

**Zarządzenie Nr 2/2023**  
**Rektora Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie**  
**z dnia 16 stycznia 2023 roku**

**w sprawie zmiany Zarządzenia Nr 9/2022 Rektora Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie z dnia 8 lutego 2022 roku w sprawie Regulaminu Organizacyjnego Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (ze zm.)**

Działając na podstawie art. 23 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2022 r. poz. 574 ze zm.) oraz § 17 ust. 4 Statutu Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, stanowiącego załącznik do Uchwały Nr 494 Senatu Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie z dnia 21 maja 2019 roku w sprawie Statutu Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (ze zm.), zarządzam, co następuje:

§ 1

W Regulaminie Organizacyjnym Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, który stanowi załącznik do zarządzenia Nr 9/2022 Rektora Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie z dnia 8 lutego 2022 roku w sprawie Regulaminu Organizacyjnego Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (ze zm.) wprowadza się następujące zmiany:

1) § 15 ust. 3 w pkt 3 otrzymuje brzmienie:

„3) Centrum Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym.”,

2) § 18 otrzymuje brzmienie:

„§ 18

**Centrum Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym**

1. Do zadań Centrum Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym należy w szczególności:

- 1) przygotowanie i wdrożenie systemu zarządzania relacjami z otoczeniem społeczno-gospodarczym,
- 2) nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów ze środowiskami opiniotwórczymi,
- 3) inicjowanie i koordynowanie wizyt i wystąpień Rektora,
- 4) przygotowywanie Rektorowi analiz, informacji, opinii i propozycji współpracy z partnerami zewnętrznymi,
- 5) aktywne wsparcie osób studiujących w Uniwersytecie w rozwoju zawodowym oraz w efektywnym poruszaniu się po rynku pracy,
- 6) nawiązywanie i utrzymywanie relacji z pracodawcami,
- 7) nawiązywanie i utrzymywanie relacji z absolwentami Uniwersytetu,
- 8) monitorowanie losów zawodowych absolwentów.

2. Strukturę organizacyjną Centrum Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym tworzą:

- 1) Sekcja Dialogu i Partnerstwa,
- 2) Biuro Karier,
- 3) Sekcja Współpracy z Absolwentami,
- 4) Stanowisko ds. obsługi prawnej.

3. Pracami Centrum Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym kieruje powołany przez Rektora dyrektor.

4. Organizację i tryb pracy Centrum Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym nadzoruje Dyrektor Gabinetu.”,

3) § 47 ust. 2 w pkt 1 otrzymuje brzmienie:  
„1) Centrum Marketingu i Mediów,”,

4) § 57 otrzymuje brzmienie:

„§ 57

### **Centrum Marketingu i Mediów**

1. Jednostkami wchodzącymi w skład Centrum Marketingu i Mediów są:

- 1) Biuro ds. Mediów,
- 2) Biuro ds. Promocji,
- 3) Muzeum.

2. Do zadań Biura ds. Mediów należy w szczególności:

- 1) prowadzenie bieżącej działalności medialnej: prasowej (Wiadomości Uniwersyteckich), radiowej (UWM FM) i telewizyjnej (TV Kortowo) oraz mediów społecznościowych,
- 2) upowszechnianie wiadomości o działalności Uniwersytetu,
- 3) przygotowywanie materiałów multimedialnych o Uniwersytecie,
- 4) prowadzenie i aktualizacja uniwersyteckich stron internetowych,
- 5) produkcja filmów, reklam i innych wydawnictw na zlecenie Uniwersytetu i zleciodawców zewnętrznych,
- 6) archiwizowanie informacji publikowanych w mediach uniwersyteckich.

3. Do zadań Biura ds. Promocji należy w szczególności:

- 1) przygotowanie założeń polityki marketingowej Uniwersytetu oraz opracowanie Strategii Promocji UWM,
- 2) realizacja polityki marketingowej Uczelni, budowanie korzystnego wizerunku w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym,
- 3) inicjowanie działań mających na celu kształtowanie wizerunku Uczelni,
- 4) nadzór nad przestrzeganiem zasad systemu identyfikacji wizualnej,
- 5) wsparcie promocyjne przedsięwzięć, wydarzeń i uroczystości ogólnouniwersyteckich i międzyuczelnianych,
- 6) współpraca z agencjami reklamowymi i wydawcami; planowanie i zakup usług medialnych i czasu antenowego oraz nadzór nad realizacją takich umów,

4. Do zadań Muzeum w szczególności należy:

- 1) gromadzenie wszelkich dóbr kultury Uniwersytetu w postaci druków, dokumentów, fotografii, zabytków sztuki i rzemiosła oraz innych pamiątek historycznych,
- 2) katalogowanie i opracowanie naukowe zgromadzonych zbiorów,
- 3) zabezpieczenie zabytków pozostających w użytkowaniu jednostek uniwersyteckich,
- 4) wpisywanie do inwentarza muzealiów stanowiących własność Muzeum,
- 5) przechowywanie zgromadzonych zbiorów,
- 6) zabezpieczanie i konserwowanie muzealiów,
- 7) urządzenie wystaw stałych i okresowych,
- 8) udostępnianie zbiorów do celów naukowych i edukacyjnych,
- 9) prowadzenie działalności informacyjnej i edukacyjnej,
- 10) kontaktowanie się ze wszystkimi komórkami organizacyjnymi Uniwersytetu celem systematycznego uzupełniania zbiorów,
- 11) współpraca z muzeami i innymi jednostkami.

5. Pracami Centrum Marketingu i Mediów kieruje powołany przez Rektora dyrektor.

6. Radiem UWM FM kieruje powołany przez Rektora kierownik - redaktor naczelny.

7. Szczegółowe zasady funkcjonowania Centrum Marketingu i Mediów określa regulamin nadany przez Rektora.

8. Organizację i tryb pracy Centrum Marketingu i Mediów określa Zastępca Kanclerza ds. Administracyjnych.”.

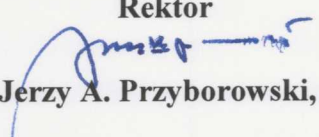
§ 2

Realizację zarządzenia powierza się Kanclerzowi.

§ 3

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2023 roku.

**Rektor**

  
**dr hab. Jerzy A. Przyborowski, prof. UWM**