
IX. 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 2016/2017 działania promocyjne prowadzone były w powiatach: konińskim, kolskim, tureckim, słupeckim oraz włocławskim.

1. Reklama w mediach

Reklama obejmowała ogłoszenia, artykuły sponsorowane, informacje bezpłatne 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, Dzień Dobry Włocławek, Calisia, Informacje Lokalne Gniezno, Września.Info, Portal Płock, Moje Gniezno, Kutno – ekutno, Przegląd Koniński, strony internetowe gmin i urzędów.

Na portalach zamieszane były informacje z wydarzeń uczelnianych, reklamy rekrutacyjne, a także kolejne wydania czasopisma *Szkiełkiem i Okiem*.

2. Targi edukacyjne

Zaprezentowano ofertę edukacyjną podczas czterech imprez wystawienniczych dla maturzystów. Na stoisku PWSZ w Koninie uczniowie szkół ponadgimnazjalnych mieli okazję wziąć udział w konkursach dotyczących wiedzy o poszczególnych kierunkach proponowanych przez Uczelnię. Targi edukacyjne odbyły się w Koninie, Kole, Turku i w Strzałkowie.

3. Prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych i wykłady otwarte

Przeprowadzono ponad 50 spotkań promocyjnych bezpośrednich w szkołach ponadgimnazjalnych w Koninie, Kole, Słupcy, Turku, Izbicy Kujawskiej, Kłodawie oraz w szkołach na terenie powiatu konińskiego, kolskiego, tureckiego i słupeckiego. Prezentacje odbywały się głównie podczas zajęć lekcyjnych, skierowane były do maturzystów.

Wydziały i inne jednostki uczelniane zorganizowały wykłady oraz warsztaty popularyzujące naukę dla uczniów szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz ponadgimnazjalnych. W tym roku akademickim zaproponowano ponad 50 tematów, które prezentowano zarówno na Uczelni, jak i w poszczególnych szkołach.

4. Akademia Młodego Studenta – trzecia 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 2016 r. do maja 2017 r. odbyło się 11 spotkań.

5. Prowadzenie serwisu internetowego

Pracownicy odpowiedzialni za promocję zajmują się rozwojem i nadzorem serwisu internetowego Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie, zarządzaniem w zakresie szaty graficznej i informacjami na stronie głównej oraz w pozostałych boksach.

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 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).

8. Podsumowanie działań promocyjnych w roku akademickim 2016/2017

W roku 2016/2017 odbyło się ponad 100 imprez/wydarzeń/spotkań mający wydźwięk promocyjny. Do głównych należały: prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych, Drzwi Otwarte, Koncert Świąteczny, Juwenalia, Akademia 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.