

ZARZĄDZENIE NR 1071
Rektora Politechniki Białostockiej
z dnia 24 stycznia 2020 roku

➤ w sprawie zasad prowadzenia działalności promocyjnej w Politechnice Białostockiej

Na podstawie art. 23 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2020 r. poz. 85) oraz § 26 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 Statutu Politechniki Białostockiej, zarządzam, co następuje:

§ 1

1. Wprowadzam zasady działalności promocyjnej mające na celu zapewnienie spójnej polityki promocyjnej w Politechnice Białostockiej, integrację przedsięwzięć i działań promocyjnych oraz zagwarantowanie racjonalnego i efektywnego wydatkowania środków publicznych.
2. Przez promocję rozumię się wszelkie działania promocyjne, jak i informacyjne służące kreowaniu pozytywnego wizerunku Uczelni oraz jej oferty edukacyjnej, w szczególności poprzez:
 - 1) organizację przedsięwzięć tj.: eventów, spotkań, targów, konkursów, wystaw, pokazów;
 - 2) zakup materiałów poligraficznych informacyjnych i promocyjnych, np.: broszur, informatorów, ulotek, plakatów, katalogów, albumów, kalendarzy, zaproszeń, teczek, kart świątecznych, itp.;
 - 3) zakup drobnych gadżetów reklamowych, np.: długopisy, smycze, kubki, odzież reklamowa, pamięć przenośna typu pendrive, itp.;
 - 4) zakup wyposażenia wystawienniczego np.: namioty, roll-up'y, banery, ścianki x-banner, itp.;
 - 5) zlecenie produkcji filmów video, spotów promocyjnych i informacyjnych;
 - 6) opracowanie projektów graficznych;
 - 7) reklamę zewnętrzną (outdoor), m.in.: bilbordy, siatki i druki wielkoformatowe, banery, itp.;
 - 8) tworzenie serwisów www;
 - 9) reklamę w Internecie, m.in.: media społecznościowe, reklama Google Ads, pozycjonowanie, remarketing, banery reklamowe, itp.).
3. Promocja Politechniki Białostockiej, zwana dalej „promocją”, prowadzona jest na następujących poziomach:
 - 1) promocja ogólnouczelniana;
 - 2) promocja realizowana przez wydziały, w tym instytuty, jednostki organizacyjne Politechniki Białostockiej oraz samorząd studentów i doktorantów, zwana dalej „promocją realizowaną przez jednostki organizacyjne”;
 - 3) promocja realizowana w ramach innych przedsięwzięć.
4. Promocja ogólnouczelniana jest organizowana wyłącznie przez Dział Promocji oraz finansowana w ramach rezerwy rektora. Do tych przedsięwzięć należą m.in.:
 - 1) Inauguracja Roku Akademickiego;
 - 2) Święto Politechniki Białostockiej;
 - 3) jubileusze Uczelni;
 - 4) spotkanie opłatkowe pracowników i studentów Politechniki Białostockiej.
5. Promocja realizowana przez jednostki organizacyjne jest finansowana ze środków określonych w planie finansowym jednostki. Do tych przedsięwzięć należą, m.in.:
 - 1) jubileusze jednostki;
 - 2) Dni Wydziału lub Dni Otwarte Wydziału;

- 3) wystawy i pokazy artystyczne;
- 4) konkursy.
6. Promocja realizowana przez jednostki organizacyjne, o których mowa w § 1 ust. 3 pkt. 2, w ramach innych przedsięwzięć jest finansowana z odrębnych źródeł. Do tych przedsięwzięć należą m.in.:
 - 1) konferencje, sympozja i seminaria o charakterze naukowym i dydaktycznym;
 - 2) odrębne umowy sponsoringu, z wyjątkiem tych, które dotyczą promocji ogólnouczelnianej;
 - 3) przedsięwzięcia finansowane z wpłat uczestników, w tym Targi Pracy, Targi Praktyk i Staży;
 - 4) prowadzone studia podyplomowe;
 - 5) imprezy sportowe;
 - 6) inne wydarzenia nieujęte w „Rocznym planie działalności promocyjnej Politechniki Białostockiej”.
7. Promocja realizowana przez jednostki organizacyjne nie może być realizowana jako odrębne przedsięwzięcie, jeśli stanowi powtórzenie działań określonych jako promocja ogólnouczelniana.
8. Zasad określonych w zarządzeniu nie stosuje się do:
 - 1) realizacji projektów, w tym projektów finansowanych ze środków zewnętrznych;
 - 2) akcji charytatywnych;
 - 3) przedsięwzięć realizowanych przez Centrum Kompetencji Politechniki Białostockiej;
 - 4) działalności usługowej Domów Studenta i Oficyny Wydawniczej;
 - 5) wynajmu powierzchni reklamowej przez Uczelnię na podstawie odrębnych umów.

§ 2

1. Uczelnia prowadzi działalność promocyjną na podstawie „Rocznego planu działalności promocyjnej Politechniki Białostockiej”, zwanego dalej „Rocznym planem działalności promocyjnej PB”, opracowanego w terminie do dnia 31 stycznia każdego roku, obejmującego obszary działalności promocyjnej, o których mowa w § 1 ust. 4, 5 i 6.
2. „Roczny plan działalności promocyjnej PB” tworzony jest na podstawie rocznych planów działalności promocyjnej poszczególnych jednostek. „Roczny plan działalności promocyjnej jednostki” opracowywany jest według wzoru stanowiącego załącznik do zarządzenia.
3. „Roczny plan działalności promocyjnej jednostki” zatwierdzany jest przez kierownika jednostki organizacyjnej.
4. Zatwierdzony „Roczny plan działalności promocyjnej jednostki” należy przekazać do dnia 15 stycznia każdego roku w formie pisemnej oraz w formie elektronicznej kierownikowi Działu Promocji.
5. Kierownik Działu Promocji weryfikuje roczne plany działań promocyjnych jednostek pod względem ich zasadności, terminowości oraz liczby zaplanowanych wydarzeń.
6. Na podstawie złożonych rocznych planów działalności promocyjnych jednostek, kierownik Działu Promocji sporządza „Roczny plan działalności promocyjnej PB” i przekazuje rektorowi do zatwierdzenia.
7. Na podstawie zatwierdzonego „Rocznego planu działalności promocyjnej PB”, kierownicy jednostek organizacyjnych realizują roczne plany działalności promocyjnej w danej jednostce.
8. W celu rozpoczęcia działań promocyjnych, kierownicy jednostek składają wnioski o zakup na zasadach obowiązujących w Uczelni, podając w merytorycznym uzasadnieniu wniosku nazwę realizowanego przedsięwzięcia promocyjnego, wskazanego w rocznym planie działań promocyjnych jednostki, z wyłączeniem obszaru określonego w § 1 ust. 6.
9. Wnioski o zakup dotyczące działań promocyjnych jednostki, wymagają akceptacji kierownika Działu Promocji.

10. W przypadku, gdy dana jednostka organizacyjna nie realizuje działań o charakterze promocyjnym i informacyjnym, kierownik jednostki organizacyjnej powiadamia o tym kierownika Działu Promocji.
11. Kierownik jednostki organizacyjnej realizującej działania promocyjne i informacyjne, wyznacza osobę do kontaktu z Działem Promocji, o czym niezwłocznie powiadamia kierownika Działu Promocji.
12. „Roczny plan działalności promocyjnej jednostki” może zostać zmieniony w trakcie roku. O planowanych nowych przedsięwzięciach lub zaniechaniu działań ujętych w planie, kierownik jednostki organizacyjnej niezwłocznie powiadamia kierownika Działu Promocji. Ostateczną decyzję w sprawie zmiany planu działalności promocyjnej jednostki, podejmuje kierownik Działu Promocji.

§ 3

1. Wszelkie materiały promocyjne i informacyjne zawierające godło lub znak poziomy Uczelni, a także ich treść i forma, wymagają przed publikacją pisemnej akceptacji kierownika Działu Promocji.
2. Materiały promocyjne i informacyjne mogą zawierać wyłącznie godło Uczelni, którego wzór określa Statut Politechniki Białostockiej.
3. Godło Uczelni powinno być eksponowane w materiałach promocyjnych i informacyjnych w sposób umożliwiający jednoznaczną identyfikację Uczelni, niezależnie od symboli identyfikacyjnych używanych przez wydziały. Zamiennie z godłem można używać w materiałach promocyjnych i informacyjnych znaku poziomego. Na wersję poziomą logo Politechniki Białostockiej składa się element graficzny – stylizowany orzeł oraz logotyp w formie napisu – Politechnika Białostocka. W wersji podstawowej logo występuje w kolorze czarnym.

§ 4

Odpowiedzialnych za prawidłową realizację zarządzenia czynię kierowników jednostek organizacyjnych oraz kierownika Działu Promocji

§ 5

1. Termin opracowania „Rocznego planu działalności promocyjnej PB” w roku 2020, wyznacza się do końca lutego 2020 roku.
2. W roku 2020, „Roczny plan działalności promocyjnej jednostki”, kierownicy poszczególnych jednostek organizacyjnych, przedkładają kierownikowi Działu Promocji najpóźniej do dnia 7 lutego 2020 roku.

§ 6

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.