

REGULAMENT DE ORGANIZARE ȘI FUNCȚIONARE

DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE, IMAGINE ȘI MARKETING INSTITUȚIONAL

Elaborat:	Director de departament: Țiplea Lavinia Diana	Semnătura
Verificat:	Director DRU: Aldea Bogdan	Semnătura
Aviz juridic:	Consilier juridic: Topai Nadia	Semnătura
Aprobat:	Consiliul de Administrație al UVT	Hotărâre nr. .../Data
Aprobat:	Senatul UVT	Hotărâre nr. .../Data
<i>Ediția 2</i>		
<i>Intrat în vigoare la data de</i>		
<i>Retras la data de</i>		

CAPITOLUL I - DISPOZIȚII GENERALE

Art. 1. Misiune

Departamentul de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional (DCIMI) este o structură a Universității de Vest din Timișoara (UVT), menită să asigure promovarea imaginii universității, transparența instituțională și comunicarea cu persoane, instituții, asociații sau organizații în scopul consolidării identității instituționale.

Art. 2. Obiective generale și specifice

(1) Obiective generale

Universitatea de Vest din Timișoara, ca instituție de învățământ superior, dorește să promoveze o politică de deschidere în fața diverselor categorii de public țintă.

DCIMI sprijină facultățile și departamentele din cadrul UVT în privința informării, creării și dezvoltării relațiilor de comunicare cu diversele categorii de public țintă interesate de oferta educațională și de cercetare din cadrul său.

Departamentul de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional asigură relația permanentă cu mass-media.

(2) Obiective specifice

- Informarea intrainstituțională cu date concrete, reale și în timp util, crearea și dezvoltarea relațiilor de comunicare între facultățile și departamentele Universității de Vest din Timișoara;
- Crearea și dezvoltarea relațiilor de comunicare cu alte instituții relevante pentru politica și viziunea universității: administrație publică, ambasade, alte instituții educaționale, companii de media, asociații și organizații profesionale și non-profit, companii private, în vederea îndeplinirii misiunii Universității de Vest din Timișoara;
- Crearea și dezvoltarea relațiilor de bună comunicare cu reprezentanții mass-media;
- Punerea în aplicare a strategiilor și a programelor de comunicare intra- și interinstituțională;
- Crearea, actualizarea permanentă și consolidarea imaginii instituționale;
- Participarea la programele de promovare a ofertei educaționale către instituțiile de învățământ preuniversitar;
- Elaborarea și implementarea unui manual de identitate a Universității de Vest din Timișoara.

CAPITOLUL II – DOCUMENTE DE REFERINȚĂ¹

Art. 3. Legislație primară

- (1) Legea 544/2001, privind liberul acces la informațiile de interes public, cu modificările ulterioare
- (2) H.G. 123/2002 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public
- (3) Ordinul Secretariatului General al Guvernului nr. 400/2015 pentru aprobarea Codului controlului intern/ managerial al entităților publice, cu modificările ulterioare
- (4) Legea educației naționale 1/2011, cu modificările ulterioare

Art. 4. Reglementări interne

- (1) Carta Universității de Vest din Timișoara
- (2) Hotărârea Senat nr. 7/14.04.2016 privind aprobarea modificărilor organigramei de structură a UVT
- (3) Procedura operațională privind organizarea conferințelor de presă
- (4) Procedura operațională privind elaborarea comunicatelor de presă
- (5) Procedura operațională privind realizarea și distribuirea materialelor promoționale
- (6) Procedura operațională privind afișajul pe panouri publicitare clasice, digitale și pe platformele online ale Universității de Vest din Timișoara

CAPITOLUL III – STRUCTURĂ ȘI ORGANIZARE

Art. 5. Structura

Departamentul de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional este condus de un Director și se subordonează din punct de vedere ierarhic Rectorului UVT.

Directorul are în subordine o echipă de membri angajați în condițiile legii și ale resurselor bugetare ale UVT.

Departamentul de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional are în structură următoarele birouri:

- (1) Comunicare și Media
- (2) Marketing și Imagine Universitară
- (3) Parteneriate Strategice și Diaspora

De asemenea, există legături funcționale, de coordonare între DCIMI și alte structuri/persoane angajate cu atribuții similare, specifice domeniului, din cadrul facultăților UVT sau din alte departamente administrative (ex. Departamentul pentru Relația cu Mediul Preuniversitar, Biroul de Comunicare și Imagine Instituțională din cadrul FEAA, etc.).

Adresa de identificare:

Universitatea de Vest din Timișoara,

Departamentul de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional

B-dul Vasile PÂRVAN, nr.4,

Telefon: 00 40 256 592 303

E-mail : dci@e-uvt.ro

¹ Se referă la baza legală de funcționare.

Art. 6. Atribuții

(1) Biroul de Comunicare și Media

Atribuții pe linia - comunicare internă / externă

- Asigură accesul la informațiile de interes public (prevăzute la art. 5 din Legea nr. 544/2001) care se comunică în scris (la avizier, sub formă de broșuri) sau electronic (CD, pagina de Internet)
- Culege și selectează informațiile din interiorul universității pentru a crea, reactualiza și completa baza de date referitoare la aceasta, în vederea optimizării comunicării interumane, intra- și interinstituționale.
- Realizează zilnic revista presei care cuprinde o selecție a știrilor utile din domeniul educației apărute în media locale și naționale.
- Realizează newsletter-ul lunar care cuprinde informații utile și bine structurate despre cele mai importante știri și evenimente care se desfășoară în cadrul instituției.
- Postează pe site-ul Universității informațiile actualizate și utile tuturor celor interesați de activitatea UVT.
- Sprijină organizarea de evenimente precum: decernarea titlurilor de Doctor Honoris Causa și alte titluri academice; conferințe regionale, naționale, internaționale, lansări de carte, concerte, vernisaje, evenimente sportive, primirea oaspeților de onoare, târguri (educaționale, de job-uri etc.).
- Sprijină activitatea de planificare a evenimentelor festive ale studenților și cadrelor didactice.
- Asigură distribuirea informațiilor utile legate de desfășurarea manifestărilor organizate la nivelul departamentelor/ facultăților universității; mediază, după caz, întâlniri oficiale cu reprezentanții altor facultăți sau universități din țară sau străinătate, cu mass-media, în urma avizării prealabile a proiectelor de către conducerea structurilor componente solicitante.

Atribuții pe linia – relațiilor cu mass-media

Responsabilii de relația cu presa în cadrul Universității de Vest din Timișoara au următoarele atribuții:

- Să furnizeze reprezentanților mass-media, prompt și complet, orice informație de interes public care privește activitatea instituției.
- Să acorde fără discriminare, în termen de cel mult două zile de la înregistrare, acreditarea reprezentanților mass-media.
- Să informeze în timp util și să asigure accesul reprezentanților mass-media la activitățile și acțiunile de interes public organizate de instituție.
- Să asigure difuzarea de comunicate, informări de presă, organizarea de conferințe de presă, interviuri sau *briefing*-uri, care primesc avizul Rectorului sau al unei persoane delegate de acesta.
- Să difuzeze reprezentanților mass media dosare de presă legate de evenimente

sau de activități ale universității, cu avizul Rectorului sau al unei persoane delegate de acesta.

- Să retragă acreditarea unui reprezentant al presei numai în condițiile în care acesta periclitează în vreun fel desfășurarea activităților instituției.
- Să faciliteze organizarea și monitorizarea aparițiilor publice ale membrilor comunității academice a UVT.
- Crearea unor relații de încredere și stimulare, a unor relații benefice între universitate și mass-media.

Atribuții pe linia – relațiilor on-line și social media

- Optimizează, menține și monitorizează platformele și strategiile de marketing realizate în mediul online: Facebook, Google Plus, Twitter, Youtube
- Manageriază platformele de social media ale instituției
- Implementează strategia de social media
- Website: optimizare de conținut și de stimulare, îmbunătățiri în structura site-ului: funcționalitate, uzabilitate, navigare de către utilizatori.
- Branding online: căutarea, identificarea și îmbunătățirea tuturor aspectelor legate de marcă în social media a UVT
- Monitorizează tendințe și încurajează adoptarea de instrumente de social media
- Promovează social media în cadrul organizației
- Gestionează fluxul de informații în mediul online între departament și actorii educaționali de interes pentru UVT (studenți - actuali, potențiali, români, străini, profesori, specialiști, cercetători, trainerii, alumni, asociații profesionale, angajatori, instituții publice etc.), dar și imaginea UVT în comunitate / societatea românească și în comunitatea academică internațională online
- Concepe și implementează o strategie de comunicare online aplicabilă UVT (comunicare externă, comunicare internă, mediatizarea de evenimente ale UVT prin canalele social media, branding departamental online aliniat celui offline prin gestionarea corectă a elementelor de identitate vizuala a UVT)
- Asigură publicații online de tip materiale de prezentare și promovare (afișe, broșuri, prezentări multimedia)
- Promovează proiectele UVT și programele educaționale ale UVT la nivel național și internațional

În cadrul Biroului de Comunicare și Media funcționează un studio de televiziune și radio online, structurat ca o redacție ce este configurată tehnic pentru înregistrarea materialelor de televiziune, montare, arhivare, elaborarea știrilor, a interviurilor și reportajelor, dar și pentru posibilitatea emiterii online. Sediul acestei redacții este situat în Sala 037 a UVT.

(2) Biroul de Marketing și Imagine Universitară

Atribuții privind crearea și consolidarea identității și imaginii universitare

- Punerea în aplicare a strategiilor și a programelor de comunicare, de creare și de consolidare a imaginii universitare.
- Sprijină procesul de realizare de materiale de prezentare a Universității – mape, afișe, felicitări, invitații, diplome, pliante, CD-uri și alte materiale publicitare, în funcție de eveniment.
- Propune și/sau susține realizarea unor materiale, evenimente, acțiuni, cu impact social, economic, mediatic, adresate potențialilor candidați, studenților, mediului academic, pentru a menține în actualitate și a dezvolta imaginea universității.
- Asigură realizarea concepției grafice și redactarea conținutului informațiilor însoțitoare pentru materialele de promovare ale universității sau, după caz, va acorda asistență structurilor componente ale universității (facultăți, catedre, departamente etc.).
- Colaborează la elaborarea materialelor și susținerea acțiunilor de promovare a ofertei educaționale și a celei din domeniul cercetării științifice.
- Susține organizarea de lansări/prezentare de carte, realizate de reprezentanți ai universității. Participarea prin programe de comunicare și de promovare a ofertei educaționale către instituțiile de învățământ preuniversitar.
- Elaborarează un manual de identitate vizuală și a procedurile de utilizare a acestuia.

(3) Biroul pentru Parteneriate Strategice și Diaspora

Obiectivul general al acestuia este circumscris viziunii mai largi a Universității de Vest din Timișoara, centrată pe identificarea și consolidarea parteneriatelor cu actori locali, naționali sau internaționali în vederea proiectării și construcției de inițiative care să extindă rezultatele excelenței sale academice, în vederea generării unui impact durabil la nivel social, economic, politic și cultural. Contribuția Biroului la îndeplinirea acestui obiectiv se va realiza prin singularizarea și cultivarea acelor parteneriate care pot să aducă plus-valoare și care sunt fie mai dificil de accesat, fie provin din domenii conexe parteneriatelor clasice ale unei instituții de învățământ superior.

Biroul intenționează să contribuie activ, împreună cu celelalte entități instituționale ale UVT direct implicate, la identificarea, definirea și conturarea acelor parteneriate care pot/vor crea liniile de forță de dezvoltare instituțională, de internaționalizare și de plasare a UVT pe palierele cele mai înalte ale competiției educaționale naționale și internaționale.

Printre atribuțiile prioritare ale Biroului se află:

- Construcția unui program de cunoaștere și apropiere a lumii diplomatice prezente în țara noastră, dar și la nivel regional/european, organizarea de întâlniri periodice cu reprezentanți ai acestora, urmărindu-se cunoașterea reciprocă, dar și facilitarea proiectelor comune de colaborare cu instituții similare din spațiile pe care aceștia le reprezintă.
- Încadrarea problematicii *diaspora și migrație* în categoria de proiecte strategice, cu tot ceea ce rezultă din acest fapt, oferirea sprijinului logistic care să garanteze, printre altele: facilitarea studiului academic al acestui fenomen; identificarea potențialilor parteneri din diaspora; inițierea, construcția și consolidarea unor parteneriate de durată, care să genereze plus-valoare în termeni de produse de cercetare, schimburi de experiență, co-tutelă în îndrumarea doctorală sau în studiile masterale, etc. Se va urmări în același timp facilitarea cooptării sau a recuperării resursei umane din diaspora prin încurajarea și susținerea activă a re/integrării acesteia în sistemul de cercetare și educațional românesc.
- Identificarea și cultivarea unor conexiuni de substanță cu personalități marcante și actori semnificativi la nivel național și internațional, etc.
- Organizarea de evenimente ad hoc care să contribuie, împreună cu celelalte entități instituționale ale UVT implicate, la conturarea unei imagini consolidate a unei universități de prim rang la nivel național și internațional.

CAPITOLUL IV – DISPOZIȚII FINALE

Art. 7. DCIMI își rezervă dreptul de a opera modificări ale acestui regulament ori de câte ori este necesar, cu aprobarea Consiliului Administrativ și a Senatului UVT.

Art. n. Prezentul Regulament a fost aprobat/modificat în ședința Senatului universitar din data de