności należą:

- 1) planowanie całościowych działań promocyjnych, reklamowych i kształtujących wizerunek Uczelni,
- 2) budżetowanie zadań promocyjnych,
- 3) zwiększenie zainteresowania uczniów szkół średnich studiami na Politechnice Koszalińskiej,
- 4) przygotowanie i prowadzenie akcji promocyjnych, które wynikają z zatwierdzonego planu promocji lub doraźnych decyzji przełożonego,
- 5) współpraca z zewnętrznymi podmiotami uczestniczącymi lub wykonującymi zadania promocyjne Uczelni,
- 6) wsparcie organizacyjne akcji promocyjnych przygotowanych przez podstawowe jednostki organizacyjne,
- 7) współpraca z jednostkami organizacyjnymi w zakresie ich promocji,
- 8) współpraca z wykonawcami projektów unijnych, w których przewidziano zadania promocyjne,
- 9) przygotowanie sprawozdań z działalności promocyjnej Uczelni,
- 10) prowadzenie monitoringu informacji prasowych i przygotowanie dziennych raportów,
- 11) dbanie o jednolity wizerunek wszystkich jednostek Politechniki Koszalińskiej poprzez opracowanie wspólnych zasad stosowania logotypów Politechniki Koszalińskiej,
- 12) budowanie prestiżu Politechniki Koszalińskiej w kraju i zagranicą poprzez działania promocyjne,
- 13) promowanie osiągnięć naukowych, dydaktycznych, kulturalnych i sportowych Politechniki Koszalińskiej,
- 14) wzmocnienia konkurencyjności Uczelni poprzez działania podkreślające Politechnikę Koszalińską jako uczelnię techniczną.
- 15) wydawanie materiałów promocyjnych w ilościach ograniczonych, w zależności od:
 - charakteru imprezy,
 - liczby osób biorących w niej udział,
 - ilości materiałów będących w dyspozycji.

§3

Środki finansowe przeznaczone na promocję wydzielane są w budżecie uchwalanym przez Senat Politechniki Koszalińskiej w postaci rocznego Planu Promocji.

§4

Środkami finansowymi przeznaczonymi na realizację zadań promocyjnych jednostek organizacyjnych są środki z ich budżetu.

§5

Środkami wskazanymi w paragrafach poprzednich dysponuje odpowiednio Kanclerz Politechniki Koszalińskiej oraz Kierownicy poszczególnych jednostek organizacyjnych.

§6

Dysponentem środków na promocję projektu unijnego jest koordynator projektu.

III. Realizacja zamówień na materiały objęte przetargami

§7

1. Sekcja Promocji (w przewidzianym przez regulamin zakresie) zajmuje się realizacją przetargów na:
 - 1) zamieszczanie reklam, ogłoszeń i informacji w prasie lokalnej, regionalnej, ogólnopolskiej oraz druk informatora o Uczelni,
 - 2) materiały reklamowe (drukowane i gadżety),
 - 3) billboardy (wynajęcie powierzchni reklamowej na billboardach zewnętrznych o powierzchni 12m², druk i wyklejenie).
2. W celu złożenia zamówienia na materiały o którym mowa w ust.1 pkt. 1, jednostka powinna dostarczyć: projekt graficzny reklamy, informację o terminie realizacji i ilości reklam oraz tytuły prasowe w których mają być zamieszczone w terminie minimum **3 dni** przed datą realizacji w formie elektronicznej na adres: promocja@tu.koszalin.pl (na adres pracowników Sekcji Promocji).
3. W przypadku reklamy, która ma być wykonana przez grafika zewnętrznego, należy dostarczyć gotowy tekst w Wordzie, zdjęcia i logotypy minimum 5 dni przed wysłaniem zlecenia do realizacji.
4. W celu złożenia zamówienia o którym mowa w ust.1 pkt.2 jednostka powinna dostarczyć: gotowy do wydruku projekt lub zaakceptowaną wizualizację nadruku, informację o terminie realizacji oraz ilości sztuk w terminie minimum **14 dni** przed datą realizacji w formie elektronicznej na adres: promocja@tu.koszalin.pl (na adres pracowników Sekcji Promocji)
5. W celu złożenia zamówienia o którym mowa w ust.1 pkt. 3 jednostka powinna dostarczyć: gotowy projekt, informację o terminie realizacji, ilości sztuk oraz lokalizacji billboardów w terminie minimum **10 dni** przed datą realizacji w formie elektronicznej na adres: promocja@tu.koszalin.pl (na adres pracowników Sekcji Promocji)
6. Firmy, które realizują powyższe przetargi przyjmują do realizacji zlecenia wysłane tylko przez Sekcję Promocji.
7. Materiały wykraczające poza przedmiot zamówienia przetargów nieograniczonych, o których mowa w §7 są realizowane w ramach odrębnego przetargu albo w postaci zapytania ofertowego zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2007r. Nr 223 poz. 1655 przez poszczególne jednostki organizacyjne Politechniki Koszalińskiej.
W przypadku wysłania przez jednostkę zapytania ofertowego i realizacji zamówienia konieczne jest przesłanie:
 - 1) projektu w celu jego akceptacji wizualizacji do Sekcji Promocji,
 - 2) faktury z dołączanym kompletem dokumentów (formularz zapytania, wyniki rozeznania rynku, zlecenie) do Działu Zamówień.

§8

Sekcja Promocji pośredniczy pomiędzy firmami realizującymi przetarg a jednostkami, uzyskuje niezbędne dla nich informacje, wspomaga jednostki w zakresie wykonywania projektów, pomysłów na realizację zamówień oraz służy informacją i pomocą w ramach swoich możliwości.

IV. Realizacja projektów graficznych.

§9

Projekty graficzne są przekazywane przez jednostkę zamawiającą do realizacji przez Sekcję Promocji w formie zgodnej z Zasadami stosowania logotypów Politechniki Koszalińskiej.

§10

1. Sekcja Promocji może na zlecenie jednostek lub innych podmiotów tworzyć materiały informacyjne i promocyjne.
2. Warunkiem koniecznym do wykonania projektu graficznego jest dostarczenie na tydzień przed wysłaniem zlecenia do firmy zajmującej się wydrukiem niezbędnych materiałów tj.:
 - 1) ostateczna wersja tekstu w Wordzie,
 - 2) logo w postaci wektorowej (cdr., eps., ai),
 - 3) zdjęcia, grafika w dobrej rozdzielczości (300dpi),
 - 4) format,
 - 5) termin wykonania projektu, który nie jest równoznaczny z terminem wydruku.

§11

W przypadku projektów innych niż materiały graficzne np. spoty w telewizji, radio, spoty na ekranach LED itp. jednostki w całej rozciągłości odpowiadają za realizację przedsięwzięcia po uprzednim zaakceptowaniu scenariusza przez Sekcję Promocji. Czołówka filmu/programu/spotu powinna koniecznie być zrealizowana w formie zgodnej z Zasadami stosowania logotypów Politechniki Koszalińskiej.

V. Realizacja projektów drukowanych

§12

1. W zakresie realizacji projektów drukowanych Sekcja Promocji pośredniczy w wycenie, przygotowaniu projektu oraz wysłaniu do druku.
2. Drukowane materiały promocyjne (np. ulotki, informator uczelniany, zasady przyjęć) są tworzone w oparciu o aktualne informacje pochodzące z poszczególnych jednostek organizacyjnych.
3. Za treść materiałów w całości odpowiada zamawiający czyli kierownik podstawowej jednostki organizacyjnej zlecającej druk.

VI. Zamawianie materiałów reklamowych (gadżetów)

§13

W zakresie zamawiania materiałów reklamowych Sekcja Promocji pośredniczy w pozyskaniu wizualizacji gadżetów promocyjnych, przygotowaniu projektu nadruku, wycenie oraz wysłaniu zamówienia do realizacji.

Zamieszczanie reklam i ogłoszeń w prasie.

§15

W zakresie zamieszczania reklam i ogłoszeń prasowych Sekcja Promocji pośredniczy w wycenie, przygotowaniu projektu, a także opublikowaniu ich w prasie.

VII. Zamieszczanie informacji na stronie internetowej Uczelni.

§16

1. Wszystkie jednostki organizacyjne Politechniki Koszalińskiej mogą zamieszczać informacje o planowanych wydarzeniach w serwisie internetowym Uczelni (strona główna „Aktualności”, zakładka „Prezentacja Uczelni”). Akceptacji dokonuje Sekcja Promocji w porozumieniu z Biurem Rektora.
2. Informacje do części serwisu „Aktualności” oraz „Prezentacja Uczelni” są umieszczane na stronie internetowej przez pracowników Sekcji Promocji.
3. Jednostka, która chce zamieścić informację na stronie internetowej, powinna dostarczyć na

minimum **24 godziny** przed planowanym umieszczeniem na stronie następujące dane:

- 1) nazwa wydarzenia,
 - 2) termin rozpoczęcia i zakończenia,
 - 3) organizator,
 - 4) miejsce wydarzenia,
 - 5) dane kontaktowe do osoby zajmującej się organizacją wydarzenia,
 - 6) krótki opis wydarzenia,
 - 7) adres URL stron internetowych, na których znajdują się dalsze informacje.
4. Dane wymienione w poprzednim punkcie należy przesłać w formie elektronicznej na adres e-mail pracowników Sekcji.

VIII. Zamieszczanie informacji w newsletterze.

§17

Wszelkie informacje umieszczane w Newsletterze przyjmowane są uprzednio na e-mail: newsletter@tu.koszalin.pl. Po dokonaniu selekcji przez pracownika Sekcji Promocji zostaną opublikowane w Newsletterze.

IX. Stanowiska promocyjne.

§18

1. Sekcja Promocji w zakresie swoich obowiązków zapewnia materiały reklamowe i pokrywa koszty związane z wynajmem stanowisk (głównie na targach edukacyjnych, festiwalach nauki, dniach otwartych itp.) mających na celu promocję Politechniki Koszalińskiej. Ilość organizowanych stanowisk jest zgodna z zaplanowanymi środkami w rocznym planie promocji.
2. W zależności od charakteru imprezy promocyjnej stanowisko obsługują pracownicy Sekcji Promocji lub pracownicy wydelegowani z jednostek organizacyjnych uczelni.
3. Jednostki organizacyjne powinny w razie potrzeby delegować swoich przedstawicieli do stoisk promocyjnych wskazanych w pkt.1.
4. Jednostki pokrywają koszty delegacji wyznaczonych pracowników (z ewentualnym noclegiem) oraz transport. Koszty transportu np. busem dzielone są równo pomiędzy wszystkie wyjeżdżające jednostki.

IX. Organizacja imprez.

§19

Sekcja Promocji jest w całości odpowiedzialna za imprezy uwzględnione w rocznym planie sekcji.

§20

Sekcja Promocji współpracuje z Biurem Rektora, Jednostkami Organizacyjnymi, a także Parlamentem Studentów Politechniki Koszalińskiej w zakresie organizacji imprez ogólnouczelnianych.

§21

W przypadku imprez promocyjnych, które nie wynikają z zatwierdzonego wcześniej planu promocji, pracownicy Sekcji Promocji nie uczestniczą w nich, chyba że zakres obowiązków służbowych wskazuje, iż mogliby wnieść merytoryczny wkład we wskazanych imprezach.