

REGULAMENT DE ORGANIZARE ȘI FUNCȚIONARE DIRECȚIA DE COMUNICARE, IMAGINE ȘI MARKETING INSTITUȚIONAL

Elaborat:	Țiplea Lavinia	Semnătura
Verificat:	Aldea Bogdan	Semnătura
Aviz juridic:	Topai Nadia	Semnătura
Aviz control intern managerial	Has Daniela	Semnătura
Avizat:	Consiliul de Administrație al UVT	Hotărâre nr. .../ Data ...
Intrat în vigoare prin H.S. nr. din data ...		

CAPITOLUL I - DISPOZIȚII GENERALE

Art. 1. Misiune

Direcția 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.

Direcția de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional asigură relația permanentă cu mass-media atât la nivel local cât și internațional.

(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;
- Realizarea de studii comparative și analiză socială inițiate în activitățile de marketing și sondaje.

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. 600/2018 pentru aprobarea Codului controlului intern/ managerial al entităților publice, cu modificările ulterioare;
- (4) Legea învățământului superior 199/2023;
- (5) Regulamentul nr. 679/2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE;
- (6) Legea 190/2018 privind măsuri de punere în aplicare a Regulamentului (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE.

Art. 4. Reglementări interne

- (1) Carta Universității de Vest din Timișoara;
- (2) Procedura operațională privind organizarea conferințelor de presă;
- (3) Procedura operațională privind elaborarea comunicatelor de presă;
- (4) Procedura operațională privind realizarea și distribuirea materialelor promoționale;
- (5) Procedura operațională privind afișajul pe panouri publicitare clasice, digitale și pe platformele online ale Universității de Vest din Timișoara.

În cazul în care legislația se modifică sau apar noi norme, atât la nivel național, cât și intern, acestea vor prevala asupra prevederilor din prezentul regulament. Normele noi vor fi aplicabile chiar și în situațiile în care contravin celor enumerate în acest regulament.

CAPITOLUL III – STRUCTURĂ ȘI ORGANIZARE

Art. 5. Structura

Direcția de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional este condusă de Director și se subordonează din punct de vedere ierarhic Rectorului UVT. Directorul are în subordine o echipă de angajați în condițiile legii și ale resurselor bugetare ale UVT.

Direcția de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional are în structură următoarele servicii:

- (1) Serviciul Comunicare și Branding
 - 1.1 Compartiment COMPAS-UVT – (Centrul Regional de Studii Comparative și Analiză Socială din UVT)
- (2) Serviciul UVT Media Hub

¹ Se referă la baza legală de funcționare.

De asemenea, există legături funcționale, între DCIMI și alte structuri/persoane angajate cu atribuții similare, specifice domeniului, din cadrul facultăților UVT sau din alte departamente administrative.

Adresa de identificare:

Universitatea de Vest din Timișoara,

Direcția de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional

B-dul Vasile PÂRVAN, nr.4, Corp Rectorat, parter, Telefon: 00 40 256 592 303, E-mail : dcim@e-uvvt.ro

Art. 6. Atribuții

(1) Serviciul de Comunicare și Branding

Aflat în cadrul Direcției de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional, Serviciul de Comunicare și Branding asigură comunicarea la nivel intern și extern, promovează imaginea universității la nivel local, național și internațional prin realizarea materialelor promoționale, sprijină organizarea evenimentelor de către facultăți și menține relația de colaborare cu mass-media.

Componenta biroului:

- Șef serviciu
- Angajați în domeniile: Design grafic, Web design, Social-media, Copywriting, PR, Relații publice.

Atribuții ale Serviciului de Comunicare și Branding:

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, e-mail);
- 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;
- Realizează buletinul informativ cu anunțuri administrative de ordin intern;
- 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;

- Concepe și asigură implementarea strategiilor de comunicare internă și externă.

Design grafic

- 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.), prin conceperea design-ului de afișe, flyere, roll-up-uri, mesh-uri;
- Realizează design-ul pentru prezentări, cataloage, broșuri, diplome, logo-uri și orice alt material necesar pentru promovarea imaginii UVT.
- Creează concepte grafice de identitate vizuală.

Social-media

- Administrează platformele de social media ale instituției, gestionând fluxul de informații în mediul online între direcție 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;
- Postează pe site-ul universității informațiile actualizate și utile tuturor celor interesați de activitatea UVT;
- Postează pe pagina de Facebook a universității informații actualizate și utile tuturor celor interesați de activitatea UVT;
- Urcă, pe ecranele digitale din interiorul universității, materialele de promovare (afișe ale evenimentelor, anunțuri) provenite de la facultăți și de la celelalte structuri ale UVT.
- Optimizează, menține și monitorizează platformele și strategiile de marketing realizate în mediul online: Facebook, Instagram, Google Plus, Youtube, TikTok, LinkedIn;
- 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 vizuală 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.

Web design

- Creează layout-uri pentru website-uri, icoane și elemente grafice, precum și materiale grafice online (bannere, social media covers etc.);
- Realizează interfețe vizuale pentru site-uri, template-uri pentru campanii de e-mail marketing;
- Administrează platforma de e-mail marketing (Sendinblue) și blog-ul UVT;
- Publică articole pe blogul UVT;
- Creează și publică revista Newsletter UVT;

Relația cu mass-media

- Furnizează reprezentanților mass-media, prompt și complet, informații de interes public care privesc activitatea instituției;
- Acordă fără discriminare, în termen de cel mult două zile de la înregistrare, acreditarea reprezentanților mass-media;
- Informează în timp util și asigură accesul reprezentanților mass-media la activitățile și acțiunile de interes public organizate de instituție;
- Asigură 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;
- Difuzează reprezentanților mass-media dosare de presă legate de evenimente sau de activități ale universității, cu avizul Rectorului sau al unei persoane delegate de acesta;
- Retrage acreditarea unui reprezentant al presei numai în condițiile în care acesta periclitează în vreun fel desfășurarea activităților instituției;
- Facilitează organizarea și monitorizarea aparițiilor publice ale membrilor comunității academice a UVT;
- Creează relații de încredere și stimulare, relații benefice între universitate și mass-media.

1.1. Compartimentul COMPAS-UVT – (Centrul Regional de Studii Comparative și Analiză Socială din UVT)

În cadrul Serviciului Comunicare și Branding funcționează Compartimentul COMPAS-UVT - (Centrul Regional de Studii Comparative și Analiză Socială din UVT), destinat implementării și susținerii strategiei Universității de Vest din Timișoara.

Compartimentul este util pentru conectarea universității la realitatea și necesitățile din mediul social, cultural, economic, tehnologic și de dezvoltare al comunității locale, contribuind direct la creșterea calității imaginii UVT, prin intermediul studiilor comparative și al analizelor calitative.

Compartimentul COMPAS-UVT are ca obiectiv principal crearea și dezvoltarea unor baze de date deschise, cu privire la mediul social local, dar și din regiunea de vest și societatea română în general, utile pentru buna poziționare a imaginii UVT, dar și a centrului universitar timișorean, prin:

- Culegerea de date de marketing
- Sondaje de opinie

- Analize de date secundare
- Rapoarte de stare
- Rapoarte de politici publice

Atribuții specifice angajaților:

- Îndeplinește deciziile Șefului de serviciu;
- Oferă consultanță facultăților în domeniul de competență;
- Redactează informațiile pentru mediul online și le postează;
- Realizează documente interne, adrese, pregătește fluxuri de activități;
- Gestionează bunurile și baza materială a biroului;
- Asigură implementarea și operaționalizarea procedurilor specifice activității Compartimentului;
- Asigură confidențialitatea corespondenței, a documentelor departamentului, protecția datelor cu caracter personal și respectă secretul de serviciu;
- Pregătește și răspunde de predarea documentelor la arhivă;
- Asigură baza de date deschise cu date de sondaj și studii comparative;
- Verifică, zilnic, corespondența electronică sosită pe adresa instituțională de e-mail.

Activități ale COMPAS-UVT:

- Elaborarea și gruparea structurilor de baze de date publice, utilizând date secundare statistice și resurse publice de date primare;
- Conturarea unei agende cu teme de sondare considerate utile, conform misiunii Compartimentului;
- Culegerea și centralizarea datelor de sondaj;
- Propunerea de noi parteneriate către conducerea UVT și administrarea funcțională a acestora, în scopul de a gestiona tematici de analiză socială și a genera date publice;
- Derularea activităților de practică studențească/voluntariat, în cadrul proiectelor derulate de Compartiment;
- Organizarea de evenimente specializate pentru derularea proiectelor de analiză comparativă și a celor de analiză socială;
- Centralizarea corespondenței privind informațiile publice (L544/2001).

Atribuții în cadrul relației cu instituțiile publice, profesionale, asociative, economice și culturale:

- Gestionarea și dezvoltarea de parteneriate, utile pentru consolidarea bazelor de date deschise;
- Gestionarea și dezvoltarea de colaborări cu analiști din cadrul diverselor departamente de specialitate ale instituțiilor publice, educaționale și culturale, utile pentru dezvoltarea analizelor de date secundare;
- Dezvoltarea de programe de sondare considerate de interes pentru imaginea UVT și pentru alte instituții publice partenere.

Atribuții în cadrul relației cu entitățile private:

- Gestionarea și dezvoltarea de parteneriate, utile pentru consolidarea bazelor de date operaționale, necesare partenerilor;
- Gestionarea și dezvoltarea de colaborări cu analiști din cadrul diverselor departamente de specialitate ale instituțiilor private, utile pentru dezvoltarea analizelor de date secundare;
- Dezvoltarea de programe de sondare considerate de interes pentru UVT și alte instituții private, în baza acordurilor de parteneriat agreeate.

(2) Serviciul UVT Media Hub

În cadrul Direcției de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional activează Serviciul UVT Media Hub, un centru media universitar care, prin activitatea sa de emisie exclusiv online, contribuie activ la promovarea și diseminarea evenimentelor organizate sau găzduite de UVT către comunitate prin interviuri, emisiuni, conferințe și producții video, oferind totodată oportunități de practică atractive pentru studenții de la diverse specializări.

Serviciul UVT Media Hub aduce laolaltă specialiști din domenii precum mass-media, arte, marketing, relații publice, etc. Competențele acestora produc un plus de valoare, generând un conținut consistent, menit să promoveze activitatea UVT, alianțele universitare și proiectele în care este parteneră, aria culturală și socială a orașului Timișoara, dar și viața studentască.

Fiind dotat cu aparatura necesară, permite parcurgerea tuturor etapelor de realizare a materialelor de tipul știrilor, reportajelor, interviurilor, materialelor video de promovare, emisiunilor sau podcast-urilor.

De asemenea, Serviciul UVT Media Hub oferă studenților pasionați de media posibilitatea de a face practică și voluntariat, furnizându-le baza de cunoștințe pentru o viitoare carieră în media.

Structură:

Serviciul UVT Media Hub face parte din cadrul Direcția de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional, este condusă de un Șef de Serviciu și se subordonează din punct de vedere ierarhic Directorului DCIMI. Șeful de Serviciu are în subordine angajați în condițiile legii și ale resurselor bugetare ale UVT, care acoperă următoarele domenii profesionale:

1. Prezentator – prezintă știri, emisiuni tematice și evenimente UVT
2. Producător – propune concept video, realizează scenarii și regizează materiale video
3. Cameraman – captează imagini video
4. Reporter – realizează munca de teren împreună cu cameramanul, contribuie la editarea materialelor video
5. Editor – realizează montaje video
6. Fotoreporter – realizează fotografii pentru materialele propuse

Atribuții de ordin tehnic:

- Gestionarea și păstrarea în bune condiții a echipamentelor tehnice din dotare;
- Semnalarea eventualelor defecțiuni tehnice și facilitarea reparațiilor necesare;
- Asigurarea pregătirii tehnice a echipamentelor necesare transmisiilor în direct sau înregistrărilor (studio de filmare, car de reportaj);
- Contribuția la buna desfășurare a activităților, prin implicarea în identificarea și eliminarea problemelor;
- Contribuția permanentă la modernizarea infrastructurii UVT Media Hub;
- Realizarea filmărilor și înregistrărilor video;
- Editarea înregistrărilor video folosind programe de editare profesionale;
- Arhivarea materialelor video.

Atribuții de ordin editorial:

- Promovarea imaginii universității și consolidarea identității instituționale prin generarea unei vizibilități mai bune a instituției și prin crearea și menținerea unei imagini pozitive atât la nivel intern, cât și la nivel extern;
- Crearea și dezvoltarea relațiilor de bună comunicare cu reprezentanții mass-media;
- Diseminarea imaginii UVT în comunitatea locală și în comunitatea academică online;
- Promovarea ofertei educaționale, a activității și evenimentelor UVT prin intermediul website-ului (<https://www.uvt.ro/dcimi/media-hub/>), al paginii de Facebook (<https://www.facebook.com/uvtmediahub>), al contului de Instagram (<https://www.instagram.com/uvt.mediahub/>) și al canalului YouTube (<https://www.youtube.com/c/UVTMediaHub>) pe care le administrează;
- Crearea de conținut informativ și de promovare;
- Realizarea materialelor video și audio informative: știri, interviuri, emisiuni, podcast-uri;
- Realizarea materialelor video de promovare: clipuri de prezentare pentru diseminarea la târguri educaționale naționale și internaționale, pentru atragerea de noi parteneri academici sau din mediul de business, pentru promovarea activităților UVT în comunitatea locală;
- Realizarea de fotografii și înregistrări ale evenimentelor UVT;
- Cercetare în vederea realizării de emisiuni, interviuri, etc.
- Asigurarea unui nivel ridicat al calității materialelor video și audio.

Atribuții în zona de voluntariat din cadrul direcției:

- Asigurarea condițiilor de voluntariat și practică pentru studenți;
- Asigurarea instruirii studenților voluntari care activează în cadrul studio-ului;
- Facilitarea pentru studenții voluntari a accesului la aparatura din dotare;
- Facilitarea pentru studenții voluntari a parcurgerii tuturor etapelor: de la realizarea știrilor, a reportajelor, interviurilor, documentarelor, la filmarea și montarea materialelor video sau prezentarea unei emisiuni.

CAPITOLUL IV – DISPOZIȚII FINALE

Art. 7. La data intrării în vigoare a prezentului Regulament își încetează valabilitatea orice dispoziție contrară acestuia.