

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

Elaborat:	Director de departament: Lavinia Diana Țiplea	Semnătura:
Verificat:	Director DRU: Bogdan Aldea	Semnătura:
Aviz juridic:	Consilier juridic: Nadia Topai	Semnătura:
Aviz conformitate PS.UVT.03- CCI	Director CCI: Daniela Haș	Semnătura:
Avizat:	Consiliul de Administrație al UVT	
Aprobat:	Senatul UVT	HS 9 din 27.04.2020
Ediția a III-a		
Intrat în vigoare la data de 27.04.2020		
Retras la data de		

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 dezvoltarea 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 atât la nivel local cât și național.

(2) Obiective specifice

- Transmiterea, la nivel inter-instituțional, de informații, reale și în timp util;
- Dezvoltarea relațiilor de comunicare între diferitele structuri ale Universității de Vest din Timișoara;
- Dezvoltarea și consolidarea 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 UVT;
- Dezvoltarea și consolidarea relațiilor de bună comunicare cu reprezentanții mass-media;
- Punerea în aplicare a strategiilor și a programelor de comunicare intra- și interinstituțională;
- Consolidarea imaginii instituționale;
- Participarea la programele de promovare a ofertei educaționale către instituțiile de învățământ preuniversitar;
- Elaborarea și implementarea unui manual de identitate al universității;
- 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 și completările ulterioare;
- (2) H.G. 123/2002 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, cu modificările și completările ulterioare;
- (3) Ordinul Secretariatului General al Guvernului nr. 600/2018 pentru aprobarea Codului controlului intern managerial al entităților publice;
- (4) Legea educației naționale 1/2011, cu modificările și completările ulterioare.

Art. 4. Reglementări interne

- (1) Carta Universității de Vest din Timișoara;
- (2) Hotărârea Senatului nr. 5/19.03.2020 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 Branding
- (2) UVT TV - Studio TV
- (3) COMPAS-UVT – (Centrul Regional de Studii Comparative și Analiză Socială din UVT)

În cadrul departamentului activează și funcția *purtătorului de cuvânt* în conformitate cu prevederile art.16 din L. nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public.

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. 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

¹ Se referă la baza legală de funcționare.

B-dul Vasile PÂRVAN, nr.4, Telefon: 00 40 256 592 303, E-mail : dcu@e-uvv.ro

Art. 6. Atribuții

(1) Biroul de Comunicare și Branding

Aflat în cadrul Departamentului de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional, Biroul 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.

Componența biroului:

- Referenți de specialitate pe domeniile: Design grafic (2), Web design (1), Social-media (1), Copywriting (1).

Atribuții ale Biroului 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.

Social-media

- Administrează platformele de social media ale instituției, gestionând 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;
- 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, Twitter, Youtube;
- Caută, identifică și îmbunătățește toate aspectele legate de marcă în social media a UVT;
- 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;

- Asigură mentenanță pentru site-uri administrate de DCIMI;
- Oferă suport și consultanță pentru site-urile administrate de DCIMI.

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.

Date de contact:

Universitatea de Vest din Timișoara,

Biroul de Comunicare și Branding

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

(2) Studio-ul UVT TV

În cadrul Departamentului de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional funcționează Studio-ul de televiziune UVT TV, structurat ca o redacție, configurată tehnic pentru realizarea materialelor de televiziune, montare, arhivare, elaborarea știrilor, a interviurilor și reportajelor, dar și pentru posibilitatea emiterii online.

UVT TV contribuie la consolidarea identității instituționale prin generarea unei vizibilități mai bune a universității, prin crearea și menținerea unei imagini pozitive la nivel intern și extern.

Structură UVT TV: coordonator birou (1), personal tehnic (2) reporter senior (1), reporter (2) (studenți beneficiari ai bursei UVT TV), reporter (studenți voluntari, cu contract de voluntariat, sau studenți care își desfășoară stagiul de practică la UVT TV).

Atribuții de ordin tehnic:

- Gestionează website-ul și pagina de Facebook UVT TV;
- Asigură arhivarea materialelor brute, a declarațiilor și imaginilor filmate;
- Asigură confidențialitatea datelor personale pe care le prelucrează;
- Asigură funcționarea și mentenanța tehnică a echipamentelor audio (video), a calității transmisiei TV, montarea emisiunilor și arhivarea conținutului video;
- Montează emisiuni de televiziune, reportaje, știri, campanii, interviuri, materiale, rubric, titrează materiale și filme, postprocesează materialele audio (video);
- Asigură regia de emisie la transmisiile în direct și la înregistrările de studio sau în locații, la cererea expresă a conducerii UVT;
- Semnalează și remediază, în limita competențelor, apariția unor eventuale defecțiuni tehnice înainte și pe parcursul transmisiei/înregistrărilor;
- Contribuie la modernizarea infrastructurii UVT TV.

Atribuții de ordin editorial:

- Stabilește relații de încredere cu diferitele categorii de public (intern, extern), pentru promovarea scopurilor și obiectivelor instituției, oferind suport profesionist;
- Produce, concepe, realizează emisiuni, reportaje, știri, campanii; interviuri, materiale, rubrici;
- Se îngrijește de acuratețea și corectitudinea (gramaticală, de exprimare) redactării textelor și de imparțialitatea cu care sunt prezentate subiectele;
- Organizează producția emisiunilor, știrilor (camere, montaj, etc.);
- Echipa editorială a UVT TV asigură acuratețea și corectitudinea gramaticală și de exprimare a textelor, precum și imparțialitatea cu care sunt prezentate subiectele;
- Realizează reportaje, știri, la standardele de calitate cerute;
- Echipa editorială a UVT TV propune teme și subiecte pentru știri și emisiuni informative curente;
- Coordonează și răspunde de activitatea echipei de filmare formată din studenți voluntari;
- Îndeplinește oricare alte sarcini suplimentare profesionale la cererea directorului DCIMI;
- Realizează interviuri și dezbateri în studio cu maxim doi invitați plus un moderator;
- Publică materialele, știrile, interviurile pe canalul Youtube al UVT TV, de unde sunt preluate pe site-ul UVT TV și apoi diseminate pe pagina de Facebook a UVT TV.

Atribuții de ordin didactic:

- Studio-ul de televiziune este adresat în primul rând studenților din cadrul programelor de studii de la Jurnalism și Comunicare, precum și tuturor studenților indiferent de specialitatea aleasă, fiind menit să asigure promovarea imaginii universității, a activităților și evenimentelor organizate de către sau organizate în cadrul UVT;

- Oferă studenților pasionați de media posibilitatea de a face televiziune încă din timpul facultății, furnizându-le baza de cunoștințe pentru a-și crea un portofoliu util în viitoarea carieră în media;
- Asigură instruirea studenților voluntari care activează în cadrul studio-ului;
- Facilitează studenților voluntari accesul la aparatura din dotare;
- Facilitează studenților voluntari parcurgerea tuturor etapelor: de la realizarea știrilor, a reportajelor, interviurilor, documentarelor, la filmarea și montarea materialelor video sau prezentarea unei emisiuni;
- Funcționează ca laborator practic pentru unele activități practice din planurile de învățământ aferente programelor de studii din domeniile jurnalism și comunicare, oferind cadrelor didactice aparatura studioului, pentru lucrări practice ale studenților, interviuri în studio, dezbateri care pot fi înregistrate și dezbătute apoi în cadrul seminariilor.

Date de contact:

Universitatea de Vest din Timișoara,
Studio UVT TV

B-dul Vasile PÂRVAN, nr. 4, Sala 037, Telefon: 00 40 256 592 220, E-mail : tv@e-uvt.ro

(3) Biroul de Marketing și Sondaje COMPAS-UVT – (Centrul Regional de Studii Comparative și Analiză Socială din UVT)

Biroul de Marketing și Sondaje COMPAS-UVT - (Centrul Regional de Studii Comparative și Analiză Socială din UVT) este destinat implementării și susținerii strategiei Universității de Vest din Timișoara.

Biroul 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.

Biroul de Marketing și Sondaje 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

Structură:

- a) Șef de birou, subordonat Directorului de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional
- b) Referenți de specialitate

Atribuții Șef de birou:

- Coordonează activitatea Biroului de Marketing și Sondaje;
- Răspunde de activitățile organizate;
- Derulează un desfășurător al proiectelor Biroului de studii comparative și analiză social;
- Prezintă, anual, un raport asupra calității și al impactului activităților desfășurate;
- Coordonează și implementează proiecte de parteneriat la nivel local, național, internațional;
- Elaborează proceduri și instrumente de lucru, pe care le supune aprobării Departamentului de Comunicare, Imagine și Marketing Instituțional;
- Monitorizează activitatea de formare continuă a personalului din subordine.

Atribuții Referent de specialitate:

- Îndeplinește deciziile Șefului de birou;
- 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 Biroului;
- 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 Biroului de Marketing și Sondaje;
- 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 studentescă/voluntariat, în cadrul proiectelor derulate de Birou;
- Organizarea de evenimente specializate pentru derularea proiectelor de analiză comparativă și a celor de analiză socială.

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.

Date de contact:

Universitatea de Vest din Timișoara,
Biroul de Marketing și Sondaje COMPAS-UVT
(Centrul Regional de Studii Comparative și Analiză Socială din UVT)
B-dul Vasile PÂRVAN, nr. 4, Telefon: 00 40 256 592, E-mail : compas@e-uvv.ro

CAPITOLUL IV – DISPOZIȚII FINALE

Art. 7. Prezentul Regulament (ediția a III-a) a fost aprobat în ședința Senatului universitar din data de 27.04.2020. Ediția I a fost aprobată în 10.07.2012.