
VIII. DZIAŁANIA PROMOCYJNE

Głównym celem działań promocyjnych było kreowanie pozytywnego wizerunku Uczelni, dbanie o wzrost jej popularności i konkurencyjności na rynku edukacyjnym. Realizacja działań promocyjnych odbywała się przez:

- 1) współpracę z mediami – dostarczanie materiałów informacyjnych, zapraszanie na ważne wydarzenia uczelniane, konferencje, imprezy studenckie itp.;
- 2) opracowywanie i publikowanie informacji oraz prowadzenie serwisu internetowego;
- 3) organizację i nadzór nad akcjami promocyjno-informacyjnymi w szkołach ponadgimnazjalnych, jak również podczas targów edukacyjnych oraz w mediach;
- 4) opracowywanie ankiet i rankingów;
- 5) redagowanie publikacji ogólnouczelnianych (folderów, ulotek, prezentacji);
- 6) projektowanie wszelkich materiałów informacyjnych i promocyjnych o Uczelni;
- 7) tworzenie nowych kanałów komunikacyjnych i informacyjnych w sieci;
- 8) obsługę portali społecznościowych;
- 9) prowadzenie serwisu dotyczącego oferty studiów podyplomowych.

W roku akademickim 2017/2018 działania promocyjne prowadzone były w powiatach: konińskim, kolskim, tureckim, słupeckim oraz mogileńskim.

1. Reklama w mediach

Reklama obejmowała ogłoszenia, artykuły sponsorowane, informacje bezpłatne z wydarzeń uczelnianych także w specjalnych dodatkach maturalnych. Zamieszczana była na portalach oraz w lokalnej prasie: konin.lm.pl, e-kolo, Turek.Net, TV Wielkopolska, Wirtualny Konin, Info.Konin, Konin24.info, Przegląd Koniński, strony internetowe gmin i urzędów.

2. Targi edukacyjne

Zaprezentowano ofertę edukacyjną dla maturzystów na XIV Forum Oświatowym „Konińskie Święto Edukacji”. Na stoisku PWSZ w Koninie uczniowie szkół ponadgimnazjalnych mieli okazję zapoznać się z aktualną ofertą edukacyjną oraz porozmawiać ze studentami. Dla uczniów przewidziane były upominki w formie gadżetów z logo Uczelni. Forum odbyło się w hali widowiskowo-sportowej MOSiR w Koninie.

3. Warsztaty i wykłady otwarte

Wydziały i inne jednostki uczelniane zorganizowały wykłady oraz warsztaty popularyzujące naukę dla uczniów szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz ponadgimnazjalnych. W tym roku akademickim zaproponowano ponad 40 tematów, które prezentowano zarówno na Uczelni, jak i w poszczególnych szkołach. Wykłady i warsztaty połączone były z promocją oferty edukacyjnej Uczelni (rozpowszechnianie ulotek i informatorów).

4. Akademia Młodego Studenta – czwarta edycja

W roku akademickim 2014/2015 w PWSZ w Koninie uruchomiono Akademię Młodego Studenta. Ideą projektu jest rozwijanie u dzieci i młodzieży postaw twórczych, popularyzacja edukacji

i wzbudzanie zainteresowania zagadnieniami naukowymi. Założeniem funkcjonowania Akademii Młodego Studenta jest cykl spotkań w formie warsztatów, wykładów, zajęć korekcyjno-gimnastycznych przeprowadzonych na terenie Uczelni przez poszczególne katedry i zakłady. Projekt swoim zasięgiem obejmuje wszystkie typy szkół – podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne z powiatu kolskiego, tureckiego, słupeckiego i konińskiego. Od października 2017 r. do czerwca 2018 r. w ramach AMS odbyło się 9 spotkań.

5. Prowadzenie serwisu internetowego

Pracownicy odpowiedzialni za promocję zajmują się rozwojem i nadzorem serwisu internetowego Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie, zarządzaniem informacjami na stronie głównej oraz w pozostałych boksach, a także szatą graficzną.

6. Działania na portalach społecznościowych

Facebook – oficjalny profil w mediach społecznościowych PWSZ w Koninie. To tutaj prowadzone są kampanie reklamowe, akcje dotyczące oferty edukacyjnej, to miejsce służące także do komunikacji między Uczelnią a studentami, kandydatami oraz absolwentami.

Działalność promocyjna to także prowadzenie profili społecznościowych dotyczących studiów podyplomowych oraz Akademickiego Centrum Językowego, wspomaganie działania profili Wydziału Kultury Fizycznej i Ochrony Zdrowia, Wydziału Filologicznego oraz Wydziału Społeczno-Technicznego. Prowadzone są też profile na Instagramie, Twitterze, Google+ i kanale YouTube.

7. Działania public relations

Najczęstszą formą współpracy z mediami jest przygotowywanie tekstów informacyjnych, zapraszanie ich na uczelniane imprezy (inauguracja, absolutoria, seminaria, konferencje, Akademia Młodego Studenta, zawody sportowe i inne).

Inną grupę działań z zakresu PR stanowią wydarzenia skierowane do głównych odbiorców oferty edukacyjnej (Drzwi Otwarte, wykłady otwarte i inne akcje: konkursy, spotkania z gośćmi ze świata polityki, edukacji, ekonomii, a także udział w targach edukacyjnych).

8. Podsumowanie działań promocyjnych w roku akademickim 2017/2018

W roku 2017/2018 odbyło się ponad 100 imprez/wydarzeń/spotkań mających wydźwięk promocyjny. Do głównych należały: wykłady w szkołach ponadgimnazjalnych, Drzwi Otwarte, konferencje, Juwenalia, spotkania w ramach Akademii Młodego Studenta, absolutoria.

Działalność promocyjna skupiała się głównie na przygotowaniu materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty, bilbordy, informator), administrowaniu stroną internetową Uczelni i promocją za pomocą mediów społecznościowych, współorganizowaniu Akademii Młodego Studenta, współpracy przy konferencjach naukowych oraz seminariach studenckich, akcjach organizowanych przez katedry i zakłady PWSZ w Koninie.