

IX. Biuro ds. Promocji

Głównym celem działań Biura ds. Promocji w PWSZ w Koninie jest kreowanie pozytywnego wizerunku uczelni, dbanie o wzrost jej popularności i konkurencyjności na rynku edukacyjnym. Biuro ds. Promocji realizuje uczelnianą politykę informacyjną i wspiera promocyjnie przyjętą przez Senat strategię rozwoju przez następujące działania:

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

W działaniach promocyjnych realizowanych przez Biuro ds. Promocji wykorzystywany jest marketing mix.

1. Zasięg terytorialny

W roku akademickim 2013/2014 działania promocyjne prowadzone były w powiatach: konińskim, kolskim, tureckim, słupeckim, kaliskim, włocławskim, sieradzkim, gnieźnieńskim, średzkim, mogileńskim, inowrocławskim, radziejowskim, aleksandrowskim, pleszewskim, jarocińskim, wrzesińskim.

2. Realizacja zadań

Reklama prasowa obejmowała ogłoszenia, artykuły sponsorowane, także w specjalnych dodatkach maturalnych. Zamieszczano reklamy w lokalnych i regionalnych mediach: „Radio Zet Gold”, „Radio Konin”, „Telewizja Wielkopolska”, „Przegląd Koniński”, „Kurier Koniński”, „Gazeta Słupecka”, „Głos Słupcy”.

Reklama zamieszczana była również na portalach:

- konin.lm.pl,
- e-kolo,
- Turek.Net,
- TV Wielkopolska,
- Wirtualny Konin,
- Info.Konin,
- Konin24.info,
- Dzień Dobry Włocławek,
- Calisia,
- Informacje Lokalne Gniezno,
- Września.Info,
- Portal Płock,
- strony internetowe gmin i urzędów.

Na portalach były (i są) banery reklamowe, spoty reklamowe, filmy promocyjne, plakaty, a także kolejne wydania czasopisma „Szkieletem i Okiem”.

W okresie sprawozdawczym pojawiło się około 1000 informacji – głównie bezpłatnych, dotyczących wydarzeń związanych z uczelnią.

3. Współpraca z portalami edukacyjnymi

Podobnie jak w latach ubiegłych, PWSZ w Koninie jest obecna na portalach edukacyjnych i wyszukiwarkach ogólnopolskich bezpłatnych oraz dwóch płatnych: www.pomaturze.pl oraz www.Study4u.eu.

4. Targi edukacyjne

Zaprezentowaliśmy naszą ofertę edukacyjną podczas ośmiu imprez wystawienniczych dla maturzystów. Na stoisku PWSZ w Koninie uczniowie szkół ponadgimnazjalnych mieli okazję wziąć udział w konkursach wiedzy o poszczególnych kierunkach prowadzonych przez uczelnię. Targi edukacyjne odbyły się w Gnieźnie, Koninie, Kole, Turku, Sieradzu, Słupcy, Inowrocławiu i Kaliszu.

5. Prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych

Przeprowadziliśmy ponad 70 spotkań bezpośrednich w szkołach ponadgimnazjalnych w Koninie, Kole, Słupcy, Turku, Jarocinie, Tarcach, Gnieźnie, Wrześni, Pleszewie, Inowrocławiu, Kaliszu, Bielicach, Izbicy Kujawskiej, Lubrańcu, Kruszwicy, Mogilnie, Kłodawie oraz w szkołach z powiatu konińskiego i powiatów ościennych.

Prezentacje odbywały się głównie podczas lekcji i skierowane były do maturzystów.

W sumie podczas promocji bezpośredniej dotarliśmy do ponad 3500 osób.

6. Wykłady otwarte

Od roku akademickiego 2013/2014 przygotowana została oferta wykładów otwartych dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych z całego regionu. Wykładowcy z wszystkich wydziałów przygotowali ofertę opartą na prezentacjach, wykładach, zgodnie z profilem uczelni oraz odwiedzanych szkół.

Zajęcia prowadzono zarówno na uczelni, jak i w poszczególnych szkołach. W sumie odbyły się 42 wykłady otwarte dla maturzystów.

7. Akademia Młodego Studenta

W roku akademickim 2013/2014 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 AMS jest cykl spotkań w formie warsztatów, wykładów, zajęć korekcyjno-gimnastycznych, przeprowadzonych na 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 grudnia 2013 r. do czerwca 2014 r. odbyło się 14 spotkań w ramach nowego projektu, w którym czynny udział wzięło Biuro ds. Promocji.

8. Wydarzenia

Biuro ds. Promocji prowadzi kalendarz wydarzeń na każdy rok akademicki. W roku 2013/2014 odbyło się 65 dużych imprez/wydarzeń/spotkań organizowanych na uczelni, przy których to wydarzeniach Biuro ds. Promocji współpracowało z jednostkami odpowiedzialnymi za organizację przedsięwzięcia. Biuro uczestniczyło w przygotowaniu i drukowaniu grafiki (zaproszeń, plakatów), promocji wydarzeń w mediach, dbało o sprawy organizacyjne, oprawę fotograficzną itd.

Do najważniejszych wydarzeń mijającego roku akademickiego należały:

- Drzwi Otwarte,
- konferencja historyczna „Ku wolności” z udziałem prof. Jerzego Buzka oraz Władysława Frasyniuka,
- Akademia Młodego Studenta – bezpieczeństwo wewnętrzne.

9. Serwis internetowy

Biuro ds. Promocji zajmuje się rozwojem i nadzorem serwisu internetowego PWSZ w Koninie, zarządza informacjami oraz szatą graficzną na stronie głównej oraz w pozostałych boksach. W marcu 2014 r. uczelnia uruchomiła nowoczesną, zgodną z europejskimi standardami, wersję uczelnianego serwisu internetowego. Zastosowane mechanizmy ułatwiają dotarcie do informacji nie tylko osobom niedowidzącym, ale także z niesprawnością ruchową oraz niewidomym (z wykorzystaniem standardowych czytników do stron www).

10. Studencka audycja radiowa

Od grudnia 2013 r. działa nowa audycja studencka – „Radiostacja”, którą prowadzą studenci filologii angielskiej (pod opieką Biura ds. Promocji) na antenie Radia Konin. W każdy czwartek o godz. 21:00 studenci opowiadają słuchaczom o uczelni, przedstawiają ofertę oraz nowości i rozmawiają o życiu studenckim w mieście.

11. Działania na portalach społecznościowych

Facebook – profil uczelni – nim również zarządza Biuro ds. Promocji. Na profilu prowadzone są kampanie reklamowe, akcje dotyczące oferty edukacyjnej. Informacje zamieszczane są także kanale YouTube.

12. Działania PR

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

Inną grupę działań 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).

13. Działania promocyjne

Do głównych zrealizowanych działań promocyjnych należały:

- prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych,
- przygotowanie materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty, bilbordy, ścianki promocyjne, roll-upy, informator),
- akcje plakatowania (bezpłatne i płatne) – zasięg 16 powiatów,
- administracja strony i profilu społecznościowego,
- współorganizowanie Akademii Młodego Studenta,
- współpraca przy realizacji projektów Akademia Praktyków Biznesu oraz Akademia Młodej Przedsiębiorczości,
- organizacja konferencji historycznej „Ku wolności” z udziałem prof. Jerzego Buzka oraz Władysława Frasyniuka,
- współorganizowanie obchodów związanych z 25-leciem wolnej Polski,
- współpraca przy konferencjach naukowych oraz seminariach studenckich,
- współpraca przy akcjach organizowanych przez katedry i zakłady PWSZ w Koninie,
- organizacja Drzwi Otwartych PWSZ w Koninie,
- współpraca przy organizacji juwenaliów,
- organizacja spotkań promocyjnych kierunku zamawianego (mechanika i budowa maszyn).