

IX. Dział Promocji

Głównym celem Działu Promocji (DP) PWSZ w Koninie jest kreowanie pozytywnego wizerunku uczelni, dbanie o wzrost jej popularności i konkurencyjności na rynku edukacyjnym. DP realizuje politykę informacyjną i wspiera promocyjnie przyjętą przez Senat uczelni strategię rozwoju poprzez następujące działania:

- współpracę z mediami poprzez dostarczanie materiałów informacyjnych, zapraszanie na ważne wydarzenia uczelniane, konferencje, imprezy studenckie itp.
- opracowywanie i publikowanie na stronie WWW uczelni aktualnej oferty edukacyjnej,
- organizację i nadzór nad akcjami promocyjno-informacyjnymi uczelni w szkołach ponadgimnazjalnych, jak również podczas targów edukacyjnych oraz w mass mediach,
- opracowywanie ankiet i rankingów uczelnianych,
- redagowanie publikacji ogólnouczelnianych (folderów, ulotek),
- projektowanie wszelkich materiałów informacyjnych i promocyjnych uczelni.

W tym roku akademickim szereg działań promocyjnych związanych było z obchodami 15-lecia PWSZ w Koninie

1. Zasięg terytorialny działań promocyjnych

Działaniami promocyjnymi objęto powiaty: koniński, turecki, kolski, słupecki. W mniejszym stopniu: sieradzki, gnieźnieński, włocławski, zduńskowolski i średzki. Zamierzeniem było dotarcie z informacją nie tylko do młodzieży, ale także do wszystkich jednostek samorządowych i kulturalnych. Zastosowane narzędzia promocji to reklama, public relations, promocja sprzedaży, promocja osobista, sponsoring.

2. Realizacja zadań

Serwis internetowy www.pwsz.konin.edu.pl

We wrześniu 2012 r. zmieniona została strona internetowa PWSZ w Koninie. Zmiany dotyczyły zarówno szaty graficznej, jak i poszczególnych informacji.

Strona WWW to wizytówka uczelni, która stanowi doskonałe źródło informacji dla użytkowników. Witryna internetowa jest jednym z narzędzi, jakie wykorzystuje się do budowania pozytywnego wizerunku. Pozwala dotrzeć do grupy docelowej, jak również pozwala na szybkie przekazanie informacji. Nową stroną wyróżnia jasny podział informacji oraz prosta nawigacja. Dodatkowym atutem jest stosowana kolorystyka. Informacje o wszystkich jednostkach uczelnianych mają ujednolicony układ, kolorystykę, co ma służyć wyeksponowaniu tożsamości uczelni. Użytkownik odwiedzający stronę może dowiedzieć się, jakie cechy wyróżniają placówkę. Każda podstrona ma odnośniki do strony głównej. Od września 2012 r. do lipca 2013 r. stronę www.pwsz.konin.edu.pl odwiedziło 96 233 unikalnych użytkowników. Wejść na stronę było zaś 410 447. Odślon witryny było natomiast prawie 1 milion 800 tys.

Strona zawiera działy:

- Uczelnia,
- Wydział Społeczno-Techniczny,
- Wydział Kultury Fizycznej i Ochrony Zdrowia,
- Zamiejscowy Wydział Budownictwa i Instalacji Komunalnych w Turku.

W zakładce „Uczelnia” znajdują się informacje dotyczące misji uczelni, władz uczelni, statutu, strategii, historii, wewnętrznego systemu zapewniania jakości kształcenia, Karty Praw Studenta oraz kalendarza wydarzeń związanych z obchodami 15-lecia PWSZ w Koninie. Zakładka ta przenosi także na poszczególne wydziały uczelni.

Osoby niepełnosprawne mają możliwość odwiedzenia zakładki specjalnie przygotowanej na ich potrzeby. Ta podstawowa zakładka przenosi odbiorcę również na strony biblioteki, akademików oraz Konińskiego Uniwersytetu Trzeciego Wieku.

Każdy z wydziałów ma także swoją zakładkę (strona główna), która informuje ogólnie o wydziale, jak również przenosi na podstrony: oferty dydaktycznej, jakości kształcenia, współpracy z otoczeniem i strategii rozwoju wydziału. Każdy wydział posiada zakładki: aktualności, plany zajęć, dziekanat oraz kontakty.

Zakładki szczególne – „Dla Kandydata”, „Dla Studenta” i „Dla Absolwenta” oraz „Dla Pracowników” – to typowo informacyjne strony.

Zmieniona strona służy również działaniom informacyjno-promocyjnym. Aktualności w sześciu boksach to doskonałe źródło zapowiedzi, jak również relacji z wydarzeń związanych z życiem uczelni. Od września 2012 r. do czerwca 2013 r. w tej zakładce znalazło się ponad 300 informacji.

Działania promocyjne w zakresie mediów lokalnych i regionalnych

DP współpracuje z lokalnymi i regionalnymi mediami, przede wszystkim portalami takimi jak:

- LM.pl,
- wirtualny Konin,
- Konin 24.info.pl,
- e-koło,
- TurekNet,
- iTurek,
- Młodzieżowy Konin,
- Telewizja Wielkopolska,
- Portal Gazety Słupeckiej,
- Konin Nasze Miasto,
- lokalne i regionalne rozgłoszenie radiowe: Radio Konin, Radio Planeta,
- lokalna i regionalna prasa: „Przegląd Koniński”, „Echo Turku”, „Kurier Koniński”, „Gazeta Słupecka”, „Wieści z gminy Krzymów”, „Gazeta Ślesieńska”,
- telewizja: Telewizja Wielkopolska.

Reklama realizowana była przez ogłoszenia prasowe, banery internetowe, reklamy radiowe, artykuły sponsorowane, numery i dodatki specjalne (dodatek maturalny).

Oprócz działań zleconych realizowano również: wywiady, komentarze, zapowiedzi i relacje z wydarzeń organizowanych w PWSZ w Koninie.

Współpraca z portalami edukacyjnymi

Podobnie jak w latach poprzednich PWSZ w Koninie jest obecna na portalach edukacyjnych i wyszukiwarkach ogólnopolskich: www.uczelnie.pl, www.edukacja.pl, www.iuczelnie.pl, www.pomaturze.com, www.pomaturze.pl (+ informator na płycie), www.studiowac.pl, www.szkoływpolsce.pl, www.uczelnie.edu.pl, www.study4u.pl (promocja międzynarodowa).

PWSZ w Koninie posiada także prezentacje lub wpisy informacyjne również na portalach bezpłatnych: www.forumakad.pl; www.portal maturzysty.pl; www.kierunki.net.pl; www.poznan.studia.net; www.studia.net.

Informatory edukacyjne

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

- „Idea” Informator – Wielkopolski Informator Edukacyjny (w tym wpis w Informatorze Mazowieckim oraz wpis w informatorze „Targi Edukacyjne” w Warszawie),
- Informator „Perspektywy”,
- Polska Regionów w Europie Narodów,
- Informator o szkołach wyższych wyd. TELBIT – bez kosztów,
- Informator Maturzysty „Kierunki Informatyczno-Techniczne” – bez kosztów,
- Informator Maturzysty „Szkoły Wyższe ACI” – bez kosztów.

Profil na Facebooku

DP stworzył profil Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie na portalu społecznościowym Facebook.

Facebook jest jedną z najczęściej odwiedzanych witryn internetowych, skupiającą rzesze użytkowników. Serwis prowadzony przez Dział Promocji PWSZ w Koninie zapewnia korzyści związane z kreowaniem marki, wzmacnia wizerunek oraz umożliwia bezpośrednią interakcję z odbiorcami. Portal pomaga zapoznać się z potrzebami odbiorców, ich opiniami, a przede wszystkim wzmacnia więź pomiędzy użytkownikami a „marką” PWSZ w Koninie. Jasno zdefiniowano, cele jakie zostały postawione przy tworzeniu fanpage’a: promocja oferty edukacyjnej, popularyzacja PWSZ w Koninie, a także informacja o wydarzeniach, skierowana do obecnych studentów, absolwentów, a przede wszystkim przyszłych potencjalnych studentów. Kampania promocyjna na portalu to organizowanie konkursów, które angażują internautów oraz budują pozytywne skojarzenia z PWSZ w Koninie i jest tylko jednym z wielu działań na profilu.

Prowadzony przez DP fanpage posiada ponad 1200 odbiorców, których liczba co dzień wzrasta.

Public relations

Działania promocyjne z wykorzystaniem narzędzi public relations (PR) były prowadzone od samego początku istnienia nowego Działu Promocji. Do podstawowych narzędzi PR wykorzystywanych w działaniach promocyjnych należały:

- media relations – ciągle udoskonalanie relacji z przedstawicielami mediów,
- klasyczne narzędzia PR – kreowanie różnych wydarzeń, w celu rozgłosu wśród głównej grupy odbiorców.

Formy stosowane przez DP:

- redagowanie materiałów informacyjnych dla mediów,
- zapraszanie mediów na imprezy organizowane przez uczelnię,
- organizowanie konferencji prasowych,
- podejmowanie wspólnie z przedstawicielami mediów różnego typu działań, akcji itp.

Informacje z życia uczelni, którymi zainteresowane były media:

- uroczystości uczelniane – inauguracja roku akademickiego, absolutoria,
- uroczystości specjalne – seminaria, międzynarodowe konferencje,
- sukcesy studentów,
- międzynarodowa wymiana studentów,
- udział uczelni w różnych wydarzeniach w regionie,
- organizacja wszelkich inicjatyw (koncerty, spotkania z ciekawymi ludźmi, akcje charytatywne),
- zawody sportowe.

Drugą grupę działań z zakresu PR stanowiło kreowanie wydarzeń skierowanych do głównych odbiorców. Informacje o nich również były przekazywane do mediów:

- „Drzwi otwarte” – prezentacja uczelni, przekazanie oferty,
- akcje organizowane przez uczelnię – charytatywne, społeczne, edukacyjne, kulturalne,
- udział w targach edukacyjnych – dotarcie do znacznej części zainteresowanych klientów,
- konkursy – organizowanie konkursów wiedzy, fotograficznych i innych,
- udział w różnych programach i akcjach,
- organizacja spotkań z zaproszonymi gośćmi – przeniesienie pozytywnego wizerunku gościa na wizerunek uczelni,
- redagowanie własnych wydawnictw – „Szkielkiem i Okiem” (Wydawnictwo),
- kreowanie specjalnych wydarzeń medialnych,
- materiały multimedialne – własne prezentacje multimedialne.

3. Pozostałe działania promocyjne od września 2012 r. do czerwca 2013 r.

Szczegółowy opis działań:

- szeroko pojęta promocja oferty edukacyjnej PWSZ w Koninie (tablice wielkoformatowe, reklama itd.);
- współorganizacja dni: Budowlanych, Kształcenia Ustawicznego w Wielkopolsce, Mechanika,
- współorganizowanie konferencji i seminariów: „Kultura fizyczna, stan i perspektywy”; „Współdziałanie samorządów lokalnych – element PR-u czy sprawnego zarządzania?”, „Osoba niepełnosprawna w społeczności lokalnej”, „Profesjonalne praktyki – profesjonalni nauczyciele”, „Pedagogika Janusza Korczaka – wczoraj, dziś i jutro”, „Senior jako wyzwanie dla pracy socjalnej”, „Współczesne problemy wytwarzania”, Konferencja metodyczna dla studentów (Instytut Neofilologii), „Subregion koniński – 15 lat po reformie administracyjnej. Doświadczenia i perspektywy długoterminowego rozwoju społeczno-gospodarczego”, seminarium „Wokół edukacyjnych wymiarów zaufania”;
- współorganizacja wykładów otwartych na uczelni – „Statystyka w Wielkopolsce”, spotkań autorskich, wykładów otwartych w szkołach ponadgimnazjalnych – z okazji Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości, X Festiwalu Nauki;
- współorganizacja wydarzeń: „Dzień Neofilologii”, „Językowe Show”, finał Turnieju Wiedzy Handlowo-Menedżerskiej, „Marsz po zdrowie – nordic walking”, Wielkopolski Festiwal Chórów Państwowych Wyższych Szkół Zawodowych, wystawa „Rachunkowość wczoraj i dziś”, festyn sportowy z okazji 15-lecia i Dni Konina;
- udział w Finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, w „Erasmus Day”;
- przygotowanie prezentacji multimedialnych na potrzeby promocji bezpośredniej w szkołach ponadgimnazjalnych;
- przygotowanie prezentacji oferty oraz prezentacji uczelni na portalach edukacyjnych;
- organizacja „Drzwi otwartych”;
- opracowanie informacji merytorycznych do materiałów promocyjnych: ulotek, plakatów, tablic wielkoformatowych, informatora na rok 2013/2014;
- przygotowanie projektów gadżetów promocyjnych (teczki, torby i inne);
- organizacja bezpłatnej akcji plakatowania w czterech powiatach oraz w Koninie;
- realizacja zadań związanych z promocją kierunku zamawianego – wg harmonogramu projektu „Wzmocnienie potencjału PWSZ w Koninie – drogą do wzrostu liczby absolwentów kierunku o kluczowym znaczeniu dla gospodarki opartej na wiedzy”;
- promocja czasopisma uczelnianego „Szkielkiem i Okiem” – dystrybucja oraz reklama w mediach regionalnych;
- przygotowanie strategii działań w tym budżetu na rok 2013;
- administracja strony internetowej PWSZ w Koninie;
- przygotowania do uroczystości nadania imienia auli Jana A.P. Kaczmarka;
- współorganizacja koncertów w ramach „Nowe Brzmienia MSTR”;
- inauguracja roku akademickiego, absolutoria;
- organizacja spotkania z dyrektorami szkół ponadgimnazjalnych;
- organizacja spotkania z Dorotą Zawadzką – wykład otwarty;
- współpraca przy akcjach organizowanych przez jednostki PWSZ w Koninie: (III edycja Konkursu Tłumaczeniowego (Instytut Neofilologii), akcja zbiórki krwi (Samorząd Studentów), kiermasz Świąteczny (Studenckie Koło Naukowe „Pegaz”), „Pchli Targ”(Samorząd Studentów), Kiermasz Wiosenny, współpraca z Kołem Naukowym „Controlling”, współpraca z Biblioteką PWSZ w Koninie przy organizacji konferencji „Oblicze współczesnej biblioteki szkolnej”;
- prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych: w okresie od grudnia 2012 r. do lutego 2013 r. odbywała się promocja bezpośrednia w szkołach ponadgimnazjalnych; przedstawiciele PWSZ w Koninie odwiedzili 25 szkół w Koninie i powiecie konińskim oraz w powiatach tureckim; słupeckim, kolskim i włocławskim. Łącznie w spotkaniach wzięło udział ponad 1500 osób. Przeprowadzono ponad 50 spotkań z młodzieżą;

- udział w targach edukacyjnych w: Sieradzu, Gnieźnie, Słupcy, Zduńskiej Woli, Środzie Wlkp., Koninie, Łodzi, Targach Przedsiębiorczości w Turku, Targach Pracy w Koninie;
- organizacja wykładów otwartych dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych;
- współorganizacja konkursu fotograficznego „Subregion koniński w barwach jesienno-zimowych” – LOT „Marina” oraz PWSZ w Koninie;
- współpraca z Samorządem Studentów PWSZ w Koninie przy „Juwenaliach”, akcjach charytatywnych, koncertach;
- realizacja działań wynikających ze strategii rozwoju uczelni;
- organizacja konferencji prasowych oraz spotkań z mediami (rektor, prorektor, dziekani);
- współpraca z wydziałami promocji starostw powiatowych w Koninie, Turku, Słupcy i Kole, instytucjami kultury, stowarzyszeniami, Urzędem Marszałkowskim w Poznaniu itd.;
- współpraca z jednostkami samorządowymi z czterech powiatów: konińskiego, kolskiego, tureckiego i kolskiego;
- promocja podczas masowych imprezach zewnętrznych: Dni Ślesina, Dni Staromiejskie, Feta na zakończenie wakacji, Piknik sołtysów;
- lobbowanie w środowisku lokalnym na rzecz PWSZ w Koninie;
- produkcja telewizyjnego spotu reklamowego.

Dział Promocji ściśle współpracuje z wszystkimi jednostkami organizacyjnymi PWSZ w Koninie. Od września 2012 r. do czerwca 2013 r. DP składał co miesiąc raporty z działań. Prowadzony był stały monitoring mediów. W okresie sprawozdawczym ukazało się w mediach ponad 700 informacji o uczelni, w tym relacje z konferencji prasowych rektora, zapowiedzi imprez, relacje z wydarzeń organizowanych i współorganizowanych przez PWSZ w Koninie.



