



REGULAMIN CENTRUM KOMUNIKACJI I PROMOCJI UNIwersytetu Gdańskiego

Spis treści

§ 1. Przepisy ogólne.....	2
§ 2. Dyrektor Centrum.....	2
§ 3. Rada Centrum.....	2
§ 4. Struktura Centrum.....	3
§ 5. Zadania szczegółowe Zespołu Prasowego	3
§ 6. Zadania szczegółowe Zespołu Promocji	4
§ 7. Kierownicy Zespołów Centrum	5
§ 8. Finansowanie działalności Centrum	5

§ 1. Przepisy ogólne

1. Centrum Komunikacji i Promocji Uniwersytetu Gdańskiego, zwane dalej „Centrum”, jest ogólnouniwersytecką pozawydziałową jednostką organizacyjną podporządkowaną bezpośrednio Rektorowi i utworzoną w celu:
 - 1) gromadzenia, przygotowywania i rozpowszechniania informacji wewnątrz i na zewnątrz Uniwersytetu Gdańskiego, zwanego dalej „Uniwersytetem” lub „Uczelnią”;
 - 2) prowadzenia działań promocyjnych Uniwersytetu.
2. Centrum współpracuje ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu, w szczególności Gazetą Uniwersytecką, Radiem MORS oraz Centrum Produkcji Filmowej i Dokumentalnej.

§ 2. Dyrektor Centrum

1. Centrum kieruje Dyrektor.
2. Dyrektora Centrum powołuje i odwołuje Rektor. Dyrektor Centrum jest powoływany na okres kadencji odpowiadającej kadencji Rektora.
3. Dyrektorem Centrum może być nauczyciel akademicki zatrudniony w Uniwersytecie jako podstawowym miejscu pracy w pełnym wymiarze czasu pracy.
4. Do zadań Dyrektora Centrum należy:
 - 1) reprezentowanie Centrum na podstawie pełnomocnictwa udzielonego przez Rektora;
 - 2) przygotowywanie rocznego planu działalności Centrum i przedstawianie go Rektorowi do zatwierdzenia;
 - 3) kontrola realizacji przez Centrum planu, o którym mowa w pkt 2;
 - 4) inicjowanie współpracy z innymi jednostkami organizacyjnymi UG, w szczególności w zakresie opracowywania strategii komunikacji, a także inicjowanie współpracy w tym zakresie z podmiotami spoza Uniwersytetu;
 - 5) zarządzanie mieniem Centrum oraz gospodarowanie środkami finansowymi pozostającymi w dyspozycji Centrum;
 - 6) zapewnianie warunków do kształcenia i podnoszenia kwalifikacji pracowników Centrum;
 - 7) występowanie do Rektora z wnioskami w sprawach zatrudnienia, awansu i nagradzania pracowników Centrum;
 - 8) sporządzanie rocznego sprawozdania z działalności Centrum i przedstawianie go Rektorowi do zatwierdzenia;
 - 9) podejmowanie decyzji w sprawach dotyczących Centrum, niezastrzeżonych do kompetencji organów Uniwersytetu oraz osób pełniących funkcje kierownicze w Uniwersytecie.

§ 3. Rada Centrum

1. W Centrum działa Rada będąca organem doradczym Dyrektora Centrum.
2. Przewodniczącym Rady Centrum jest Dyrektor Centrum.
3. W skład Rady Centrum wchodzi:
 - 1) Dyrektor Centrum;
 - 2) Redaktor naczelny Gazety Uniwersyteckiej;

- 3) Kierownik Biura Studia Radiowego Radia MORSE;
 - 4) Dyrektor lub Zastępca Dyrektora Centrum Produkcji Dokumentalnej i Filmowej;
 - 5) Kierownik Zespołu Prasowego Centrum;
 - 6) Kierownik Zespołu Promocji Centrum.
4. W posiedzeniach Rady mogą uczestniczyć z głosem doradczym przedstawiciele społeczności akademickiej Uniwersytetu, zaproszeni przez Dyrektora Centrum.
5. Do zadań Rady Centrum należy:
- 1) opiniowanie rocznego planu działalności Centrum przygotowanego przez Dyrektora Centrum;
 - 2) przygotowywanie bieżących planów dotyczących rozpowszechniania informacji przez kanały komunikacyjne Uniwersytetu;
 - 3) zgłaszanie inicjatyw w zakresie działalności Centrum.

§ 4. Struktura Centrum

1. W strukturze organizacyjnej Centrum działają:
 - 1) Zespół Prasowy;
 - 2) Zespół Promocji.
2. W celu realizacji zadań Centrum przewidzianych niniejszym regulaminem Rektor, z własnej inicjatywy lub na uzasadniony wniosek Dyrektora Centrum, może tworzyć w strukturze organizacyjnej Centrum inne jednostki niż wskazane w ust. 1 oraz określać ich zadania i skład osobowy.
3. W celu realizacji zadań Centrum przewidzianych niniejszym regulaminem Dyrektor Centrum może również tworzyć komisje lub zespoły lub wyznaczać koordynatora.

§ 5. Zadania szczegółowe Zespołu Prasowego

Do zadań Zespołu Prasowego należy w szczególności:

- 1) tworzenie wizerunku Uczelni zgodnie ze strategią Uniwersytetu Gdańskiego uchwaloną przez Senat;
- 2) prowadzenie polityki informacyjnej Uczelni zgodnie z przyjętą strategią komunikacji Uniwersytetu Gdańskiego;
- 3) reprezentowanie w mediach stanowiska organów Uniwersytetu w zakresie statutowej działalności Uczelni;
- 4) współpraca z organami Uniwersytetu oraz osobami pełniącymi funkcje kierownicze w Uniwersytecie w zakresie relacji z mediami; prowadzenia media relations;
- 5) przygotowywanie informacji dla mediów oraz konferencji prasowych na szczeblu uczelnianym; współpraca z mediami na szczeblu uczelnianym;
- 6) przygotowywanie informacji na stronę internetową Uniwersytetu w zakresie strategicznych działań i kierunków rozwoju Uczelni;
- 7) prowadzenie monitoringu mediów w zakresie publikacji o Uniwersytecie oraz prowadzenie archiwum informacji prasowych na temat Uniwersytetu;
- 8) prowadzenie bazy danych dziennikarzy oraz podmiotów medialnych zajmujących się szkolnictwem wyższym i nauką;
- 9) gromadzenie i opracowywanie danych do publikowanych w mediach rankingów uczelni;

- 10) przygotowywanie uczelnianego newslettera;
- 11) współpraca z Zespołem Promocji w zakresie prowadzenia działań promocyjnych Uniwersytetu.

§ 6. Zadania szczegółowe Zespołu Promocji

Do zadań Zespołu Promocji należy w szczególności:

- 1) realizacja lub wspieranie działań promocyjnych i informacyjnych podejmowanych indywidualnie przez jednostki organizacyjne Uczelni oraz kontrola ich zgodności z systemem identyfikacji wizualnej oraz wizerunkiem Uniwersytetu;
- 2) wdrażanie w jednostkach organizacyjnych Uczelni identyfikacji wizualnej Uniwersytetu;
- 3) opracowywanie i przygotowywanie publikacji oraz materiałów audiowizualnych promujących Uniwersytet wśród różnych grup docelowych;
- 4) opracowywanie oraz nadzorowanie, we współpracy z Biurem Rekrutacji i trzykrotnie w ciągu roku – w marcu, czerwcu i wrześniu, medialnej kampanii promocyjnej wspierającej rekrutację na prowadzone w Uniwersytecie studia stacjonarne i niestacjonarne, do szkół doktorskich oraz na studia podyplomowe i inne formy kształcenia;
- 5) współpraca z osobami odpowiedzialnymi za działania promocyjne na poszczególnych wydziałach;
- 6) współpraca z Zespołem Prasowym i Działem Zamówień Publicznych przy przygotowywaniu i przesyłaniu do mediów materiałów reklamowych Uniwersytetu;
- 7) współpraca z wydziałami, Centrum Transferu Technologii oraz Centrum Analiz i Ekspertyz przy promocji osiągnięć naukowych i patentowych Uczelni;
- 8) współpraca z Gazetą Uniwersytecką, Radiem MORS oraz Centrum Produkcji Filmowej i Dokumentalnej przy przygotowywaniu materiałów reportaży z najważniejszych wydarzeń w działalności Uniwersytetu;
- 9) współpraca z innymi jednostkami UG przy promocji działalności tych jednostek;
- 10) zamawianie produktów promocyjnych i materiałów konferencyjnych, oznaczonych elementami systemu identyfikacji wizualnej Uniwersytetu, na potrzeby jednostek Uczelni, we współpracy z Działem Zamówień Publicznych;
- 11) współpraca z uczelnianymi organizacjami studenckimi i organizacjami doktorantów w zakresie wykorzystywania elementów systemu identyfikacji wizualnej Uniwersytetu podczas konferencji i wydarzeń naukowych organizowanych przez te organizacje;
- 12) organizacja „Targów Akademia” oraz współpraca z wydziałami przy organizacji „Dni Otwartych” Uniwersytetu;
- 13) promocja konferencji oraz innych ważnych wydarzeń i uroczystości organizowanych w Uniwersytecie;
- 14) współpraca przy organizowaniu wizyt gości oraz uroczystości na szczeblu uczelnianym;
- 15) tworzenie oraz archiwizowanie dokumentacji fotograficznej ważnych wydarzeń w działalności Uczelni;
- 16) współpraca z Sekcją WWW Centrum Informatycznego UG oraz Zespołem Prasowym w zakresie przygotowywania aktualności na stronę internetową Uniwersytetu.

§ 7. Kierownicy Zespołów Centrum

Rektor powołuje na wniosek Dyrektora Centrum kierowników zespołów, o których mowa § 4 ust. 1 pkt 1 i 2. Zakresy obowiązków tych kierowników określa Dyrektor Centrum.

§ 8. Finansowanie działalności Centrum

1. Działalność Centrum jest finansowana ze środków Uniwersytetu Gdańskiego. Centrum może pozyskiwać środki pochodzące z innych źródeł w celu finansowania swojej działalności.
2. Działalność Centrum jest uwzględniana w planie rzeczowo-finansowym Uniwersytetu.
3. Dysponentem środków finansowych Centrum jest Rektor lub Dyrektor Centrum, działający na podstawie upoważnienia Rektora.