

Centrum Promocji

§ 7

1. Głównym zadaniem **Centrum Promocji** jest kształtowanie wizerunku UEW oraz prowadzenie działań z zakresu PR zgodnie z założeniami misji, wizji i strategii UEW. Działania Centrum Promocji, skupiają się wokół dbania o wizerunek marki UEW, promowania oferty Uczelni, umocnienia jej pozycji na rynku i strategii budowania relacji między Uczelnią a interesariuszami.
2. Do zadań **Centrum Promocji** należy w szczególności:
 - 1) koordynowanie procesu planowania marketingowego strategicznego i operacyjnego;
 - 2) opracowanie i wdrożenie strategii promocji UEW w powiązaniu ze Strategią UEW;
 - 3) opracowywanie rocznych planów działań związanych z realizacją przyjętej strategii komunikacji marketingowej;
 - 4) prowadzenie spójnej wewnętrznej i zewnętrznej polityki informacyjnej Uczelni;
 - 5) prowadzenie działań promocyjnych z wykorzystaniem mediów tradycyjnych i elektronicznych, związanych z promocją oferty Uczelni we współpracy z merytorycznie odpowiedzialnymi jednostkami organizacyjnymi.
3. W ramach Centrum Promocji funkcjonują:
 - 1) Dział Eventów i Projektów Marketingowych;
 - 2) Dział Komunikacji Marketingowej;
 - 3) Sekcja Kreatywna.
4. **Dział Eventów i Projektów Marketingowych** realizuje następujące zadania:
 - 1) promowanie marki UEW poprzez organizację /udział w wydarzeniach;
 - 2) współpraca w zakresie promocji Uczelni z innymi jednostkami organizacyjnymi UEW w odniesieniu do planowanych działań związanych z realizacją przyjętej strategii komunikacji marketingowej;
 - 3) organizowanie Inauguracji Roku Akademickiego oraz Święta Uczelni we współpracy z Biurem Rektora;
 - 4) współpraca z Biurem Rektora przy obsłudze patronatów nad wydarzeniami na wniosek partnerów zewnętrznych i jednostek organizacyjnych Uczelni;
 - 5) koordynowanie i realizacja wydarzeń związanych z promocją UEW, ujętych w planie działań związanych z realizacją przyjętej strategii komunikacji wraz z ich obsługą informacyjną i promocyjną;
 - 6) współpraca z podwykonawcami UEW (np. agencjami reklamowymi, wydawcami, studiami graficznymi, studiami produkcji filmowej);
 - 7) koordynowanie procesu zamawiania i zakupu gadżetów promocyjnych;

- 8) zarządzanie projektami marketingowymi oraz eventowymi ujętymi w planie działań związanych z realizacją przyjętej strategii komunikacji marketingowej.

5. **Dział Komunikacji Marketingowej** realizuje następujące zadania:

- 1) kształtowanie wizerunku i budowanie świadomości marki UEW;
- 2) pozycjonowanie, promowanie i zwiększanie ekspozycji marki UEW;
- 3) realizacja przyjętej strategii komunikacyjnej (online i offline, PR);
- 4) opracowywanie planu komunikacji marketingowej w zakresie offline i online wraz z realizacją kalendarza wydarzeń i akcji promocyjnych zgodnie ze strategią UEW;
- 5) współtworzenie komunikacji wewnętrznej w Uczelni, w celu wzmocnienia jej roli w organizacji, w zakresie przyjętej strategii komunikacji marketingowej;
- 6) rozwijanie narzędzi komunikacji marketingowej;
- 7) przygotowywanie i dystrybucja materiałów promocyjnych i wizerunkowych Uczelni;
- 8) nadzór nad stroną internetową UEW (współtworzenie, prowadzenie, redakcja i aktualizacja treści na stronach WWW);
- 9) prowadzenie kont UEW w mediach społecznościowych;
- 10) monitorowanie i analiza danych rynkowych, zachowań kandydatów i klientów oraz działań konkurencji w środowisku cyfrowym;
- 11) analizy trendów marketingowych w obszarach offline i online (w tym w mediach społecznościowych);
- 12) analiza konkurencji na rynku usług edukacyjnych;
- 13) współpraca z mediami w zakresie wydarzeń realizowanych przez Centrum Promocji;
- 14) monitoring mediów, bieżące raportowanie i rekomendacja kierunków zmian;
- 15) współpraca z Rzecznikiem Prasowym Rektora UEW w zakresie publikacji treści promocyjnych w mediach tradycyjnych oraz w zakresie realizacji konferencji prasowych dotyczących wydarzeń organizowanych przez Centrum Promocji;
- 16) współpraca z partnerami zewnętrznymi w obszarze działania Centrum Promocji (np. agencje reklamowe, studia produkcji filmowej);
- 17) współpraca z innymi jednostkami organizacyjnymi Uczelni, Samorządem Studentów, organizacjami studenckimi, Fundacją Rozwoju UEW i Stowarzyszeniem Absolwentów w celu promocji marki Uczelni;
- 18) zapewnienie obsługi video i fotograficznej wydarzeń organizowanych przez Uczelnię.

6. **Sekcja Kreatywna** odpowiada za wizualną stronę komunikacji marki i realizuje następujące zadania:

- 1) tworzenie pomysłów i koncepcji kampanii reklamowych;
- 2) współpraca z pozostałymi działami Centrum Promocji w przygotowywaniu strategii kampanii i akcji promocyjnych;
- 3) tworzenie koncepcji oraz projektów na podstawie otrzymanego briefu kreatywnego;

- 4) monitorowanie zgodności prac graficznych i video contentu z założeniami projektowymi;
- 5) dbanie o atrakcyjność, czytelność i spójność wizualną przygotowywanych materiałów graficznych i materiałów video;
- 6) przygotowywanie opracowań graficznych wydarzeń organizowanych przez Uczelnię;
- 7) współtworzenie komunikacji wizualnej oraz materiałów brandingowych dla jednostek oraz organizacji w ramach UEW;
- 8) opracowywanie zasad Systemu Identyfikacji Wizualnej UEW i nadzór nad ich przestrzeganiem przez jednostki organizacyjne, organizacje studenckie, członków wspólnoty Uczelni oraz osoby i podmioty zewnętrzne;
- 9) informowanie o prawnie chronionych znakach identyfikujących Uczelnię (logo, godło i nazwa).