

UNIVERSITATEA „1 DECEMBRIE 1918” DIN ALBA IULIA

REGULAMENTUL DE ORGANIZARE ȘI FUNCȚIONARE A CENTRULUI DE IMAGINE ȘI MARKETING

Art. I. Constituire. Organizare. Structură și sediu

1. Centrul de Imagine și Marketing (CIM) a fost constituit prin Hotărârea Senatului din data de 17.02.2016 și funcționează în baza prevederilor *Cartei Universitare*.
2. Centrul CIM este structurat într-un compartiment și un birou, fiecare pe o anumită direcție, aflate în permanentă colaborare între ele și, respectiv, cu celelalte structuri de învățământ, cercetare și administrative ale Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia.
3. Structura Centrului CIM este următoarea:
 - a) **Compartimentul de Imagine**, care are în componență, ca angajați, 1 informatician și 1 conservator imagine; acestora li se pot alătura studenți voluntari;
 - b) **Biroul de Marketing**, în componența căruia intră cadre didactice și cercetători reprezentând toate departamentele de specialitate ale UAB și studenți voluntari;
4. CIM își desfășoară activitatea în sediul Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia, Str. G. Bethlen, nr. 5.

Art. II. Viziune. Misiune. Obiective

1. Centrul de Imagine și Marketing (Centrul CIM) s-a constituit în vederea dezvoltării și eficientizării activităților de promovare și marketing instituțional.
2. Centrul CIM are ca **misiune** promovarea imaginii și a intereselor UAB în toate mediile științifice, socio-culturale, economice, educaționale, din țară și din străinătate și inițierea și desfășurarea unor acțiuni care vizează reconsiderarea și conștientizarea importanței UAB în arealul istoric, geografic, economic, social și cultural în care funcționează, ca instituție orientată spre performanță multiplă și cu un înalt potențial de formare de specialiști în diverse domenii de interes major;
3. Centrul CIM are ca **obiective**:
 - a) Asigurarea vizibilității Universității la nivel național și internațional, prin materiale specifice, permanent actualizate, care vizează relațiile publice;
 - b) Îmbunătățirea continuă a identității vizuale a Universității;
 - c) Coordonarea proiectării/reactualizării grafice, a multiplicării și diseminării materialelor de prezentare și de promovare a UAB;
 - d) Asigurarea respectării prevederilor legale în activitatea de promovare a Universității prin mijloacele mass-media sau de altă natură;
 - e) Eficientizarea colaborării cu *mass-media*, în vederea promovării ofertei educaționale și a oportunităților oferite studenților UAB;
 - f) Implicarea în acțiunile externe ale Universității, cu respectarea normelor de protocol interuniversitar;

- g) Inițierea sau consolidarea sistemului de relații ale Universității cu instituțiile și structurile naționale și internaționale sau cu personalități din diverse medii socio-profesionale, care pot susține interesele interne;
- h) Aplicarea unei politici transparente, dinamice și constructive cu privire la informarea, atragerea, recrutarea și admiterea studenților (români și internaționali) la programele de studiu ale UAB;
- i) Aplicarea unui plan strategic de informare, promovare, dezvoltare și consolidare a relațiilor cu parteneri din Europa și din întreaga lume, în vederea diseminării oportunităților de studiu și de cercetare oferite studenților internaționali;
- j) Popularizarea, pentru cadrele și studenții străini interesați, a oportunităților de învățământ și cercetare pe care Universitatea le poate oferi;
- k) Atragerea și activarea, în structuri organizate, a colaboratorilor loiali și dedicați instituției și misiunii de promovare a *brand*-ului și a intereselor UAB (personal didactic, personal didactic auxiliar, studenți, masteranzi, doctoranzi și reprezentanți ALUMNI, instituții publice și private, parteneri media);
- l) Monitorizarea activităților de promovare a imaginii Universității și de asigurare a consultanței și marketingului educațional;
- m) Colaborarea permanentă cu celelalte structuri din universitate în vederea atingerii obiectivelor sale.

Art. III. Patrimoniu. Finanțare

1. Centrul CIM dispune de un birou special dotat pentru activități specifice programării informatice și graficii computerizate, inclusiv cu aparatura tehnică necesară multiplicării machetelor materialelor de promovare. De asemenea, CIM dispune, pentru activitățile publice și de protocol, de un birou aflat în clădirea Rectoratului (Palatul Apor).
2. Universitatea „1 Decembrie 1918” Alba Iulia prevede, în bugetul anual de venituri și cheltuieli, un fond special destinat activităților specifice de promovare.

Art. IV. Atribuții

1. propune strategii de promovare, marketing și dezvoltare specifice, în funcție de necesități și de circumstanțe;
2. pune în aplicare hotărârile Consiliului de Administrație și ale Senatului cu privire la activitatea de promovare instituțională;
3. coordonează proiectarea/reactualizarea grafică, multiplicarea și diseminarea materialelor de prezentare și de promovare a UAB;
4. coordonează activitățile de reprezentare și promovare a imaginii și a intereselor Universității;
5. creează, implementează și coordonează campaniile publicitare;
6. coordonează și monitorizează activitățile specifice de promovare și marketing instituțional;
7. gestionarea activităților de protocol instituțional și de reprezentare, în funcție de cerințele fiecărei situații de colaborare (de la protocolul comun, până la protocolul de gradul „zero”);
8. Inițiază și consolidează sistemului de relații ale Universității cu instituțiile și structurile naționale și internaționale sau cu personalități din diverse medii socio-profesionale, care pot susține interesele interne

Art. V. Relații

1. Activitățile specifice CIM sunt coordonate de către rector, prorectorul de resort și directorul Centrului CIM, în colaborare cu decanii facultăților și cu directorii de departamente, precum și cu Centrele CRI, CCSTT, CMP, CICOC, CIDFR, dar și cu reprezentanții organizațiilor studențești și ai Asociației ALUMNI.

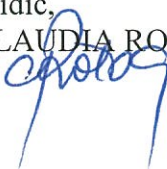
Art. VI. Activități

1. Inițierea și dezvoltarea unor strategii de promovare a valorilor comunității academice albauliene în structurile științifice și educaționale, naționale și internaționale;
2. Proiectarea, elaborarea, actualizarea și dezvoltarea materialelor cu care Universitatea participă la târguri educaționale naționale și internaționale și la alte manifestări similare;
3. Acțiuni de promovare a ofertei educaționale a UAB în rândul elevilor și cadrelor didactice din învățământul preuniversitar, dar și al altor structuri interesate (Caravana Admiterii, „Săptămâna porților deschise la UAB”, târguri educaționale, workshop-uri, competiții, proiecte în parteneriat, dezbateri tematice, vizite tematice, concursuri etc.);
4. Administrarea și actualizarea permanentă, în colaborare cu Biroul IT, a tuturor paginilor specifice de informare publică (website și pagini de socializare);
5. Activități de protocol instituțional și de reprezentare, în funcție de cerințele fiecărei situații de colaborare (de la protocolul comun, până la protocolul de gradul „zero”);
6. Supravegherea atentă a conținutului tuturor materialelor audio-vizuale sau scrise, elaborate în vederea promovării, și avizarea acestora înainte de a fi transmise în afara Universității;
7. Realizarea materialelor de protocol necesare schimburilor interuniversitare sau participanților la diverse manifestări academice (cu prilejul decernărilor titlurilor de *Doctor Honoris Causa*, în cazul vizitelor demnitarilor de rang înalt sau a invitațiilor speciali din țară și din străinătate);
8. Colaborarea cu structurile abilitate din interiorul UAB și cu terți, în vederea asigurării calității materialelor de prezentare a UAB.
9. Elaborarea, periodic, a unor analize privind impactul, dinamica și atingerea obiectivelor strategice privitoare la acțiunile de promovare a imaginii și intereselor UAB în societate;
10. Analiza tendințelor regionale, naționale și internaționale și elaborarea unui sistem de soluții privitoare la adaptarea politicii educaționale a instituției la cerințele europene și la standardele internaționale;
11. Inițierea unor activități de stimulare a integrării cadrelor didactice și a cercetătorilor în activitățile comunității științifice naționale și internaționale.

Art. VII. Dispoziții finale

1. Prezentul Regulament a fost aprobat de către Senatul Universității „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia și intră în vigoare la data de 25.05.2016.

Aviz juridic,
Jurist CLAUDIA ROTAR



Conf. univ. dr. LUCIAN ȘTEFĂNESCU
Președinte SENAT,
LUCIAN ȘTEFĂNESCU

