

Zarządzenie nr 84/15

z dnia 10 listopada 2015 r. Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach w sprawie zmian w strukturze organizacyjnej jednostek podlegających Prorektorowi ds. Internacjonalizacji i Marketingu

W trybie § 51 ust. 4, na podstawie § 38 ust. 1 Statutu Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, **zarządzam**, co następuje:

§ 1

W strukturze organizacyjnej jednostek podlegających merytorycznie i służbowo Prorektorowi ds. Internacjonalizacji i Marketingu wprowadza się następujące zmiany:

1. tworzy się jednostkę organizacyjną o nazwie **Biuro Komunikacji i Relacji Międzynarodowych** (MKM), poprzez przekształcenie Zespołu Promocji Zagranicznej,
2. w Biurze Promocji i Nowych Mediów:
 - a) tworzy się **Zespół Informacji i Nowych Mediów** poprzez połączenie Zespołu Nowych Mediów i Zespołu ds. Informacji,
 - b) w związku z postanowieniami ust. 1 likwiduje się Zespół Promocji Zagranicznej.
3. przenosi się Stanowisko ds. Pozycjonowania i Akredytacji Międzynarodowej z Biura Internacjonalizacji do Biura Komunikacji i Relacji Międzynarodowych.

§ 2

W związku z postanowieniami § 1 ust. 2 i 3 ustala się znowelizowane zakresy zadań dla Biura Promocji i Nowych Mediów oraz Biura Internacjonalizacji, określone odpowiednio w § 4 i § 5 niniejszego zarządzenia.

§ 3

Do zadań **Biura Komunikacji i Relacji Międzynarodowych** należy organizacja i koordynowanie działań w zakresie kreowania wizerunku i promocji Uniwersytetu na arenie międzynarodowej, a w szczególności:

1. w zakresie komunikacji międzynarodowej:
 - a) promocja międzynarodowa Uniwersytetu, ze szczególnym uwzględnieniem rynków priorytetowych,
 - b) inicjowanie i prowadzenie akcji promocyjno–rekrutacyjnych skierowanych do kandydatów zagranicznych,
 - c) promowanie i inicjowanie działań związanych z pozyskiwaniem nowych partnerów zagranicznych,
 - d) monitoring działań uczelni zagranicznych w zakresie promocji międzynarodowej i umiędzynarodowienia Uniwersytetu,
 - e) współpraca z Biurem Internacjonalizacji w zakresie promocji internacjonalizacji oraz mobilności pracowników Uniwersytetu i zagranicznych nauczycieli akademickich,
 - f) wsparcie promocyjne i informacyjne wydarzeń rektorskich, konferencji naukowych, wydarzeń studenckich o charakterze międzynarodowym,
 - g) planowanie i rozporządzanie materiałami promocyjnymi oraz gadżetami w językach obcych, zgodnymi z Systemem Identyfikacji Wizualnej Uniwersytetu – we współpracy z Biurem Promocji i Nowych Mediów,
 - h) koordynacja komunikacji prowadzonej w językach obcych w mediach własnych Uniwersytetu, w tym na stronach internetowych,
 - i) administrowanie oficjalnymi obcojęzycznymi profilami Uniwersytetu w mediach społecznościowych,

2. w zakresie kreowania i utrzymywania relacji międzynarodowych Uniwersytetu:
 - a) obsługa korespondencji zagranicznej władz Uniwersytetu,
 - b) inicjowanie oraz koordynowanie działań związanych z udziałem Uniwersytetu w międzynarodowych sieciach współpracy akademickiej oraz konsorcjach międzynarodowych,
 - c) organizowanie lub współorganizowanie wydarzeń ogólnouczelnianych, konferencji specjalnych o charakterze międzynarodowym,
 - d) tworzenie trwałych form współpracy ze studentami i absolwentami zagranicznymi oraz utrzymywanie relacji z pracownikami lub współpracownikami Uniwersytetu pochodzącymi z zagranicy,
 - e) reprezentacja Uniwersytetu w Konsorcjum Uczelni Śląskich SUN,
 - f) współpraca z Senacką Komisją ds. Współpracy Międzynarodowej,
3. w zakresie koordynowania działań związanych z pozycjonowaniem i akredytacjami międzynarodowymi:
 - a) planowanie i koordynowanie prac związanych z przygotowaniem materiałów dotyczących pozycjonowania i akredytacji międzynarodowej, w tym współpraca w zakresie ewaluacji Uniwersytetu oraz jednostek organizacyjnych,
 - b) współpraca z jednostkami odpowiedzialnymi za przygotowanie materiałów do rankingów międzynarodowych,
 - c) monitorowanie realizacji umów międzynarodowych,
 - d) współpraca z jednostkami organizacyjnymi i pracownikami Uniwersytetu w związku z nawiązanymi kontaktami z partnerami zagranicznymi w celu zawarcia umów bilateralnych/wielostronnych (w tym przygotowanie projektów umów, porozumień, listów intencyjnych oraz pomoc w załatwieniu formalności związanych z ich podpisaniem przez Władze Uniwersytetu),
 - e) koordynowanie działań związanych z realizacją (wdrażaniem) umów z uczelniami zagranicznymi oraz umów ramowych z uczelniami i instytucjami zagranicznymi dotyczących internacjonalizacji Uniwersytetu,
4. pełnienie roli jednostki realizującej zamówienie w zakresie współpracy międzynarodowej Uniwersytetu, w rozumieniu Instrukcji Udzielania Zamówień Publicznych w Uniwersytecie,
5. współpraca z Biurem Promocji i Nowych Mediów, Biurem Internacjonalizacji, Rzecznikiem Prasowym, Wydziałami, organizacjami studenckimi, Biurem Dydaktyki, Biurem Międzynarodowej Wymiany Studentów oraz Akademickim Centrum Kariery oraz z pozostałymi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu w zakresie powierzonych zadań.

§ 4

Do zadań **Biura Promocji i Nowych Mediów** należy organizacja i koordynowanie działań w zakresie promocji krajowej Uniwersytetu oraz komunikacji z otoczeniem Uniwersytetu, a w szczególności:

1. w zakresie promocji krajowej Uniwersytetu:
 - a) kreowanie wizerunku i promocja Uniwersytetu w kraju oraz koordynacja działalności w tym zakresie,
 - b) zapewnienie spójności identyfikacji wizualnej Uniwersytetu,
 - c) przygotowywanie materiałów informacyjno-promocyjnych o Uniwersytecie, w tym multimedialnych, we współpracy z Biurem Komunikacji i Relacji Międzynarodowych,
 - d) planowanie i realizacja kampanii promocyjnych i informacyjnych ukierunkowanych na pozyskanie kandydatów na studia,
 - e) przygotowanie stoisk i materiałów na targi edukacyjne, targi pracy oraz inne wydarzenia promocyjne, we współpracy z jednostkami odpowiedzialnymi za kształcenie w Uniwersytecie,
 - f) przygotowanie, rozporządzanie i inwentaryzacja materiałów promocyjnych oraz gadżetów, zgodnych z Systemem Identyfikacji Wizualnej Uniwersytetu – we współpracy z Biurem Komunikacji i Relacji Międzynarodowych,

- g) organizacja wydarzeń wizerunkowych i promocyjnych,
 - h) wspomaganie kampanii informacyjnych dotyczących dorobku naukowego oraz oferty naukowej i eksperckiej Uniwersytetu,
 - i) opracowywanie szablonów dokumentów, prezentacji, rotatorów i innych materiałów, w wersji tradycyjnej i elektronicznej, uwzględniających prawidłowe zastosowanie identyfikacji wizualnej Uniwersytetu,
 - j) inicjowanie i realizację nowych projektów z partnerami krajowymi,
 - k) działania aktywizujące dla dzieci i młodzieży w ramach kształcenia ustawicznego oraz ich promocja,
 - l) zarządzanie budżetem promocyjnym Uniwersytetu z uwzględnieniem potrzeb jednostek (w tym samodzielności budżetowej wydziałów oraz projektów) w tym zakresie, we współpracy z Biurem Komunikacji i Relacji Międzynarodowych,
 - m) prowadzenie spraw dotyczących udzielania patronatów honorowych przez Uniwersytet,
 - n) monitoring działań uczelni krajowych w zakresie promocji krajowej,
2. w zakresie informacji i nowych mediów:
- a) utrzymanie, administracja i rozwój serwisu internetowego Uniwersytetu,
 - b) koordynacja komunikacji w mediach własnych Uniwersytetu, w tym na stronach internetowych, oficjalnych profilach Uniwersytetu w mediach społecznościowych itp., prowadzonej w języku polskim,
 - c) nadzór marketingowy nad domenami Uniwersytetu przy wsparciu realizacyjnym Centrum Informatycznego,
 - d) redagowanie głównych sekcji serwisu www Uniwersytetu z uwzględnieniem możliwości samodzielnego zarządzania treścią przez wybrane jednostki organizacyjne,
 - e) szkolenia i pomoc dla pracowników jednostek/redaktorów,
 - f) monitoring działań Uniwersytetu w elektronicznych mediach własnych przy wykorzystaniu systemów analitycznych,
 - g) monitoring obecności marki Uniwersytetu w internecie,
 - h) organizowanie i koordynowanie obecności Uniwersytetu w polskojęzycznych mediach społecznościowych,
 - i) nadzór nad spójną identyfikacją wizualną serwisów Uniwersytetu,
 - j) wdrażanie elektronicznych wersji materiałów promocyjnych,
 - k) wdrażanie narzędzi do monitoringu i analizy ruchu na stronach internetowych Uniwersytetu,
 - l) inicjowanie i prowadzenie nowych projektów na rzecz rozwoju komunikacji w nowych mediach w kraju,
 - m) współtworzenie strategii krajowej komunikacji marketingowej,
 - n) redagowanie i prowadzenie sekcji głównych serwisu internetowego Uniwersytetu,
 - o) redagowanie i dystrybucja Elektronicznego Biuletynu Uczelnianego,
 - p) administrowanie Biuletynem Informacji Publicznej Uniwersytetu,
 - q) redagowanie i publikacja informacji na ekranach elektronicznych,
 - r) wsparcie Rzecznika Prasowego w przygotowywaniu materiałów informacyjnych dla mediów, w tym elektronicznych,
 - s) współpraca z Rzecznikiem Prasowym w zakresie monitoringu mediów,
 - t) przygotowywanie i gromadzenie przeglądów mediów z wykorzystaniem zewnętrznego monitoringu mediów,
 - u) prowadzenie serwisu fotograficznego Uniwersytetu oraz galerii zdjęć w serwisie www Uniwersytetu,
 - v) współpraca z Rzecznikiem Prasowym, Wydziałami i jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu oraz działającymi organizacjami i stowarzyszeniami w zakresie pozyskiwania informacji o działaniach podejmowanych w Uniwersytecie.
3. pełnienie roli jednostki realizującej zamówienie w zakresie działalności promocyjnej w rozumieniu Instrukcji Udzielania Zamówień Publicznych w Uniwersytecie,

4. współpraca z Rzecznikiem Prasowym, Biurem Komunikacji i Relacji Międzynarodowych, Wydziałami, organizacjami studenckimi oraz pozostałymi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu w zakresie powierzonych zadań.

§ 5

Do zadań **Biura Internacjonalizacji** należy organizacja i koordynowanie działań związanych z realizacją współpracy międzynarodowej w dziedzinie kształcenia, badań naukowych i rozwijania relacji z uczelniami i instytucjami zagranicznymi, a w szczególności:

1. w zakresie wymiany międzynarodowej:
 - a) organizacja i obsługa międzynarodowej wymiany nauczycieli akademickich oraz innych pracowników Uniwersytetu,
 - b) inicjowanie działań mających na celu wspomaganie mobilności pracowników Uniwersytetu,
 - c) inicjowanie i koordynacja działań w celu podjęcia współpracy z uczelniami zagranicznymi w celu zwiększenia międzynarodowej wymiany pracowników,
2. w zakresie projektów międzynarodowych:
 - a) poszukiwanie i promowanie projektów międzynarodowych, w tym naukowych, badawczych i innych (z wyłączeniem projektów inwestycyjnych) finansowanych lub współfinansowanych ze środków zagranicznych,
 - b) inicjowanie działań mających na celu pozyskiwanie środków zagranicznych na finansowanie działalności Uniwersytetu – ze szczególnym uwzględnieniem środków na działalność naukowo – badawczą,
 - c) gromadzenie i udostępnianie informacji w sprawie trybu i kryteriów finansowania projektów międzynarodowych,
 - d) udzielanie pomocy w konstruowaniu i negocjowaniu umów w zakresie zapisów dotyczących finansowania, określenia kosztów kwalifikowanych, prefinansowania projektów międzynarodowych,
3. pełnienie roli jednostki realizującej zamówienie w zakresie internacjonalizacji, Uniwersytetu, w rozumieniu Instrukcji Udzielania Zamówień Publicznych w Uniwersytecie,
4. współpraca z Biurem Komunikacji i Relacji Międzynarodowych, Biurem Badań i Projektów Naukowych, Senacką Komisją ds. Współpracy Międzynarodowej oraz innymi jednostkami organizacyjnymi w zakresie współpracy międzynarodowej i umiędzynarodowienia Uniwersytetu.

§ 6

1. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem 16 listopada 2015 roku, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. Postanowienia § 3 ust. 4 wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2016 roku.

Rektor


prof. dr hab. Leszek Żabiński