

**UCHWAŁA Nr 171/IV/II/2011**

**Senatu Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie**

**z dnia 8 lutego 2011 r.**

w sprawie wyrażenia opinii dotyczącej programu promocji Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie

Na podstawie art. 62 ust. 1 pkt 3 i 11 ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz. U. Nr 164, poz. 1365, z późn. zm.), po rozpatrzeniu sprawy przedłożonej przez Rektora,

uchwala się, co następuje:

§ 1

Senat wyraża pozytywną opinię dotyczącą programu promocji Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie na rok 2011, stanowiącego załącznik do uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Przewodniczącemu Senatowi.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

*Przewodniczący  
Senatu PWSZ w Koninie*

*/-/ prof. nadzw. dr hab. Wojciech Poznaniak*

RADCA PRAWNY  
/-/Alicja Łukowska

## **Program promocji PWSZ w Koninie w 2011 r.**

### **I. Cel działań promocyjnych**

Celem działań promocyjnych w 2011 r. jest utrwalenie marki uczelni oraz przekonanie uczniów szkół ponadgimnazjalnych, że PWSZ w Koninie jest uczelnią, w której warto studiować, a w rezultacie pozyskanie odpowiedniej liczby kandydatów. Działania promocyjne skupiają się na budowaniu i utrzymywaniu pozytywnego wizerunku uczelni, promowaniu kierunku studiów oraz współpracy ze szkołami.

### **II. Odbiorcy działań promocyjnych**

Odbiorcami działań promocyjnych są obecni uczniowie szkół ponadgimnazjalnych; absolwenci szkół średnich, którzy nie podjęli jeszcze studiów wyższych; rodzice oraz pozostałe osoby z najbliższego otoczenia potencjalnych studentów mogące wpływać na decyzję o wyborze miejsca studiów; nauczyciele szkół ponadgimnazjalnych oraz pracodawcy.

### **III. Narzędzia promocji**

#### **1. Promocja medialna**

##### **1.1. Internet**

- prowadzenie własnej witryny internetowej
- prezentacja i reklama uczelni na portalach regionalnych i ogólnopolskich oraz portalach edukacyjnych
- udział w targach wirtualnych np. [www.edutargi.pl](http://www.edutargi.pl)

##### **1.2. Prasa**

- redagowanie własnego kwartalnika: „Biuletyn PWSZ w Koninie”
- artykuły w gazetach lokalnych oraz branżowych pismach ogólnopolskich
- reklama w gazetach lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich

##### **1.3. Radio i telewizja**

- informacje o uczelni w serwisach informacyjnych TVP Poznań, telewizjach kablowych i internetowych
- reklama w rozgłośniach lokalnych

#### **2. Promocja bezpośrednia w szkołach i na terenie PWSZ**

- prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych
- drzwi otwarte uczelni
- imprezy instytucyjne o charakterze promocyjnym
- wykłady otwarte
- koncerty charytatywne
- spotkania i wystawy w Bibliotece PWSZ

#### **3. Targi edukacyjne**

- Konin
- Poznań
- Łódź
- Sieradz
- Zduńska Wola
- Września
- Inowrocław
- Gniezno
- Koło
- Słupca
- Środa Wielkopolska

#### **4. Informatory i inne materiały informacyjne**

- własne informatory
- wpisy i reklamy w informatorach ogólnopolskich
- ulotki reklamowe i plakaty
- bilboardy i bannery reklamowe
- gadżety reklamowe

#### **5. Sympozja, konferencje, seminaria**

#### **6. Uroczystości okolicznościowe służące promowaniu uczelni**

- uroczyste inauguracje
- absolutoria
- spotkania noworoczne z dyrektorami szkół ponadgimnazjalnych

### **IV. Działania promocyjne**

#### **1. Media**

##### **Witryna internetowa PWSZ**

Najważniejszym medium służącym promocji uczelni jest Internet. Prawie 80% kandydatów na studia w PWSZ w 2010 r. wskazało, że jest to podstawowe źródło informacji o szkole.

Na stronie internetowej PWSZ, którą miesięcznie odwiedza od 25 tys. do 67 tys. osób, znaleźć można informacje dla kandydatów, studentów, pracowników, a także opis aktualnych wydarzeń uczelnianych. Witryna [www.pwsz.konin.edu.pl](http://www.pwsz.konin.edu.pl) każdego roku nabiera coraz bardziej interaktywnego charakteru. Internauci mają możliwość kontaktowania się z Działem Promocji poprzez komunikator Gadu Gadu, mogą zadać pytanie rektorowi, a także wybrać się w podróż wirtualną po uczelni.

Odpowiedzialny za wygląd i zawartość witryny internetowej: Patryk Andre

##### **Witryny ogólnopolskie**

Prezentacje uczelni oraz bannery reklamowe ukazują się lub będą się ukazywać w 2011 r. na portalach i wyszukiwarkach ogólnopolskich:

- [www.uczelnie.pl](http://www.uczelnie.pl)
- [www.kierunkistudiow.pl](http://www.kierunkistudiow.pl)
- [www.uczelnie.info.pl](http://www.uczelnie.info.pl)
- [www.studentsite.pl](http://www.studentsite.pl)
- [www.pwa.edu.pl](http://www.pwa.edu.pl)
- [www.pomaturze.pl](http://www.pomaturze.pl)
- [www.edukacja.net](http://www.edukacja.net)
- [www.studia.net](http://www.studia.net)
- [www.edukacjapolsce.pl](http://www.edukacjapolsce.pl)
- [www.edukacijapl.pl](http://www.edukacijapl.pl)
- [www.edulandia.pl](http://www.edulandia.pl)
- [www.studia.pl](http://www.studia.pl)
- [www.forumakad.pl](http://www.forumakad.pl)
- [www.studia.korba.pl](http://www.studia.korba.pl)
- [www.edustacja.pl](http://www.edustacja.pl)
- [www.study4u.pl](http://www.study4u.pl)
- [www.szkolywpolsce.pl](http://www.szkolywpolsce.pl)
- [www.szukamszkoly.pl](http://www.szukamszkoly.pl)
- [www.uczelnie.edu.pl](http://www.uczelnie.edu.pl)
- [www.pomaturze.com](http://www.pomaturze.com)
- [www.portlalmaturzysty.pl](http://www.portlalmaturzysty.pl)
- [www.dlaczego.com](http://www.dlaczego.com)
- [www.progra.pl](http://www.progra.pl) (+ informator na płycie)

- [www.idea.media.pl](http://www.idea.media.pl)
- [www.kompass.com](http://www.kompass.com)
- [www.edu.pracuj.pl](http://www.edu.pracuj.pl) (studia podyplomowe)
- [www.edutargi.pl](http://www.edutargi.pl) (trójwymiarowe targi edukacyjne ACI)
- [www.expoguide.com](http://www.expoguide.com)
- [www.google.pl](http://www.google.pl)

#### **Lokalne portale internetowe**

- [www.konin.lm.pl](http://www.konin.lm.pl)
- [www.wirtualnyKonin.pl](http://www.wirtualnyKonin.pl)
- [www.wrzesnia.info.pl](http://www.wrzesnia.info.pl)
- [Konin.24.info](http://Konin.24.info)

Odpowiedzialny za kontakty z administratorami portali: Dariusz Wiliński

Przygotowanie materiałów: Patryk Andre i Dariusz Wiliński

Na portalu [lm.pl](http://lm.pl) oraz [wirtualnyKonin.pl](http://wirtualnyKonin.pl) umieszczane są na bieżąco informacje (również filmowe) na temat wydarzeń uczelnianych redagowane przez Dział Wydawnictw i Promocji PWSZ. Na portalu [wirtualnyKonin.pl](http://wirtualnyKonin.pl) zamieszczony jest „Biuletyn PWSZ” w formie elektronicznej – średnio każde wydanie obejrzało ponad 40 tys. internautów.

#### **Prasa**

Dział Wydawnictw i Promocji utrzymuje dobre kontakty z lokalnymi mediami, w tym „Przeglądem Konińskim”, „Głosem Wielkopolskim”, „Życiem Konina” i „Echem Turku” oraz „Kurierem Konińskim”.

Średnio w roku ukazuje się w tych czasopismach ponad 90 artykułów i informacji o PWSZ, które zostały w części przygotowane przez pracowników Działu Wydawnictw i Promocji.

Do potencjalnych kandydatów w 2011 r. będziemy starali się dotrzeć z reklamami (zwłaszcza o nowo otwartych kierunkach) w prasie lokalnej, regionalnej, a także ogólnopolskiej (w miarę potrzeby: „Gazeta Wyborcza”, „Rzeczpospolita”).

Dział Wydawnictw i Promocji redaguje własne pismo uczelniane pod nazwą „Biuletyn PWSZ w Koninie”. W 2011 r. ukażą się kolejne trzy wydania tego pisma.

Za kontakt z mediami i przekazywanie informacji odpowiedzialny: Ewa Kapyszewska

Za umieszczanie reklam: Dariusz Wiliński

Za redakcję biuletynu odpowiedzialna: Ewa Kapyszewska

#### **Radio i telewizja**

W 2011 r. PWSZ w Koninie nadal będzie utrzymywać współpracę z Radiem Planeta, Radiem Konin, korespondentami TVP Poznań, Telewizją Kablową „Konin” oraz telewizjami internetowymi w Koninie, gdzie ukazują się zarówno informacje o uczelni, a także reklamy i ogłoszenia rekrutacyjne.

## **2. Promocja bezpośrednia w szkołach i na terenie PWSZ oraz poza uczelnią**

### **Prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych**

Pracownicy Działu Wydawnictw i Promocji odwiedzają od listopada 2010 r. szkoły ponadgimnazjalne regionu oraz niektóre szkoły spoza regionu. Do końca lutego 2011 r. odwiedzą ponad 30 szkół.

Spotkania z uczniami w szkołach są doskonałą formą bezpośredniego kontaktu z potencjalnymi kandydatami na studia. Prezentacja multimedialna, będąca elementem spotkania, zawiera najważniejsze informacje o szkole, kierunkach, studentach, absolwentach.

Uczniowie mają możliwość zadawania pytań, otrzymują kryteria naboru, ulotki oraz gadżety reklamowe.

### **Drzwi Otwarte** (we współpracy z portalem wirtualnyKonin.pl)

Celem organizacji Drzwi Otwartych uczelni jest prezentacja oferty edukacyjnej i bazy dydaktycznej.

Drzwi Otwarte odbędą się: 15 marca w Koninie oraz 9 marca w Turku.

#### **Program Drzwi Otwartych w Koninie:**

- 1) prezentacje kierunków (stoiska wystawowe),
- 2) pokazy i konkursy o szkole,
- 3) gwiazda Chór Instytutu Edukacji Artystycznej i soliści
- 4) wśród odwiedzających Drzwi Otwarte rozlosowane zostaną dwa bilety na koncerty

### **Imprezy instytutowe o charakterze promocyjnym**

Od lat Instytut Neofilologii organizuje Dzień Anglisty i Dzień Germanisty, imprezy które mają na celu promowanie kultury krajów anglo- i niemieckojęzycznych, a także zachęcenie do studiowania tych języków w PWSZ w Koninie. Dział Wydawnictw i Promocji ma swój udział w tych działaniach poprzez nagłośnienie imprez, zaproszenie mediów i obsługę medialną.

### **Inne działania**

W 2011 r. planuje się także:

- koncerty charytatywne (we współpracy z Samorządem Studentów PWSZ),
- spotkania i wystawy w Bibliotece PWSZ (we współpracy z Biblioteką).

Dział Wydawnictw i Promocji uczestniczyć będzie w tych działaniach służąc pomocą organizacyjną i medialną.

## **3. Targi edukacyjne**

Jak co roku PWSZ pokaże się na targach edukacyjnych w Poznaniu, Sieradzu, Gnieźnie, Inowrocławiu, Wrześni, Koninie, Kole, Słupcy, Środzie Wlkp., a ze względu na promocję Zamiejscowego Wydziału Budownictwa i Instalacji Komunalnych w Turku również w Łodzi i Zduńskiej Woli.

Uczelnia bierze także udział w targach książki w Poznaniu i Warszawie, które, choć nie należą do targów edukacyjnych, służą także promocji uczelni.

Odpowiedzialny za sprawy organizacyjne: Dariusz Wiliński

## **4. Informatory i inne materiały informacyjne i reklamowe**

Dział Wydawnictw i Promocji, jak każdego roku, wydaje własne informatory oraz różnego rodzaju ulotki. Informatory i ulotki są rozdawane podczas wizyt w szkołach i drzwiach otwartych, na targach edukacyjnych i w czasie innych imprez uczelnianych. Są dostarczane, wraz z plakatami rekrutacyjnymi, do szkół ponadgimnazjalnych.

Wzorem lat ubiegłych PWSZ w Koninie zamieszcza swoją ofertę w trzech największych krajowych informatorach:

Informator dla maturzystów 2011 – Perspektywy Press

Informator maturzysty 2011/2012 – Akademickiego Centrum Informacyjne

Informator o szkołach wyższych i policealnych na rok 2010/2011 – Telbit

A także w innych:

Informator Łódzki

Wielkopolski Informator Edukacyjny – Idea,

Multimedialny informator i uczelniach wyższych – Progra,

Informator PWN dla maturzysty. Wyższe uczelnie, szkoły policealne.

Wirtualny Informator Maturzysty ACI – Informator w wersji elektronicznej (płyta + Internet)

– Informator Studia 2010/2011 – Akademicka Oficyna Wydawnicza

Dobłą formą reklamy oferty edukacyjnej są billboardy oraz bannery. PWSZ ma dwa wlasne billboardy: przy ul. Wyszyńskiego w Koninie i przy ul. Konińskiej w Turku, na których pojawiają się plakaty, w zależności od potrzeb. Od początku maja do końca lipca przewiduje się także ekspozycje reklamowe na billboardach obcych (Konin, Koło, Turek).

Uczelnia promuje się i nadal będzie się promowa na tablicach reklamowych, które są ustawione w dwóch największych centrach handlowych: Galeria nad Jeziorem i Ferio. Treść plakatów, które są umieszczone na tablicach, są zmieniane w zależności od wydarzeń uczelnianych. Na specjalnych półkach wyklada si również Biuletyny i materiały promocyjne.

Plakaty oraz materiały promocyjne bd wykladane także w urzędach, firmach i instytucjach regionu.

Wadne miejsce w budżecie Działu Promocji zajmuj gadzety reklamowe, które suj do rozdawania podczas wszelkich imprez promocyjnych, a także do obdarowywania gości uczelni. Wśród gadzetw znajdują się:

- długopisy
- koszulki
- torby
- smycze
- breloczki
- notesy
- kubki
- podkładki pod kubki

Na potrzeby targów zakupione bd cukierki-krówki w obwolutach z logo uczelni.

Odpowiedzialni za zawartość merytoryczną informatorów, negocjacje cenowe, przygotowanie zleceń: Ewa Kapyszewska, Dariusz Wiliński

## **5. Sympozja, konferencje, seminaria**

Dział Wydawnictw i Promocji współpracuje i nadal będzie wsppracowa z instytucjami i Bibliotek PWSZ przy organizacji konferencji, sympoziw, spotka z ciekawymi ludźmi. Dział oferuje obsug medialną, promocj wydarzenia, a także druk materiałów pokonferencyjnych.

Za obsug medialną imprez odpowiedzialny: Patryk Andre

## **6. Uroczystci okolicznościowe sujce promowaniu uczelni**

### **Inauguracje i absolutoria**

Do uroczystci okolicznościowych sujcych promowaniu uczelni należą inauguracje i absolutoria. Dział Promocji przygotowuje dla studentów zaproszenia oraz prowadzi obsug medialną tych imprez.

### **Spotkania noworoczne z dyrektorami szkół ponadgimnazjalnych**

Tegoroczne spotkanie z dyrektorami odbyło się 16 lutego. Przybyło na nie 14 przedstawicieli szkół z Konina, Słupcy, Koła, Turku, Izbicy Kujawskiej. Na spotkaniu tym obecni byli także dziennikarze, co zaowocowało artykułami w gazetach lokalnych.

## **7. Promocja studiów podyplomowych**

Promocja studiów podyplomowych odbywa się za pomocą ulotek, folderów, plakatów, reklamy w mediach, informatorze ognopolskim. Zostan także rozestane informacje i plakaty do gmin, szkół, zakładów pracy.

## **8. Badania ankietowe**

Wzorem lat ubiegłych Dział Wydawnictw i Promocji prowadzić będzie przy współpracy z Biurem Karier badania wśród uczniów szkół ponadgimnazjalnych, wśród kandydatów, którzy biorą udział w rekrutacji, studentów oraz wśród absolwentów. Badania są niezbędne w celu sprawdzenia, jak kształtuje się opinia o szkole, jaki jest powód wyboru uczelni, jaki jest poziom zadowolenia studentów i wreszcie, jaka jest opinia absolwentów na temat przydatności studiów do dalszych studiów i pracy zawodowej.

Odpowiedzialny: Dariusz Wiliński

Sporządziła: Ewa Kapyszewska  
kierownik Działu Wydawnictw i Promocji

## **Preliminarz kosztów promocji 2011 r.**

### **1. Media**

Witryny ogólnopolskie	8 000
Lokalne portale internetowe	8 000
Prasa – koszty reklam	20 000
Radio i telewizja	7 000
<b>Razem media:</b>	<b>43 000</b>

### **2. Promocja bezpośrednia**

<b>Prezentacje w szkołach</b>	
Koszty osobowe – zlecenie	1 100
<b>Drzwi Otwarte</b>	<b>3 500</b>
w tym:	
nagrody – bilety na koncert	400
nagłośnienie + akustyk	1 200
przewozy młodzieży	500
plakaty informacyjne	400
reklama	1 000
<b><u>Razem promocja bezpośrednia</u></b>	<b><u>4 600</u></b>

### **3. Targi edukacyjne** **7 000**

### **4. Informatory ogólnopolskie i inne materiały**

Informatory ogólnopolskie	2 000
Biuletyn	27 000
Folderki/ ulotki	2 000
Informator	6 000
Plakaty, zaproszenia	3 000
<b><u>Razem materiały promocyjne</u></b>	<b><u>40 000</u></b>

### **5. Gadżety reklamowe**

Długopisy – 4000 szt.	4 900
Koszulki – 300	4 000
Torby – 500	1 400
Smycze – 1000	2 500
Breloczki – 200	1 200
Notesy – 501	2 400
Kubki – 400	2 300
Podkładki pod kubki 1000	5 500
Krówki – 10 kg	300
<b>Razem gadżety</b>	<b>24 500</b>



**5. Bilbordy, tablice wolnostojące i bannery 5 000**

**6. Inne koszty**

Projekty graficzne	3 000
Delegacje i przejazdy służbowe	4 000
Wynajem powierzchni reklamowej np. w galeriach	2 000
Film reklamowy	8 600
Ścianka	3 100
Stojaki	600

**Razem inne koszty 21 300**

**OGÓLEM KOSZTY PROMOCJI 145 400**



**Zestawienie planowanych kosztów promocji w 2011 r. (brutto)**

Nazwa zadania	Ogółem	Koszt usług internet.	Reklama prasowa, radiowa i TV, informatory obce, filmy	Koszty druk. + projekty	Koszty bezosob.	Opłaty za udział w targach	Koszt bannerów reklam. tablic, stojaków	Dzierżawa terenu pod bannery i billboardy	Gadżety reklam. bilety na Drzwi Otwarte	Wynaj. nagłośnienia	Koszty szkoleń, delegac. przejazd.
<b>1. Media</b>	<b>43 000</b>	16 000	27 000								
<b>2. Promocja bezpośrednia na terenie szkół i na terenie uczelni</b>	<b>4 600</b>		1 000	400	1 100				400	1 200	500
<b>3. Targi edukacyjne</b>	<b>7 000</b>					7 000					
<b>4. Informatory i materiały własne</b>	<b>40 000</b>			40 000							
<b>6. Gadżety reklamowe</b>	<b>24 500</b>								24 500		
<b>7. Billboardy, bannery</b>	<b>5 000</b>						5 000				
<b>8. Inne koszty</b>	<b>21 300</b>		8 600	6 100			600	2 000			4 000
<b>Ogółem:</b>	<b>145 400</b>	<b>16 000</b>	<b>36 600</b>	<b>46 500</b>	<b>1 100</b>	<b>7 000</b>	<b>5 600</b>	<b>2 000</b>	<b>24 900</b>	<b>1 200</b>	<b>4 500</b>













