

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Referent ds. Administracyjnych		
3. Główny cel stanowiska		Wspieranie bieżącej działalności administracyjnej jednostki poprzez wykonywanie zadań organizacyjno-biurowych oraz obsługę dokumentacji zgodnie z obowiązującymi procedurami.		
4. Czas pracy		Normowany		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Referent ds. Administracyjnych	10. Jest zastępowany/a	Referent ds. Administracyjnych / Specjalista ds. Administracyjnych	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		kierownicy i pracownicy jednostek organizacyjnych realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		krajowe i zagraniczne instytucje współpracujące z Dyrektorem Centrum Marketingu i Mediów w obszarze spraw administracyjnych		
13. Szczególne uprawnienia /pełnomocnictwa		- dostęp do systemów informatycznych oraz oprogramowania i licencji niezbędnych do wykonywania czynności służbowych		
14. Głównne zadania na stanowisku:				
- obsługa korespondencji przychodzącej i wychodzącej (tradycyjnej i elektronicznej), jej rejestrowanie i przekazywanie				
- obsługa telefoniczna i elektroniczna sekretariatu				
- przygotowywanie prostych pism i dokumentów biurowych (np. notatki, zestawienia, pisma przewodnie)				
- pomoc przy organizacji zebrań, narad i spotkań służbowych				
- uczestnictwo w prowadzeniu ewidencji środków trwałych, materiałów biurowych, delegacji i czasu pracy				
- wprowadzanie danych do systemów obiegu dokumentów i baz danych (np. EZD)				
- pomoc w przygotowywaniu raportów i sprawozdań na potrzeby jednostki				
- obsługa sprzętu biurowego				
- dbanie o porządek i właściwe funkcjonowanie sekretariatu oraz zaopatrzenie w materiały eksploatacyjne				
- wykonywanie innych zadań zleconych przez przełożonych, zgodnych z zakresem działania jednostki				
- dbanie o porządek i właściwe funkcjonowanie sekretariatu oraz zaopatrzenie w materiały eksploatacyjne				
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego				
15. Odpowiedzialność	- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację zadań w obszarze obsługi administracyjnej biura			

- za zabezpieczenie pieczęci i dokumentacji dotyczącej realizacji powierzonych zadań - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i zasad obiegu dokumentów zgodnie z obowiązującymi przepisami - należyte zabezpieczenie dokumentów i systemów informatycznych wykorzystywanych w związku z wykonywaną pracą - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych		
16. Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związany z realizacją zadań
17. Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie średnie	Wykształcenie wyższe administracyjne, ekonomiczne, Ukończone kursy lub szkolenia z zakresu funkcjonowania szkolnictwa wyższego
Wiedza	- znajomość zagadnień związanych z funkcjonowaniem szkolnictwa wyższego - znajomość zasad prowadzenia i obiegu dokumentacji kancelaryjnej i archiwalnej	---

Umiejętności	- komputerowe (w tym edytora tekstu, arkuszy kalkulacyjnych, baz danych, itp.) - obsługi urządzeń biurowych - sporządzania protokołów z obrad i posiedzeń - analityczne - interpersonalne i komunikacyjne - precyzyjnego wypowiadania się w mowie i piśmie - organizowania pracy własnej - współdziałania i pracy w zespole - rozwiązywania problemów - działania pod wpływem stresu i presją czasu	- obsługi programów informatycznych wykorzystywanych w szkolnictwie wyższym - administrowania stronami internetowymi i portalami społecznościowymi
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie komunikatywnym	Język angielski na poziomie zaawansowanym (B2)
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie związane z realizacją zadań w obszarze administracji – min. 1 rok	Doświadczenie w pracy w uczelni wyższej
Cechy osobowości	- komunikatywność - samodzielność i odpowiedzialność - elastyczność - kreatywność /inicjatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres - asertywność - otwartość na zmiany i rozwój własny	---
Inne	- wysoka kultura osobista - dyspozycyjność	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem/ęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Referent ds. Marketingu		
3. Główny cel stanowiska		Realizacja zadań w zakresie działań marketingowych i promocyjnych		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Referent ds. Marketingu	10. Jest zastępowany/a	Referent ds. Marketingu /Specjalista ds. Marketingu	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		kierownicy i pracownicy innych jednostek organizacyjnych uczelni realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Krajowe instytucje powiązane ze szkolnictwem wyższym w zakresie promocji, w tym MEiN, NCN, NCBiR oraz ogólnopolskie, regionalne i lokalne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej, w tym agencje reklamowe, drukarnie, media, webmasterzy, portale internetowe		
13. Szczególne uprawnienia /pełnomocnictwa		- reprezentowanie biura w kontaktach z kierownikami i pracownikami poszczególnych jednostek uczelni		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- wsparcie w realizacji działań promocyjnych zgodnych z założeniami strategii promocji uczelni				
- pomoc przy organizacji i obsłudze kampanii reklamowych oraz akcji informacyjnych w kanałach tradycyjnych i internetowych				
- współuczestnictwo w tworzeniu i redagowaniu treści promocyjnych (teksty, posty, ogłoszenia, grafiki) pod nadzorem specjalisty				
- bieżąca obsługa publikacji materiałów informacyjnych w mediach elektronicznych (strona internetowa, media społecznościowe, portale branżowe)				
- pomoc w realizacji wydarzeń promocyjnych, rekrutacyjnych, integracyjnych i wizerunkowych (np. dni otwarte, spotkania z kandydatami, konferencje, wydarzenia kulturalne)				
- kontakt z jednostkami współpracującymi przy realizacji działań promocyjnych (drukarnie, dostawcy materiałów, technicy, partnerzy zewnętrzni) – w zakresie bieżącej obsługi i uzgodnień organizacyjnych				
- gromadzenie i porządkowanie materiałów promocyjnych, zdjęć, plakatów, archiwalnych treści marketingowych				
- udzielanie wsparcia redakcyjnego i technicznego przy przygotowywaniu publikacji uczelnianych (ulotki, broszury, newslettery, posty na media społecznościowe)				
- współpraca z redakcją czasopisma uniwersyteckiego, radiem UWM FM oraz Uniwersytecką Telewizją internetową w zakresie przekazywania treści informacyjnych				
- prowadzenie podstawowej dokumentacji i ewidencji związanej z działaniami marketingowymi jednostki				

- wykonywanie innych zadań zleconych przez przełożonych, wynikających z bieżących potrzeb jednostki lub działań promocyjnych uczelni		
- wsparcie w realizacji działań promocyjnych zgodnych z założeniami strategii promocji uczelni		
- pomoc przy organizacji i obsłudze kampanii reklamowych oraz akcji informacyjnych w kanałach tradycyjnych i internetowych		
- współudział w przygotowywaniu sprawozdań, raportów i zestawień - zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego - wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej		
15.Odpowiedzialność	- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym promocji - za budowanie pozytywnego wizerunku w mediach - za zawartość merytoryczną i estetyczną komunikacji marketingowej uniwersytetu z jego otoczeniem - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych	
16.Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związanych z realizacją zadań w zakresie promocji
17.Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie średnie	Wykształcenie wyższe
Wiedza	- znajomość zagadnień dotyczących reklamy tradycyjnej i nowoczesnej - znajomość zagadnień dotyczących public relations - znajomość przepisów prawa prasowego i prawa autorskiego	- znajomość trendów w zakresie rozwiązań promocyjnych - wiedza z zakresu formatów multimedialnych (grafika, audio, video)

	- znajomość narzędzi analitycznych, np. programów do obróbki graficznej - znajomość zasad obiegu dokumentów w zakresie działań jednostki	- znajomość języków programowania stron internetowych - znajomość popularnych systemów CMS i ecommerce (Wordpress, Drupal)
Umiejętności	- projektowe/artystyczne - tworzenia treści promocyjnych - tworzenia prezentacji multimedialnych - obsługi programów graficznych i administracyjnych - obsługi stron internetowych i portali internetowych - interpersonalne i komunikacyjne - współdziałania i pracy w zespole - analityczne - organizowania pracy własnej - rozwiązywania problemów - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu optymalizacji stron internetowych	- negocjacyjne
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie komunikatywnym	Inny język obcy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie związane z realizacją zadań w obszarze promocji (min. 1 rok)	---
Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność - otwartość na zmiany i rozwój własny - otwartość na innych - elastyczność - inicjatywność/kreatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres	---
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- jakość oraz zawartość merytoryczna i estetyczna materiałów promocyjnych umieszczanych w tradycyjnych i nowoczesnych kanałach komunikacyjnych - skuteczność prowadzonych kampanii - wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce organizacyjnej - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem/am do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Technik Redaktor Muzyczny		
3. Główny cel stanowiska		Wykonywanie zadań związanych z zapewnieniem sprawności technicznej Radia UWM FM		
4. Czas pracy		Normowany		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Redaktor Naczelny Radia	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Redaktor	10. Jest zastępowany/a	Redaktor	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Dyrektor i pracownicy Centrum Marketingu i Mediów oraz innych jednostek powiązanych w przedmiocie działania komórki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Producenci sprzętu radiowego, studyjnego, zespoły muzyczne oraz inne podmioty powiązane w przedmiocie działania komórki organizacyjnej		
13. Szczególne uprawnienia/pełnomocnictwa		---		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- sprawowanie nadzoru technicznego nad emisją programu Radia UWM FM				
- konserwacja, eksploatacja i naprawa komputerów i innego sprzętu elektronicznego wykorzystywanego w realizacji zadań Radia				
- realizowanie nagrań w studiu nagraniowym, w tym audycji, występów zespołów muzycznych, itd.				
- obsługa nadajnika radiowego				
- nagrywanie i montaż jingli, reklam i audycji radiowych				
- szkolenie współpracowników w zakresie obsługi sprzętu wykorzystywanego w realizacji zadań Radia				
- administrowanie radiową siecią komputerową oraz systemem emisyjnym				
- wykonywanie prac w zakresie naprawy sprzętu radiowego (niewymagających specjalistycznych uprawnień)				
- dbałość i nadzór nad listą utworów emitowanych na antenie Radia UWM FM				
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego,				
- wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej				
15. Odpowiedzialność	- za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i zasad obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy			

	- za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych	
16. Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związany z realizacją zadań
17. Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie średnie	Wykształcenie średnie techniczne w zakresie: informatyka, realizacja dźwięku Uprawnienia SEP
Wiedza	- znajomość programów komputerowych niezbędnych do pracy w studiu nagraniowym - wiedza z zakresu nowości sprzętowych na rynku radiowym	---
Umiejętności	- obsługi sprzętu radiowego i nagraniowego - współdziałania i pracy w zespole - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu - organizowania pracy własnej	---
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie komunikatywnym	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie w pracy w studiu nagraniowym (min. 1 rok)	---
Cechy osobowości	- komunikatywność - odporność na stres - samodzielność i odpowiedzialność - otwartość na zmiany - otwartość na innych - elastyczność	---

	- sumienność i dokładność	
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Edytor DTP		
3. Główny cel stanowiska		Przygotowywanie materiałów graficznych i wydawniczych do druku oraz publikacji elektronicznych zgodnie z zasadami składu DTP i identyfikacją wizualną instytucji.		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Edytor DTP/Specjalista ds. Marketingu	10. Jest zastępowany/a	Specjalista ds. Marketingu	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		pracownicy biura realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		agencje reklamowe, drukarnie, graficy, w ramach realizowanych projektów		
13. Szczególne uprawnienia /pełnomocnictwa		reprezentowanie biura w kontaktach z kierownikami i pracownikami poszczególnych jednostek uczelni oraz wobec podmiotów zewnętrznych w zakresie powierzonych zadań		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- projektowanie oraz skład materiałów promocyjnych, informacyjnych i wydawniczych (ulotki, plakaty, broszury, foldery, raporty, czasopisma)				
- formatowanie tekstów i elementów graficznych zgodnie z zasadami typografii oraz przygotowanie do druku				
- opracowanie materiałów graficznych do publikacji na stronie internetowej, mediach społecznościowych, w newsletterach i kampaniach mailingowych				
- konwersja projektów do różnych formatów cyfrowych (PDF, JPG, PNG, EPUB itp.)				
- dostosowywanie materiałów do wymagań technicznych drukarni (spady, marginesy, kolory CMYK/RGB, formaty)				
- weryfikacja poprawności plików przed drukiem oraz współpraca z wykonawcami zewnętrznymi				
- ścisła współpraca z redaktorami, grafikami, specjalistami ds. marketingu oraz autorami treści				
- realizacja projektów na potrzeby kampanii informacyjnych, wydarzeń i akcji promocyjnych				
- archiwizacja i porządkowanie materiałów graficznych (zdjęcia, fonty, logotypy, szablony)				
- tworzenie i aktualizacja wzorów graficznych zgodnych z identyfikacją wizualną				
- dbałość o spójność estetyczną materiałów informacyjnych				
- współudział w budowaniu nowoczesnego i profesjonalnego wizerunku jednostki				
- współudział w przygotowywaniu sprawozdań, raportów i zestawień				
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego,				
- wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej				

15. Odpowiedzialność:		- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym promocji - za budowanie pozytywnego wizerunku w mediach - za zawartość merytoryczną i estetyczną komunikacji marketingowej uniwersytetu z jego otoczeniem - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych
16. Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związanych z realizacją zadań w zakresie promocji.
17.Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie średnie	Wykształcenie wyższe (preferowane kierunki: grafika komputerowa, poligrafia, projektowanie graficzne, komunikacja wizualna).
Wiedza	- Znajomość zasad składu komputerowego (DTP), typografii, przygotowania publikacji do druku. - Wiedza na temat parametrów technicznych druku i formatów plików (spady, marginesy, kolory CMYK/RGB, rozdzielczości). - Znajomość obsługi programów graficznych i edytorskich – w szczególności: Adobe InDesign, Illustrator, Photoshop. - Znajomość zasad estetyki graficznej i projektowania wizualnego.	- Znajomość specyfiki pracy w instytucji publicznej lub uczelni wyższej. - Wiedza z zakresu marketingu wizualnego i komunikacji graficznej. - Podstawowa znajomość systemów CMS (np. WordPress) – w zakresie wgrywania i optymalizacji grafik. - Znajomość zasad projektowania treści graficznych do social media (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube).

	- Podstawowa wiedza o przygotowywaniu materiałów do publikacji cyfrowych (PDF interaktywny, e-booki, grafiki online) - Znajomość zasad tworzenia i organizowania dokumentów wielostronicowych (raporty, broszury, czasopisma) - Znajomość zasad ochrony praw autorskich w kontekście użycia grafik, fontów, zdjęć	- Znajomość podstaw projektowania materiałów interaktywnych (np. PDF z hiperłączami, formularze edytowalne) - Podstawy projektowania animacji lub materiałów wideo (np. Canva, Adobe Premiere Rush, After Effects – mile widziane)
Umiejętności	- biegłość w obsłudze narzędzi graficznych i edytorskich - znajomość pakietu Adobe Creative Cloud (InDesign, Illustrator, Photoshop) - umiejętność przygotowania plików do druku (min. 1 rok) - znajomość zasad typografii, DTP, koloru i formatu graficznego - umiejętność pracy z tekstem, obrazem i materiałem fotograficznym	- Umiejętność pracy pod presją czasu i przy wielu równoległych projektach - Komunikatywność i umiejętność pracy zespołowej - Samodzielność w planowaniu i organizacji własnej pracy
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym	Inny język obcy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie związane z realizacją zadań w obszarze edytorskim (min. 2 lata)	---
Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność - otwartość na zmiany i rozwój własny - otwartość na innych - elastyczność - inicjatywność/kreatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres	---
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- inicjowanie i wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce organizacyjnej - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Fotoreporter		
3. Główny cel stanowiska		Samodzielne wykonywanie zadań w zakresie dokumentowania fotograficznego wydarzeń organizowanych w uczelni.		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Redaktor Naczelny Czasopisma	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Fotoreporter	10. Jest zastępowany/a	Fotoreporter	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Kierownik i pracownicy Działu Marketingu oraz innych podmiotów powiązanych z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej.		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Media, redakcje lokalne oraz ogólnopolskie i inne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej.		
13. Szczególne uprawnienia/pełnomocnictwa		---		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- realizacja zadań w zakresie dokumentowania fotograficznego, w tym wykonywanie zdjęć do: „Wiadomości Uniwersyteckich”, e-gazety na stronę internetową uczelni, social mediów uniwersyteckich, uniwersyteckich wydawnictw promocyjnych i informacyjnych, zamawianych sesji fotograficznych				
- wykonywanie dokumentacji fotograficznych ważnych uroczystości uniwersyteckich				
- prowadzenie uniwersyteckiego profilu w fotograficznych serwisach społecznościowych hostingu zdjęć (np. Instagram)				
- wyszukiwanie zdjęć do wykorzystania na potrzeby działalności jednostki organizacyjnej a następnie ich katalogowanie i opisywanie (w tym metateksty)				
- edycja i retusz zdjęć (korekta kolorów, kadrowanie, poprawa jakości)				
- prowadzenie archiwum zdjęciowego uczelni				
- udostępnianie zdjęć odpowiednim działom lub osobom na uczelni				
- prowadzenie dokumentacji związanej z realizacją powierzonych zadań w zakresie objętym działaniem komórki organizacyjnej				
- współpraca przy produkcji materiałów promocyjnych, takich jak filmy rekrutacyjne lub prezentacje uczelni				
- wykonywanie zdjęć portretowych pracowników naukowych, administracyjnych lub studentów				
- wsparcie przy organizacji sesji zdjęciowych (np. zdjęcia do katalogów, materiałów rekrutacyjnych)				
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego				
- wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej				
15. Odpowiedzialność	- za jakość, rzetelność i terminowość realizacji powierzonych zadań - za przestrzeganie prawa prasowego i autorskiego - za powierzone mienie i sprzęt fotograficzny - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i zasad obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za archiwizację i utrzymanie bazy zdjęć			

- za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych		
16. Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związany z realizacją zadań
17. Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie średnie w zakresie grafiki lub fotografii	Wykształcenie wyższe (preferowane kierunki: fotografia, dziennikarstwo, multimedia, sztuki wizualne) lub równorzędne doświadczenie zawodowe.
Wiedza	- Znajomość programów do obróbki i archiwizowania zdjęć - Znajomość zasad prawa prasowego i prawa autorskiego	
Umiejętności	- Biegła obsługa sprzętu fotograficznego - Znajomość programów do obróbki zdjęć (np. Adobe Photoshop, Lightroom) - Obsługi internetowych portali, serwisów i mediów społecznościowych - Interpersonalne i komunikacyjne - Współdziałania i pracy w zespole - Pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu - Organizowania pracy własnej	- Podstawowa znajomość narzędzi do edycji wideo (np. Adobe Premiere, Final Cut Pro, DaVinci Resolve) może być dodatkowym atutem.

Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie komunikatywnym	Inny język obcy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie związane z realizacją zadań w obszarze fotografii (min. 1 rok) Własne portfolio fotograficzne	- Minimum 2-3 lata doświadczenia w fotografii reporterskiej, eventowej lub podobnej dziedzinie.
Cechy osobowości	- Inicjatywność/ kreatywność - Samodzielność i - Odpowiedzialność - Otwartość na zmiany - Asertywność - Odporność na stres - Umiejętność pracy w środowisku akademickim i zrozumienie specyfiki uczelni wyższej - Dyspozycyjność	---
Inne	- Dyspozycyjność - Rozumienie specyfiki promocji uczelni i jej wizerunku	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- jakość wykonywanych zdjęć i dokumentacji fotograficznych - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jąłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Grafik		
3. Główny cel stanowiska		Wykonywanie prac graficznych związanych z realizacją zadań		
4. Czas pracy		Normowany – elastyczny / Normowany		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Kierownik Biura ds. Marketingu	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Grafik	10. Jest zastępowany/a	Grafik	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Dyrektor, Kierownik i pracownicy działu oraz innych jednostek realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania komórki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Drukarnie, agencje reklamowe, webmasterzy, redakcje mediów oraz inne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
13. Szczególne uprawnienia/pełnomocnictwa		---		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- realizacja zadań w zakresie promocji wizerunkowej uczelni, w tym: opracowywanie i doskonalenie księgi znaku/marki oraz czuwanie nad realizacją określonych w niej zasad, opracowywanie spójnego wizerunku graficznego uczelni, przygotowanie linii stylistycznych dla wydarzeń promocyjnych oraz uroczystości uniwersyteckich - przygotowywanie i realizacja zadań w obszarze projektów graficznych na potrzeby innych jednostek oraz do produkcji gadżetów promocyjnych - projektowanie graficzne oraz obsługa uczelnianych stron internetowych - przygotowywanie promocyjnych i jubileuszowych wydawnictw uczelnianych - czuwanie nad spójnością linii stylistycznej imprez i wydarzeń organizowanych na uczelni - współpraca przy organizacji wydarzeń, integracji i eventów promocyjnych oraz innych działań budujących markę uniwersytetu - prowadzenie i archiwizowanie dokumentacji związanej z realizacją powierzonych zadań w zakresie objętym działaniem komórki organizacyjnej - zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego, - wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej				
15. Odpowiedzialność		- za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie		

	- za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych	
16. Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związanych z realizacją zadań w zakresie promocji
17. Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie średnie	Wykształcenie wyższe w zakresie: public relations, grafiki, fotografii, analizy i kreowania trendów, sztuki.
Wiedza	- znajomość przepisów prawa autorskiego i prasowego - znajomość podstawowych zagadnień graficznych i edytorskich - znajomość programów graficznych wykorzystywanych w zakresie powierzonych zadań	- znajomość trendów i stylów w zakresie rozwiązań promocyjnych - znajomość trendów i nowych rozwiązań w social mediach - wiedza z zakresu przygotowania do druku (desktop publishing)
Umiejętności	- projektowe/artystyczne - obsługi programów graficznych - obsługi stron internetowych - tworzenia treści promocyjnych - posługiwania się poprawną polszczyzną - komputerowe (w tym edytora tekstu, arkuszy kalkulacyjnych, baz danych, itp.) - interpersonalne i komunikacyjne - współdziałania i pracy w zespole - organizowania pracy własnej	- rozwiązywania problemów - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie komunikatywnym	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym

		Inny język obcy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie w pracy na stanowisku grafika lub pokrewnym (min. 2 lata)	---
Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność - otwartość na zmiany i rozwój własny - elastyczność - inicjatywność/kreatywność - sumienność i dokładność	- odporność na stres
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18. Podstawowe kryteria oceny pracy	- rzetelność, jakość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem/am do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Operator Kamery		
3. Główny cel stanowiska		Samodzielne wykonywanie zadań związanych z tworzeniem materiałów filmowych na potrzeby Uniwersytetu		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Operator Telewizyjny	10. Jest zastępowany/a	Operator Telewizyjny	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Biuro ds. Mediów, Biuro ds. Promocji, Centrum Marketingu i Mediów, Rzecznik Prasowy		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Media regionalne i ogólnopolskie oraz inne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
13. Szczególne uprawnienia/pełnomocnictwa		---		
14. Głównne zadania na stanowisku:				
- realizacja polityki uczelni w obszarze dotyczącym mediów i promocji w zakresie obejmującym tworzenie materiałów filmowych				
- profesjonalne filmowanie wydarzeń i tworzenie materiałów promocyjnych				
- tworzenie treści na platformy internetowe, w tym na strony internetowe, telewizję internetową oraz media społecznościowe należące do uczelni				
- realizacja zleconych materiałów filmowych, w tym przygotowanie planu zdjęciowego, rejestracja i montaż				
- obsługa kanałów dystrybucji materiałów video w Internecie oraz moderowanie użytkowników				
- realizacja wyznaczonych celów w zakresie oglądalności opracowanych materiałów filmowych				
- prowadzenie transmisji video w różnych kanałach komunikacji				
- prowadzenie portali społecznościowych związanych z realizacją zadań jednostki				
- realizowanie projektów filmowych (na potrzeby uczelni i podmiotów zewnętrznych) zgodnie z obowiązującymi umowami				
- prowadzenie dokumentacji związanej z realizacją powierzonych zadań w zakresie objętym działaniem komórki organizacyjnej				
- obsługa techniczna sprzętu				
- archiwizowanie i katalogowanie materiałów video				
- realizacja wideo zgodnie z briefem i wytycznymi wizerunkowymi uczelni				
- nadzorowanie jakości dźwięku i obrazu podczas nagrań.				
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego,				
- wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej				
15. Odpowiedzialność		- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym mediów i promocji - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i zasad obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania		

- za sprawną i terminową realizację zadań - za ład, porządek i powierzone mienie - Nadzorowanie jakości dźwięku i obrazu podczas nagrań - Konfiguracja i konserwacja sprzętu (kamery, mikrofony, oświetlenie) - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy. - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych		
16. Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związany z realizacją zadań
17. Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie średnie	Wykształcenie wyższe w zakresie: operatorskim, realizacji obrazu lub pokrewnym Licencja uprawniająca do wykonywania lotów dronem
Wiedza	- Znajomość technik i planów filmowych - Znajomość formatów video i koderów - Znajomość przepisów prawa prasowego i prawa autorskiego - Znajomość trendów w dziedzinie video - Biegła obsługa sprzętu filmowego - Biegła obsługa sprzętu filmowego - Zaawansowana znajomość programów do montażu wideo	- Znajomość trendów w dziedzinie internetowych kanałów dystrybucji video - Znajomość programów do przygotowywania treści 3D
Umiejętności	- obsługi i operowania kamerą video - Kreatywność i zmysł artystyczny w tworzeniu dynamicznych i	- obsługi urządzeń do stabilizacji kamery i sprzętu oświetleniowego - operowania dronem

	angażujących materiałów interpersonalne i komunikacyjne - analityczne - współdziałania i pracy w zespole - organizowania pracy własnej - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu	
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie komunikatywnym	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie w pracy na stanowisku operatora filmowego/ telewizyjnego lub pokrewnym (min. 1 rok)	Minimum 2-3 lata doświadczenia w pracy jako operator kamery i montażysta, preferowane w instytucjach edukacyjnych, medialnych lub kulturalnych
Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność - otwartość na zmiany - otwartość na innych - elastyczność i dyspozycyjność - inicjatywność/ kreatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres	---
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- jakość realizowanych materiałów filmowych - rzetelność i terminowość realizacji powierzonych zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:

1. Nazwisko i imię (imiona)			
2. Nazwa stanowiska		Specjalista ds. Administracyjnych	
3. Główny cel stanowiska		Samodzielne wykonywanie zadań w zakresie realizacji spraw dotyczących obsługi administracyjnej jednostki	
4. Czas pracy		Normowany	
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	---
9. Zastępuje	Referent ds. Administracyjnych /Specjalista ds. Administracyjnych	10. Jest zastępowany/a	Specjalista ds. Administracyjnych
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		kierownicy i pracownicy jednostek organizacyjnych realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki	
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		krajowe i zagraniczne instytucje współpracujące z Dyrektorem Centrum Marketingu i Mediów w obszarze spraw administracyjnych	
13. Szczególne uprawnienia /pełnomocnictwa		- dostęp do systemów informatycznych oraz oprogramowania i licencji niezbędnych do wykonywania czynności służbowych	
14. Główne zadania na stanowisku:			
- prowadzenie i organizacja pracy biura			
- odbieranie i przekazywanie korespondencji (tradycyjnej i elektronicznej)			
- obsługa połączeń telefonicznych i poczty elektronicznej			
- rejestrowanie i archiwizacja pism przychodzących i wychodzących			
- sporządzanie pism, protokołów, notatek służbowych i innych dokumentów			
- przekazywanie dokumentów do odpowiednich komórek organizacyjnych			
- organizacja zebrań, narad i spotkań służbowych (przygotowanie materiałów, obsługa techniczna)			
- prowadzenie ewidencji czasu pracy, delegacji, urlopów i nieobecności pracowników			
- prowadzenie ewidencji środków trwałych, materiałów biurowych i ich zamawianie			
- utrzymywanie kontaktów z innymi jednostkami organizacyjnymi oraz partnerami zewnętrznymi			
- przekazywanie informacji zgodnie z obiegiem dokumentów i ustaloną hierarchią służbową			
- nadzór nad zaopatrzeniem biura w materiały eksploatacyjne			
- dbanie o porządek i organizację przestrzeni biurowej			
- obsługa sprzętu biurowego			
wprowadzanie danych do systemów elektronicznego obiegu dokumentów (np. EZD)			
- realizacja zadań wynikających z bieżących potrzeb jednostki			
- współudział w przygotowywaniu sprawozdań, raportów i zestawień			
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego			

Umiejętności	- komputerowe (w tym edytora tekstu, arkuszy kalkulacyjnych, baz danych, itp.) - obsługi urządzeń biurowych - sporządzania protokołów z obrad i posiedzeń - analityczne - interpersonalne i komunikacyjne - precyzyjnego wypowiadania się w mowie i piśmie - organizowania pracy własnej - współdziałania i pracy w zespole - rozwiązywania problemów - działania pod wpływem stresu i presją czasu	- obsługi programów informatycznych wykorzystywanych w szkolnictwie wyższym - administrowania stronami internetowymi i portalami społecznościowymi
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie komunikatywnym	Język angielski na poziomie zaawansowanym (B2)
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie związane z realizacją zadań w obszarze administracji – min. 3 lata	Doświadczenie w pracy w uczelni wyższej
Cechy osobowości	- komunikatywność - samodzielność i odpowiedzialność - elastyczność - kreatywność/inicjatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres - asertywność - otwartość na zmiany i rozwój własny	---
Inne	- wysoka kultura osobista - dyspozycyjność	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- inicjowanie i wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem/ęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Kustosz w Muzeum		
3. Główny cel stanowiska		Samodzielna realizacja zadań w zakresie aktywnej promocji i utrwalenia historii uniwersytetu w muzeum uczelni		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Kierownik Działu Marketingu	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Kustosz Muzeum	10. Jest zastępowany/a	Kustosz Muzeum	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Władze rektorskie, dziekani i prodziekani, kierownicy jednostek międzywydziałowych i ogólnouczelnianych oraz innych jednostek realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		MNiSW, media lokalne, regionalne i ogólnopolskie i inne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
13. Szczególne uprawnienia/pełnomocnictwa		- reprezentowanie uczelni wobec podmiotów zewnętrznych w zakresie promocji i utrwalenia historii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- przygotowywanie wystaw związanych z promocją historii Uniwersytetu				
- gromadzenie zbiorów, właściwie ich zabezpieczenie, konserwacja, magazynowanie oraz prowadzenie dokumentacji eksponatów				
- aktywne pozyskiwanie przedmiotów o wartości historycznej dla Uniwersytetu				
- aktywna promocja historii Uniwersytetu				
- obsługa grup oraz wycieczek odwiedzających muzeum				
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego,				
- wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej				
15. Odpowiedzialność	- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym muzeum - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i zasad obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za budowanie wizerunku uczelni - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie			

	- za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych	
16. Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związany z prawidłowym funkcjonowaniem muzeum
17. Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie wyższe	Wykształcenie wyższe w zakresie humanistycznym
Wiedza	- znajomość skutecznych form promocji - znajomość trendów w promocji jednostek związanych z kultywowaniem tradycji - tworzenia strategii komunikacyjnej - znajomość przepisów prawa autorskiego	- wiedza z zakresu podstaw pozycjonowania internetowego - podstawowa znajomość programów do obróbki graficznej
Umiejętności	- wystąpień publicznych - interpersonalne i komunikacyjne - analityczne i planistyczne - posługiwania się poprawną polszczyzną - współdziałania i pracy w zespole - rozwiązywania problemów - organizowania pracy własnej - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu	- komunikacji w zakresie mediów społecznościowych - tworzenia treści promocyjnych
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym	Inny język obcy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie związane z realizacją zadań w zakresie szeroko pojętej promocji (min. 2 lata)	Doświadczenie w pracy w jednostce związanej z promocją nauki lub historii

Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność - otwartość na zmiany i rozwój własny - otwartość na innych - elastyczność - inicjatywność/kreatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres	---
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- ilość wycieczek i wzmianek w mediach o jednostce i prowadzonych w niej działaniach - inicjowanie i wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce organizacyjnej - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Redaktor		
3. Główny cel stanowiska		Samodzielne przygotowywanie i realizacja audycji radiowych oraz prowadzenie obsługi administracyjnej radia		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Redaktor Naczelny	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Sekretarz Radia, Redaktor	10. Jest zastępowany/a	Redaktor Naczelny	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Władze uczelni, Dyrektor i pracownicy Centrum Marketingu i Mediów, koordynatorzy ds. promocji poszczególnych wydziałów oraz pracownicy innych jednostek organizacyjnych uczelni realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania komórki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Krajowe instytucje nadzorujące działalność jednostki (KRRiT, ZAiKS itp.), instytucje samorządowe, placówki publiczne, kulturalne, kluby sportowe, wydawnictwa muzyczne i literackie oraz inne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
13. Szczególne uprawnienia/pełnomocnictwa		- reprezentowanie pracodawcy w kontaktach z kierownikami i pracownikami poszczególnych jednostek oraz uczelni wobec podmiotów zewnętrznych w zakresie powierzonych zadań - Emisja na żywo programu radiowego		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- realizacja polityki uczelni w obszarze dotyczącym mediów i promocji, w zakresie dotyczącym przygotowywania i upowszechniania materiałów informacyjnych na potrzeby redakcji radia uniwersyteckiego oraz prowadzenie obsługi administracyjnej radia				
- realizacja programu radia, w tym: nagrywanie i montowanie dźwięków, przygotowywanie i prowadzenie audycji radiowych, weryfikacja i akceptacja materiałów antenowych przygotowywanych przez wszystkich współpracowników, realizacja patronatów medialnych, promocja wydarzeń uniwersyteckich, kulturalnych, muzycznych, sportowych itp., tworzenie archiwum dźwiękowego radia				
- obsługa strony internetowej radia oraz mediów społecznościowych, a także przygotowywanie, redagowanie i umieszczanie na niej autorskich informacji				
- koordynacja i realizacja radiowych działań promocyjnych, w tym organizacja wydarzeń promujących radio oraz uczelnię				
- realizacja zapisów koncesji przyznanej radiu				
- prowadzenie rozliczeń finansowych radia				

- prowadzenie dokumentacji związanej z realizacją powierzonych zadań w zakresie objętym działaniem komórki organizacyjnej		
- pozyskiwanie reklamodawców oraz realizacja zobowiązań reklamowych radia		
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego, - wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej		
15.Odpowiedzialność	- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym mediów i promocji, w szczególności funkcjonowania radia - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i zasad obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za prawidłową realizację zapisów koncesji przyznanej radiu - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych	
16.Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związanych z realizacją zadań radia uniwersyteckiego
17.Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie wyższe	Wykształcenie wyższe w zakresie: dziennikarstwo, komunikacja społeczna
Wiedza	- znajomość przepisów prawa regulujących działalność radia - znajomość zasad prowadzenia i obiegu dokumentacji związanej z działalnością jednostki - znajomość prawa prasowego - znajomość prawa autorskiego - znajomość rynku medialnego	- znajomość technik sprzedaży
Umiejętności	- obsługi programów emisyjnych i montażowych	- rozwiązywania problemów - posługiwania się systemami analitycznymi

	- obsługi komputerowych urządzeń wykorzystywanych w pracy redakcji - posługiwania się poprawną polszczyzną - sprzedaży czasu antenowego - komputerowe (np. zakresie edytora tekstu, baz danych) - interpersonalne i komunikacyjne - wystąpień publicznych - organizowania pracy własnej - analityczne - współdziałania i pracy w zespole - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu	
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym	Język angielski na poziomie zaawansowanym Inny język obcy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie w pracy na stanowisku redaktora radiowego (min. 2 lata)	Doświadczenie na stanowisku związanym ze sprzedażą reklam
Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność - otwartość na zmiany i rozwój własny - otwartość na innych - elastyczność - asertywność - inicjatywność/kreatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres	---
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- jakość realizowanego programu radiowego - inicjowanie i wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w radiu uniwersyteckim - skuteczność w sprzedaży czasu antenowego - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Sekretarz Redakcji		
3. Główny cel stanowiska		Samodzielna realizacja zadań w zakresie przygotowywania i upowszechniania materiałów informacyjnych, radiowych lub filmowych na potrzeby właściwej redakcji Biura ds. Mediów		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Redaktor Naczelny Mediów	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Redaktor Mediów	10. Jest zastępowany/a	Redaktora Mediów, Redaktora Naczelnego Mediów	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Władze uczelni, dyrektor i pracownicy Centrum Marketingu i Mediów, koordynatorzy ds. promocji poszczególnych wydziałów i pracownicy innych jednostek organizacyjnych uczelni, realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania komórki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Media/redakcje lokalne, regionalne i ogólnokrajowe oraz inne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
13. Szczególne uprawnienia/pełnomocnictwa		---		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- realizacja polityki uczelni w obszarze dotyczącym mediów i promocji w zakresie obejmującym tworzenie materiałów informacyjnych na potrzeby właściwej redakcji Biura ds. Mediów				
- przygotowywanie i upowszechnianie informacji o uczelni, artykułów i tekstów, filmów i audycji radiowych w czasopiśmie uniwersyteckim, radiu lub telewizji oraz na stronie internetowej uczelni				
- redakcja i adjustacja tekstów informacyjnych i reklamowych dotyczących uczelni przeznaczonych do publikacji				
- realizacja i emisja programów filmowych i audycji radiowych				
- realizacja programów radiowych lub telewizyjnych, w tym: nagrywanie i montowanie dźwięków, przygotowywanie i prowadzenie audycji radiowych lub telewizyjnych, weryfikacja i akceptacja materiałów antenowych przygotowywanych przez wszystkich współpracowników, realizacja patronatów medialnych, promocja wydarzeń uniwersyteckich, kulturalnych, muzycznych, sportowych itp., tworzenie archiwum dźwiękowego radia lub telewizji				
- dbałość o stan techniczny sprzętu właściwej redakcji				
- za realizację zapisów właściwych koncesji				
- prowadzenie archiwum radiowego lub filmowego właściwej redakcji				
- przygotowywanie materiałów do wydawnictw promocyjnych uczelni (albumów, informatorów, folderów itp.)				
- prowadzenie dokumentacji związanej z realizacją powierzonych zadań w zakresie objętym działaniem komórki organizacyjnej				

	- obsługi urządzeń wykorzystywanych w realizacji powierzonych zadań - precyzyjnego wypowiedzania się w mowie i piśmie - interpersonalne i komunikacyjne - komputerowe (np. zakresie edytora tekstu, baz danych) - współdziałania i pracy w zespole - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu - organizowania pracy własnej	
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym	---
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie w pracy dziennikarskiej na stanowisku redaktora (min. 1 rok)	---
Cechy osobowości	- komunikatywność - otwartość na innych - elastyczność - samodzielność i odpowiedzialność - otwartość na zmiany i rozwój własny - odporność na stres - inicjatywność/ kreatywność - asertywność	---
Inne	- wysoka kultura osobista - dyspozycyjność	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- jakość merytoryczna i estetyczna przygotowywanych materiałów - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem/ęłam do stosowania

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:

1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Social Media Manager		
3. Główny cel stanowiska		Samodzielne wykonywanie zadań związanych z działalnością marketingową i promocyjną w mediach społecznościowych w celu kształtowania spójnego i atrakcyjnego wizerunku uczelni, wspierania działań rekrutacyjnych, popularyzacji osiągnięć naukowych oraz promocji wydarzeń akademickich i kulturalnych		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Specjalista ds. Marketingu	10. Jest zastępowany/a	Social Media Manager Specjalista ds. Marketingu	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Dyrektor i pracownicy CPNiI Kortosfera, Dział Marketingu uczelni, Dział Współpracy z Otoczeniem Społeczno-Gospodarczym, radio UWM, samorząd studencki oraz inne jednostki organizacyjne uczelni realizujące zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Krajowe instytucje powiązane ze szkolnictwem wyższym w zakresie promocji, w tym MEiN, NCN, NCBiR oraz ogólnopolskie, regionalne i lokalne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej, w tym agencje reklamowe, drukarnie, media, influencerzy, blogerzy, webmasterzy, portale internetowe		
13. Szczególne uprawnienia /pełnomocnictwa		- reprezentowanie biura w kontaktach z kierownikami i pracownikami poszczególnych jednostek uczelni		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- opracowywanie i realizacja strategii obecności uczelni w mediach społecznościowych (w tym planowanie działań i harmonogramów publikacji)				
- tworzenie harmonogramów publikacji w mediach społecznościowych oraz ich realizacja w celu zapewnienia spójności komunikacji i regularności działań promocyjnych				
- redagowanie, przygotowywanie i publikowanie treści multimedialnych (teksty, grafiki, wideo) zgodnie z założeniami komunikacyjnymi uczelni				
- tworzenie dedykowanych kampanii edukacyjnych promujących wydarzenia, projekty i programy realizowane przez jednostkę, z naciskiem na ich wartości merytoryczne i społeczne				
- monitorowanie i analizowanie skuteczności prowadzonych działań w mediach społecznościowych (z wykorzystaniem narzędzi analitycznych i raportowych)				
- prowadzenie działań moderacyjnych – zarządzanie interakcją z użytkownikami, odpowiadanie na komentarze i zapytania, reagowanie na kryzysy wizerunkowe				
- ścisła współpraca z jednostkami organizacyjnymi uczelni w zakresie planowania i promocji wydarzeń, projektów badawczych, sukcesów kadry i studentów				
- koordynowanie kampanii płatnych w mediach społecznościowych (Facebook Ads, LinkedIn Ads itp.)				

Plan na 2020 rok - inicjowanie i wdrażanie nowatorskich form komunikacji cyfrowej (np. transmisje na żywo, podcasty, reelsy, TikTok) - obsługa promocyjna wydarzeń organizowanych przez Centrum, w tym prowadzenie relacji na żywo, tworzenie materiałów podsumowujących oraz organizacja sesji zdjęciowych i wideo - współpraca z grafikami, fotografami i zespołem video w zakresie tworzenia materiałów promocyjnych - dokumentowanie działań, archiwizacja materiałów, prowadzenie baz danych treści i raportów - monitorowanie trendów w zakresie komunikacji cyfrowej i rekomendowanie ich wdrożenia na uczelni - współudział w przygotowywaniu sprawozdań, raportów i zestawień - zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego - wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej		
15.Odpowiedzialność	- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym promocji - za budowanie pozytywnego wizerunku w mediach - za zawartość merytoryczną i estetyczną komunikacji marketingowej uniwersytetu z jego otoczeniem - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych. - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych	
16.Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji	Ograniczony zakres decyzji związanych z realizacją zadań w zakresie promocji	
17.Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie wyższe	Wykształcenie wyższe (preferowane kierunki: komunikacja społeczna.

		marketing, dziennikarstwo, PR, zarządzanie).
Wiedza	- znajomość zagadnień dotyczących reklamy tradycyjnej i nowoczesnej - znajomość zagadnień dotyczących public relations - znajomość przepisów prawa prasowego i prawa autorskiego - znajomość narzędzi analitycznych, np. programów do obróbki graficznej - znajomość zasad obiegu dokumentów w zakresie działań jednostki	- znajomość trendów w zakresie rozwiązań promocyjnych - wiedza z zakresu formatów multimedialnych (grafika, audio, video) - znajomość języków programowania stron internetowych - znajomość popularnych systemów CMS i ecommerce (Wordpress, Drupal)
Umiejętności	- projektowe/artystyczne - tworzenia treści promocyjnych - tworzenia prezentacji multimedialnych - obsługi programów graficznych i administracyjnych - obsługi stron internetowych i portali internetowych - interpersonalne i komunikacyjne - współdziałania i pracy w zespole - analityczne - organizowania pracy własnej - rozwiązywania problemów - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu - optymalizacji stron internetowych	- negocjacyjne
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie komunikatywnym (B1)	Język angielski na poziomie średniozaawans, Inny język obcy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie zawodowe na stanowisku związanym z komunikacją cyfrową lub marketingiem internetowym. (min. 2 lata)	---
Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność	---

	- otwartość na zmiany i rozwój własny - otwartość na innych - elastyczność - inicjatywność/kreatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres i pracę pod presją czasu	
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- skuteczność prowadzonych kampanii - wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce organizacyjnej - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Specjalista ds. Marketingu		
3. Główny cel stanowiska		Samodzielne wykonywanie zadań w zakresie planowania, tworzenia oraz koordynowania działań marketingowych i promocyjnych		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Specjalista ds. Marketingu	10. Jest zastępowany/a	Specjalista ds. Marketingu/Referent ds. Marketingu	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Władze uczelni, kierownik (dyrektor) i pracownicy Działu (sekcji), koordynatorzy ds. promocji poszczególnych wydziałów, kierownicy i pracownicy innych jednostek organizacyjnych uczelni realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Krajowe instytucje powiązane ze szkolnictwem wyższym w zakresie promocji, w tym MEiN, NCN, NCBiR oraz ogólnopolskie, regionalne i lokalne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej, w tym agencje reklamowe, drukarnie, media, webmasterzy, portale internetowe		
13. Szczególne uprawnienia /pełnomocnictwa		- reprezentowanie biura w kontaktach z kierownikami i pracownikami poszczególnych jednostek uczelni oraz wobec podmiotów zewnętrznych w zakresie powierzonych zadań		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- udział w przygotowaniu i realizacji założeń strategii promocji uczelni oraz jej oferty edukacyjnej, naukowej i projektowej				
- koordynacja realizacji kampanii i akcji marketingowych prowadzonych w kanałach tradycyjnych (druk, prasa, radio, outdoor), internetowych (strony www, portale edukacyjne, google ads) i mobilnych (media społecznościowe, aplikacje				
- prowadzenie działań promocyjnych w zakresie budowania i wzmacniania marki uniwersytetu, jego rozpoznawalności i wizerunku jako uczelni nowoczesnej, otwartej i zaangażowanej społecznie				
- tworzenie, redagowanie i dostosowywanie treści reklamowych oraz promocyjnych do różnych kanałów komunikacji (teksty, hasła, grafiki, krótkie formy wideo)				
- współorganizacja i realizacja akcji marketingowych oraz wydarzeń promujących uczelnię (np. targi edukacyjne, drzwi otwarte, konferencje, kampanie rekrutacyjne)				

-	obsługa, harmonogramowanie i publikacja komunikatów reklamowych i informacyjnych w mediach tradycyjnych i cyfrowych, z zachowaniem spójności przekazu
-	współudział w organizacji wydarzeń uczelnianych, eventów promocyjnych, działań integracyjnych oraz inicjatyw wspierających budowanie pozytywnego wizerunku uczelni
-	współpraca z jednostkami tworzącymi treści promocyjne (redakcja czasopisma uniwersyteckiego, uniwersytecka telewizja internetowa, radio UWM FM) w zakresie planowania, korekty i publikacji informacji służących pozycjonowaniu uczelni
-	monitorowanie efektywności prowadzonych działań marketingowych i analiza ich wpływu na rozpoznawalność uczelni
-	śledzenie trendów w obszarze marketingu edukacyjnego i wdrażanie nowoczesnych rozwiązań oraz narzędzi promocji
-	współpraca z partnerami zewnętrznymi (agencjami reklamowymi, drukarniami, grafikami, firmami eventowymi) w ramach realizowanych projektów promocyjnych
-	prowadzenie dokumentacji i sprawozdawczości związanej z realizacją powierzonych zadań oraz przygotowywanie materiałów do raportów, analiz i ewaluacji działań promocyjnych
-	przestrzeganie standardów identyfikacji wizualnej uczelni oraz zasad spójnej komunikacji marki uniwersytetu
-	współudział w przygotowywaniu sprawozdań, raportów i zestawień
-	zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego
-	wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej
15.Odpowiedzialność	- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym promocji - za budowanie pozytywnego wizerunku w mediach - za zawartość merytoryczną i estetyczną komunikacji marketingowej uniwersytetu z jego otoczeniem - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami. - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności

	poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych	
16.Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związanych z realizacją zadań w zakresie promocji
17.Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie wyższe	Wykształcenie wyższe w zakresie: marketing, dziennikarstwo Ukończone studia podyplomowe z zakresu komunikacji i mediów lub pokrewne
Wiedza	- znajomość zagadnień dotyczących reklamy tradycyjnej i nowoczesnej - znajomość zagadnień dotyczących public relations - znajomość przepisów prawa prasowego i prawa autorskiego - znajomość narzędzi analitycznych, np. programów do obróbki graficznej - znajomość zasad obiegu dokumentów w zakresie działań jednostki	- znajomość trendów w zakresie rozwiązań promocyjnych - wiedza z zakresu formatów multimedialnych (grafika, audio, video) - znajomość języków programowania stron internetowych - znajomość popularnych systemów CMS i ecommerce (Wordpress, Drupal)
Umiejętności	- projektowe/artystyczne - tworzenia treści promocyjnych - tworzenia prezentacji multimedialnych - obsługi programów graficznych i administracyjnych - obsługi stron internetowych i portali internetowych - interpersonalne i komunikacyjne - współdziałania i pracy w zespole - analityczne - organizowania pracy własnej - rozwiązywania problemów - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu - optymalizacji stron internetowych	- negocjacyjne
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym	Inny język obcy na poziomie komunikatywnym

Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie związane z realizacją zadań w obszarze promocji (min. 2 lata)	---
Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność - otwartość na zmiany i rozwój własny - otwartość na innych - elastyczność - inicjatywność/kreatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres	---
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- jakość oraz zawartość merytoryczna i estetyczna materiałów promocyjnych umieszczanych w tradycyjnych i nowoczesnych kanałach komunikacyjnych - skuteczność prowadzonych kampanii - inicjowanie i wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce organizacyjnej - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIwersYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Kierownik Biura ds. Marketingu		
3. Główny cel stanowiska		Planowanie, koordynowanie i nadzorowanie działań promocyjnych, marketingowych i wizerunkowych uczelni w celu budowania silnej marki, zwiększania jej rozpoznawalności oraz wspierania procesów rekrutacyjnych i strategicznych celów uczelni.		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	---	
9. Zastępuje	Specjalista ds. Marketingu	10. Jest zastępowany/a	Specjalista ds. Marketingu	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Władze uczelni, kierownik (dyrektor) i pracownicy Działu (sekcji), koordynatorzy ds. promocji poszczególnych wydziałów, kierownicy i pracownicy innych jednostek organizacyjnych uczelni realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Krajowe instytucje powiązane ze szkolnictwem wyższym w zakresie promocji, w tym MEiN, NCN, NCBiR oraz ogólnopolskie, regionalne i lokalne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej, w tym agencje reklamowe, drukarnie, media, webmasterzy, portale internetowe		
13. Szczególne uprawnienia /pełnomocnictwa		- reprezentowanie pracodawcy w kontaktach z kierownikami i pracownikami poszczególnych jednostek uczelni oraz wobec podmiotów zewnętrznych w zakresie powierzonych zadań		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- udział w przygotowaniu i realizacji założeń strategii promocji				
- zarządzanie kampaniami i akcjami marketingowymi w kanałach tradycyjnych, internetowych i mobilnych				
- organizowanie pracy Biura ds. Marketingu oraz nadzór nad realizacją zadań podległych pracowników				
- ustalanie priorytetów i harmonogramów działań marketingowych				
- delegowanie zadań, kontrola efektów pracy oraz rozwój kompetencji zespołu				
- opracowywanie i wdrażanie strategii marketingowej uczelni, zgodnej z jej misją i celami strategicznymi				
- inicjowanie i koordynowanie działań promujących ofertę edukacyjną, naukową, projektową i społeczną uczelni				
- monitorowanie trendów w marketingu edukacyjnym oraz wdrażanie nowoczesnych rozwiązań promocyjnych				
- planowanie i koordynacja kampanii rekrutacyjnych, wizerunkowych i informacyjnych (offline i online)				
- kontrola jakości, spójności i zgodności materiałów promocyjnych z identyfikacją wizualną uczelni				
- analiza skuteczności działań marketingowych i rekomendowanie działań optymalizacyjnych				

- współtworzenie i nadzorowanie przekazu komunikacyjnego uczelni (media, internet, social media) - reprezentowanie uczelni w kontaktach z partnerami medialnymi, reklamowymi i promocyjnymi - dbanie o spójność wizerunkową jednostek uczelni w ramach jednolitej polityki promocyjnej - współpraca z władzami uczelni, jednostkami organizacyjnymi i redakcjami uczelnianych mediów (czasopismo, telewizja, radio) - nawiązywanie i utrzymywanie relacji z partnerami zewnętrznymi: agencjami marketingowymi, mediami, instytucjami branżowymi - współpraca przy organizacji wydarzeń (konferencje, dni otwarte, jubileusze, gale, targi edukacyjne) i nadzór nad ich promocją - planowanie i kontrola budżetu marketingowego jednostki - sporządzanie raportów, analiz i zestawień z realizacji działań marketingowych - nadzór nad dokumentacją, umowami i zamówieniami związanymi z działaniami promocyjnymi - współudział w przygotowywaniu sprawozdań, raportów i zestawień - zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego, - wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej - prowadzenie dokumentacji związanej z realizacją powierzonych zadań w zakresie objętym działaniem jednostki organizacyjnej	
15.Odpowiedzialność	- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym promocji - za budowanie pozytywnego wizerunku w mediach - za zawartość merytoryczną i estetyczną komunikacji marketingowej uniwersytetu z jego otoczeniem - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami. - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych

	- za organizację, kontrolę, egzekwowanie i rozliczanie pracy podległego zespołu/działu/biura/sekcji zapewniające rzetelne, optymalne, terminowe i zgodne z przepisami wykonywanie zadań - za pracę i realizację zadań podległego zespołu - za zapewnienie w podległym zespole niezbędnych środków i narzędzi do utrzymania porządku i ładu w miejscu pracy - za dopuszczanie do pracy tylko po realizacji instruktażu stanowiskowego, z aktualnymi badaniami lekarskimi i szkoleniami BHP - za nie dopuszczanie do pracy osób wskazujących na spożycie alkoholu lub środków odurzających - za budowanie atmosfery współpracy, motywacji do pracy, doskonalenia i optymalizacji działań stale podnoszących efektywność pracy - za delegowanie zadań, uprawnień i odpowiedzialności w sposób zrozumiały dla pracowników i adekwatny do posiadanych przez nich kompetencji, w tym zastępstw - za dbałość o efektywne i optymalne kosztowo zarządzanie majątkiem Uniwersytetu i przekazany pod nadzór	
16.Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji		Ograniczony zakres decyzji związanych z realizacją zadań w zakresie promocji
17.Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie wyższe	Wykształcenie wyższe w zakresie: marketing, dziennikarstwo Ukończone studia podyplomowe z zakresu komunikacji i mediów lub pokrewne
Wiedza	- znajomość zagadnień dotyczących reklamy tradycyjnej i nowoczesnej - znajomość zagadnień dotyczących public relations - znajomość przepisów prawa prasowego i prawa autorskiego - znajomość narzędzi analitycznych, np. programów do obróbki graficznej - znajomość zasad obiegu dokumentów w zakresie działań jednostki	- znajomość trendów w zakresie rozwiązań promocyjnych - wiedza z zakresu formatów multimedialnych (grafika, audio, video) - znajomość języków programowania stron internetowych - znajomość popularnych systemów CMS i ecommerce (Wordpress, Drupal)
Umiejętności	- projektowe/artystyczne - tworzenia treści promocyjnych - tworzenia prezentacji multimedialnych - obsługi programów graficznych i administracyjnych - obsługi stron internetowych i portali internetowych - interpersonalne i komunikacyjne - współdziałania i pracy w zespole	- negocjacyjne

	- analityczne - organizowania pracy własnej - rozwiązywania problemów - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu optymalizacji stron internetowych	
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym	Inny język obcy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie związane z realizacją zadań w obszarze promocji (min. 3 lata)	---
Cechy osobowości	- samodzielność i odpowiedzialność - komunikatywność - otwartość na zmiany i rozwój własny - otwartość na innych - elastyczność - inicjatywność/kreatywność - sumienność i dokładność - odporność na stres	---
Inne	- dyspozycyjność - wysoka kultura osobista	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- jakość oraz zawartość merytoryczna i estetyczna materiałów promocyjnych umieszczanych w tradycyjnych i nowoczesnych kanałach komunikacyjnych - skuteczność prowadzonych kampanii - inicjowanie i wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce organizacyjnej - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem /jęłam do stosowania

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Redaktor Naczelny		
3. Główny cel stanowiska		Zarządzanie procesami związanymi z realizacją zadań w zakresie przygotowywania i upowszechniania materiałów informacyjnych, radiowych lub filmowych na potrzeby właściwej redakcji Biura ds. Mediów		
4. Czas pracy		Normowany - elastyczny		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów	8. Nadzór służbowy	Redaktor Mediów, Fotoreporter, Grafik / Technik Radiowy, Sekretarz Radia/ Operator Telewizyjny	
9. Zastępuje	Właściwy Redaktor Mediów	10. Jest zastępowany/a	---	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Władze uczelni, dyrektor i pracownicy Centrum Marketingu, koordynatorzy ds. promocji poszczególnych wydziałów i pracownicy innych jednostek organizacyjnych uczelni, realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania komórki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		Media/redakcje lokalne, regionalne i ogólnokrajowe oraz inne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
13. Szczególne uprawnienia/pełnomocnictwa		- reprezentowanie pracodawcy w kontaktach z kierownikami i pracownikami poszczególnych jednostek oraz uczelni wobec podmiotów zewnętrznych w zakresie powierzonych zadań		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- realizacja polityki uczelni w obszarze dotyczącym mediów i promocji w zakresie obejmującym tworzenie materiałów informacyjnych na potrzeby właściwej redakcji Biura ds. Mediów				
- nadzór, koordynacja i realizacja prac związanych z przygotowaniem bieżących oraz okolicznościowych wydań czasopisma uniwersyteckiego, programu radia lub telewizji uniwersyteckiej, umieszczania informacji na właściwych stronach internetowych oraz tworzenia innych treści informacyjnych i promocyjnych				
- nadzór nad redagowaniem treści i realizacją zadań dotyczących uczelni do publikacji informacyjnych i reklamowych oraz na stronę internetową				
- nadzór nad realizacją programów radiowych lub telewizyjnych, w tym: nagrywanie i montowanie dźwięków, przygotowywanie i prowadzenie audycji radiowych lub telewizyjnych, weryfikacja i akceptacja materiałów antenowych przygotowywanych przez wszystkich współpracowników, realizacja patronatów				

	medialnych, promocja wydarzeń uniwersyteckich, kulturalnych, muzycznych, sportowych itp., tworzenie archiwum dźwiękowego radia lub telewizji
	- nadzór nad procesami redagowania i tłumaczenia tekstów na internetową stronę anglojęzyczną uczelni
	- nadzór nad wysyłaniem zapowiedzi do mediów lokalnych i ogólnopolskich
	- nadzór nad realizacją zadań w zakresie wykonania materiałów zleconych na rzecz podmiotów zewnętrznych
	- nadzór, koordynacja i realizacja działań promocyjnych, w tym organizacja wydarzeń promujących media uniwersyteckie oraz uczelnię
	- koordynacja prac w zakresie przygotowywania materiałów do wydawnictw lub audycji promocyjnych uczelni
	- koordynacja współpracy z mediami zewnętrznymi i uniwersyteckimi w zakresie podpisanych umów
	- nadzór nad realizacją zapisów właściwych koncesji
	- nadzór nad stanem technicznym sprzętu właściwej redakcji
	- prowadzenie dokumentacji związanej z realizacją powierzonych zadań w zakresie objętym działaniem komórki organizacyjnej
	- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego
	- wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej
	- kierowanie pracą podległego zespołu
15.Odpowiedzialność	- za sprawną i zgodną z przepisami prawa realizację polityki uczelni w obszarze dotyczącym prowadzenia właściwej redakcji oraz strony internetowej uczelni - za zawartość merytoryczną i estetyczną mediów uniwersyteckich oraz innych tekstów zamieszczanych na stronach internetowych uczelni - za przestrzeganie zasad obsługi administracyjnej i zasad obiegu dokumentów zgodnie z wewnętrznym systemem zarządzania - za całokształt zadań objętych działaniem podległej komórki organizacyjnej - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych

	- za organizację, kontrolę, egzekwowanie i rozliczanie pracy podległego zespołu/działu/biura/sekcji zapewniające rzetelne, optymalne, terminowe i zgodne z przepisami wykonywanie zadań - za pracę i realizację zadań podległego zespołu - za zapewnienie w podległym zespole niezbędnych środków i narzędzi do utrzymania porządku i ładu w miejscu pracy - za dopuszczanie do pracy tylko po realizacji instruktażu stanowiskowego, z aktualnymi badaniami lekarskimi i szkoleniami BHP - za nie dopuszczanie do pracy osób wskazujących na spożycie alkoholu lub środków odurzających - za budowanie atmosfery współpracy, motywacji do pracy, doskonalenia i optymalizacji działań stale podnoszących efektywność pracy - za delegowanie zadań, uprawnień i odpowiedzialności w sposób zrozumiały dla pracowników i adekwatny do posiadanych przez nich kompetencji, w tym zastępstw - za dbałość o efektywne i optymalne kosztowo zarządzanie majątkiem Uniwersytetu i przekazany pod nadzór	
16.Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji	Istotny zakres decyzji związanych z realizacją zadań właściwej redakcji	
17.Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie wyższe	Wykształcenie wyższe w zakresie: dziennikarstwo, komunikacja społeczna
Wiedza	- znajomość prawa prasowego - znajomość prawa autorskiego - znajomość głównych założeń ustawy o szkolnictwie wyższym	---
Umiejętności	- posługiwania się poprawną polszczyzną - obsługi programów emisyjnych i montażowych - obsługi urządzeń wykorzystywanych w realizacji powierzonych zadań - komputerowe (np. zakresie edytora tekstu, baz danych) - współdziałania i pracy w zespole - pracy pod wpływem stresu i pod presją czasu - organizowania pracy własnej i podległego zespołu - kierowania zespołem i motywowania pracowników - interpersonalne i komunikacyjne	- obsługi internetowych portali, serwisów i mediów społecznościowych - podejmowania decyzji i rozwiązywania problemów - lekkie pióro, sprawne pisanie artykułów lub scenariuszy - podstawy zasad pozycjonowania internetowego
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym	Inny język obcy na poziomie komunikatywnym

Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie w pracy dziennikarskiej na stanowisku redaktora (min. 3 lata) lub redaktora naczelnego (min. 1 rok)	Doświadczenie w kierowaniu zespołem redakcyjnym
Cechy osobowości	- inicjatywność/kreatywność - samodzielność i odpowiedzialność - otwartość na zmiany i rozwój własny - asertywność - odporność na stres - komunikatywność - otwartość na innych - elastyczność	---
Inne	- wysoka kultura osobista - dyspozycyjność	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- jakość merytoryczna i estetyczna przygotowywanych materiałów i innych publikacji przygotowywanych we właściwej redakcji - inicjowanie i wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce organizacyjnej - rzetelność, prawidłowość i terminowość realizacji zadań - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem/ęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie

 UNIWERSYTET WARMIŃSKO-MAZURSKI W OLSZTYNIE		Symbol:	Tytuł: Opis stanowiska pracy	
		Właściciel:	Wydanie:	Obowiązuje od:
1. Nazwisko i imię (imiona)				
2. Nazwa stanowiska		Dyrektor Centrum Marketingu i Mediów		
3. Główny cel stanowiska		Zarządzanie procesami związanymi z realizacją strategii i polityki uczelni w obszarze promocji i kształtowania wizerunku Uniwersytetu oraz mediów uniwersyteckich		
4. Czas pracy		Normowany		
5. Pion	Rektora	6. Komórka/jednostka organizacyjna	Centrum Marketingu i Mediów	
7. Podległość służbowa	Dyrektor Gabinetu Rektora	8. Nadzór służbowy	Pracownicy Centrum Marketingu i Mediów	
9. Zastępuje	Specjalistę ds. Promocji, Redaktora Naczelnego, Redaktora	10. Jest zastępowany/a	---	
11. Współpraca z podmiotami wewnętrznymi		Rektor, Prorektorzy, Dyrektor Gabinetu, dziekani i prodziekani, rzecznik prasowy, kierownicy jednostek międzywydziałowych i ogólnouczelnianych oraz innych jednostek realizujących zadania powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
12. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi		MNiSW, media lokalne, regionalne i ogólnopolskie i inne podmioty powiązane z przedmiotem działania jednostki organizacyjnej		
13. Szczególne uprawnienia /pełnomocnictwa		- reprezentowanie pracodawcy w kontaktach z kierownikami i pracownikami poszczególnych jednostek oraz reprezentowanie uczelni wobec podmiotów zewnętrznych w zakresie powierzonych zadań - podpisywanie pism i innych dokumentów nie zastrzeżonych do podpisu przez Rektora w zakresie powierzonych zadań		
14. Główne zadania na stanowisku:				
- kreowanie i realizacja strategii i polityki uczelni w obszarze dotyczącym zadań związanych z promocją, marketingiem oraz kształtowaniem wizerunku Uniwersytetu oraz mediów uniwersyteckich				
- sprawowanie kontroli formalnej, nadzór i dokonywanie analiz merytorycznych w sprawach związanych z działaniami promocji w poszczególnych sekcjach reprezentujących promocję rekrutacyjną oraz wizerunkową				
- nadzór i koordynacja działań w poszczególnych mediach uniwersyteckich: prasa, radio, telewizja, internet, w tym również: social media				
- nadzór nad realizacją wydawniczych materiałów promocyjnych uczelni: informatorów, albumów, folderów, stron internetowych, prezentacji				
- koordynacja prac związanych z realizacją projektów dotyczących obszaru działania jednostki, w tym eventów promocyjnych				

- koordynacja i nadzór nad pracami prowadzonymi w zakresie promocji i popularyzacji działalności jednostki organizacyjnej	
- zarządzanie finansami jednostki, w tym ustalanie i realizacja planów budżetowych i inwestycyjnych, nadzór i kontrola kosztów prowadzonej działalności itp.	
- analiza, weryfikacja i opracowywanie sprawozdań, raportów i zestawień w zakresie objętym działaniem jednostki organizacyjnej	
- nadzór nad prowadzeniem uniwersyteckiego Muzeum	
- opracowywanie projektów aktów prawnych i procedur objętych przedmiotem działania jednostki	
- realizacja polityki kadrowej jednostki, w tym monitorowanie stanu zatrudnienia w celu zapewnienia właściwej realizacji zadań Centrum Marketingu I Mediów	
- nadzór i kontrola nad sporządzaniem i rejestrowaniem umów cywilno-prawnych w zakresie objętym przedmiotem działania jednostki	
- zastępowanie pracownika wskazanego przez przełożonego,	
- wykonywanie innych poleceń przełożonych, mieszczących się w zakresie merytorycznym jednostki organizacyjnej	
- kierowanie pracą podległego zespołu	
15.Odpowiedzialność	- za realizację strategii i polityki uczelni w obszarze dotyczącym promocji, marketingu, kształtowania wizerunku Uniwersytetu na zewnątrz oraz mediów uniwersyteckich - za realizację budżetu jednostki organizacyjnej - za całość zadań objętych działaniem jednostki organizacyjnej - za terminowe i prawidłowe wykonywanie powierzonych zadań służbowych i poleceń przełożonych, zgodnie z obowiązującymi przepisami - za przestrzeganie dyscypliny pracy, tajemnicy służbowej i państwowej, przepisów BHP i PPOŻ oraz ochrony środowiska - za ład, porządek w miejscu pracy i powierzone mienie - za pełne i efektywne wykorzystanie czasu pracy - za przestrzeganie obowiązujących przepisów i norm prawnych, regulaminów, wewnętrznych zarządzeń, instrukcji i procedur obowiązujących na Uniwersytecie - za przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych - za należyte zabezpieczenia narzędzi, urządzeń i pomieszczeń pracy. - za niezwłoczne powiadamianie przełożonego o zauważonym na Uniwersytecie wypadku oraz zagrożeniu życia lub zdrowia ludzkiego. - za dbanie o dobre imię Uniwersytetu - za kształtowanie właściwej atmosfery pracy oraz zapewnianie stałej i skutecznej współpracy ze wszystkimi jednostkami organizacyjnymi Uniwersytetu i zewnętrznymi współpracownikami - za dbanie o zapewnienie właściwej kultury osobistej, nadrzędności podstawowych interesów pracodawcy nad interesami partykularnymi, apolityczności w procesie pracy, poszanowania prawa do odmienności poglądów i wyznania oraz poszanowania innych gwarancji konstytucyjnych - za organizację, kontrolę, egzekwowanie i rozliczanie pracy podległego zespołu/działu/biura/sekcji zapewniające rzetelne, optymalne, terminowe i zgodne z przepisami wykonywanie zadań. - za pracę i realizację zadań podległego zespołu - za zapewnienie w podległym zespole niezbędnych środków i narzędzi do utrzymania porządku i ładu w miejscu pracy - za dopuszczanie do pracy tylko po realizacji instruktażu stanowiskowego, z aktualnymi badaniami lekarskimi i szkoleniami BHP

	- za nie dopuszczanie do pracy osób wskazujących na spożycie alkoholu lub środków odurzających - za budowanie atmosfery współpracy, motywacji do pracy, doskonalenia i optymalizacji działań stale podnoszących efektywność pracy - za delegowanie zadań, uprawnień i odpowiedzialności w sposób zrozumiały dla pracowników i adekwatny do posiadanych przez nich kompetencji, w tym zastępstw - za dbałość o efektywne i optymalne kosztowo zarządzanie majątkiem Uniwersytetu i przekazany pod nadzór	
16.Rodzaj i znaczenie podejmowanych decyzji	Istotny zakres decyzji związanych z realizacją strategii i polityki uczelni w obszarze dotyczącym promocji, marketingu, kształtowania wizerunku Uniwersytetu oraz mediów uniwersyteckich, o bardzo dużym wpływie na jej funkcjonowanie	
17.Wymagania kwalifikacyjne:		
Opis	Niezbędne	Pożądane
Kwalifikacje formalne	Wykształcenie wyższe	Wykształcenie wyższe z zakresu nauk humanistycznych, społecznych, ekonomicznych Preferowane kierunki: dziennikarstwo, komunikacja społeczna, marketing Ukończone studia podyplomowe, kursy lub szkolenia z zakresu mediów, komunikacji w biznesie, marketingu i promocji
Wiedza	- znajomość zasad i narzędzi tworzenia przekazu i informacji w poszczególnych gatunkach dziennikarstwa (prasa, radio, telewizja) - wiedza z zakresu nowych mediów, zasad funkcjonowania social mediów - wiedza z zakresu analizy i kreowania trendów w obszarze mediów i promocji - znajomość przepisów prawa prasowego - ogólna znajomość prawa autorskiego - znajomość specyfiki działania poszczególnych redakcji mediów uniwersyteckich - wiedza z zakresu zarządzania zespołem	- znajomość zagadnień związanych z funkcjonowaniem szkolnictwa wyższego - znajomość przepisów prawa o szkolnictwie wyższym - znajomość zasad prowadzenia i obiegu dokumentacji w uczelni
Umiejętności	- obsługi programów informatycznych wspomagających zarządzanie promocją internetową - interpersonalne i komunikacyjne	- strategicznego myślenia i działania - zarządzania w sytuacjach zmian

	- precyzyjnego wypowiadania się w mowie i piśmie - podejmowania decyzji i rozwiązywania problemów - wystąpień publicznych - analityczne i planistyczne - współdziałania i pracy w zespole - organizowania pracy własnej i podległego zespołu - kierowania zespołem i motywowania pracowników - negocjowania - działania pod wpływem stresu i presją czasu	
Znajomość języków obcych	Język angielski na poziomie średniozaawansowanym	Inny język kongresowy na poziomie komunikatywnym
Doświadczenie zawodowe	Doświadczenie na stanowisku specjalistycznym (min. 5 lat) lub kierowniczym (min 2-3 lata) w obszarze promocji i mediów	Doświadczenie w pracy w uczelni publicznej
Cechy osobowości	- komunikatywność - elastyczność - odporność na stres - asertywność - inicjatywność/ kreatywność - samodzielność i odpowiedzialność - sumienność i dokładność - otwartość na zmiany i rozwój własny - uczciwość	---
Inne	- wysoka kultura osobista - dyspozycyjność	---
18.Podstawowe kryteria oceny pracy	- stopień realizacji strategii i polityki uczelni w obszarze objętym przedmiotem działania jednostki - inicjowanie i wdrażanie rozwiązań służących doskonaleniu procesów realizowanych w jednostce - stopień, jakość i terminowość realizacji zadań przewidzianych działaniem jednostki - zaangażowanie w realizację powierzonych zadań	

Oświadczam, że zapoznałem/am się z powyższym opisem stanowiska pracy, zrozumiałem/am go i przyjąłem/ęłam do stosowania.

Podpis osoby przyjmującej oświadczenie

Data i podpis pracownika składającego oświadczenie