
IX. BIURO DS. PROMOCJI

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

- współpracę z mediami poprzez dostarczanie materiałów informacyjnych, zapraszanie na ważne wydarzenia uczelniane, konferencje, imprezy studenckie itp.;
- opracowywanie i publikowanie informacji o uczelni 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 działań promocyjnych

W roku akademickim 2015/2016 działania promocyjne prowadzone były w powiatach: konińskim, kolskim, tureckim, słupeckim, kaliskim, włocławskim, sieradzkim, gnieźnieńskim, inowrocławskim i mogileńskim.

2. Realizacja zadań wynikających z założeń promocyjnych

Reklama prasowa obejmowała ogłoszenia, artykuły sponsorowane, także w specjalnych dodatkach maturalnych. Zamieszczano reklamy w lokalnych i regionalnych mediach, np.: Radio Zet Gold, Telewizja Wielkopolska, Przegląd 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, Moje Gniezno, Kutno–e-kutno oraz stronach internetowych gmin i różnych urzędów.

Na portalach zamieszczone były informacje z wydarzeń uczelnianych, reklamy rekrutacyjne, a także kolejne wydania czasopisma „Szkiełkiem i Okiem”. W okresie sprawozdawczym pojawiło się w mediach około 500 informacji bezpłatnych, dotyczących wydarzeń związanych z uczelnią (nie licząc reklam zleconych).

3. Współpraca z portalami edukacyjnymi

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

4. Targi edukacyjne

Biuro zaprezentowało ofertę edukacyjną uczelni podczas sześciu 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 (2 x), Słupcy, Strzałkowie oraz w Sieradzu.

5. Prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych

Przeprowadzonych zostało ponad 50 spotkań bezpośrednich w szkołach ponadgimnazjalnych w Koninie, Kole, Słupcy, Turku, Tarcach, Bielicach, 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. W dwóch przypadkach prezentacje prowadzone były po angielsku (wraz ze studentami zagranicznymi z Erasmusa+) i cieszyły się olbrzymim zainteresowaniem.

6. Wykłady otwarte

W roku akademickim 2015/2016 przygotowana została oferta wykładów otwartych dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych z całego regionu. Wykładowcy z poszczególnych wydziałów (w niektórych przypadkach wraz ze studentami lub absolwentami) przygotowali ofertę opartą na prezentacjach, wykładach, zgodnie z profilem uczelni oraz odwiedzanych szkół. Zarówno na uczelni, jak i w zainteresowanych placówkach, odbyło się 71 takich wykładów.

7. Akademia Młodego Studenta – II 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 Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie. Projekt swoim zasięgiem obejmuje wszystkie typy szkół – podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne z powiatu kolskiego, tureckiego, słupeckiego i konińskiego. Od października 2015 r. do maja 2016 r. odbyło się 13 takich spotkań, w których przygotowaniu czynny udział brało Biuro ds. Promocji (np. pomoc w przygotowywaniu sal, wydruki materiałów, znalezienie sponsora na słodki poczęstunek dla uczestników itd.).

8. Wydarzenia 2015/2016

Biuro ds. Promocji prowadzi kalendarz wydarzeń na każdy rok akademicki. W roku 2015/2016 odbyło się 80 dużych imprez/wydarzeń/spotkań organizowanych w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Koninie, przy których to wydarzeniach Biuro ds. Promocji współpracowało z jednostkami odpowiedzialnymi w zakresie organizacji danego przedsięwzięcia. Biuro uczestniczyło w przygotowaniu i drukowaniu grafiki (zaproszeń, plakatów), promocji wydarzenia w mediach, dbało o sprawy organizacyjne, oprawę fotograficzną itd. Do najważniejszych wydarzeń mijającego roku akademickiego należą:

- Drzwi Otwarte,
- Koncert Świąteczny,

-
- Juwenalia,
 - targi przedsiębiorczości,
 - Akademia Młodego Studenta,
 - uroczystość nadania imienia prof. Mariana Walczaka Bibliotece PWSZ w Koninie,
 - absolutoria.

9. Prowadzenie serwisu internetowego

Biuro ds. Promocji zajmuje się rozwojem i nadzorem serwisu internetowego Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie, zarządzaniem jego szatą graficzną i zamieszczaniem informacji na stronie głównej oraz w pozostałych boksach. W tym roku akademickim została zmodyfikowana główna strona, poprzez dodanie kolejnych i zmianę położenia dotychczasowych boksów. Celem dokonanych zmian było wprowadzenie udogodnień dla studentów i kandydatów. Również w tym roku akademickim powstała mobilna strona, która dostosowana jest do urządzeń mobilnych. Rok akademicki 2015/2016 kończy się także z nowym systemem QR. System ma za zadanie ułatwiać dostęp do materiałów potrzebnych studentom. Wykładowca udostępnia słuchaczom QR CODE. Po zeskanowaniu telefonem słuchacz uzyskuje dostęp do materiałów z prowadzonych zajęć. Dostęp do materiałów nie wymaga od studenta logowania się na stronie. Logują się jedynie wykładowcy celem zarządzania dodawanymi materiałami.

10. Działania na portalach społecznościowych

Facebook – profil uczelni prowadzony jest przez Biuro ds. Promocji (kampanie reklamowe, akcje dotyczące oferty edukacyjnej itd.).

Biuro ds. Promocji prowadzi również profil społecznościowy dotyczący studiów podyplomowych oraz Akademickiego Centrum Językowego, wspomaga działanie profili Wydziału Kultury Fizycznej i Ochrony Zdrowia oraz Wydziału Filologicznego.

Ponadto od tego roku akademickiego prowadzony jest profil na Instagramie, Twitterze, Google+ oraz na kanale YouTube.

11. Działania public relations

Najczęstszą formą współpracy z mediami jest przygotowywanie tekstów informacyjnych, zapraszanie przedstawicieli mediów na uczelniane imprezy (inauguracja, absolutoria, seminaria, konferencje, Akademia Młodego Studenta, Akademia Młodej Przedsiębiorczości, 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).

12. Działania promocyjne w roku akademickim 2015/2016

Do głównych zrealizowanych działań promocyjnych należą:

- prezentacje w szkołach ponadgimnazjalnych;
- przygotowanie materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty, bilbordy, ścianki promocyjne, roll-upy, informator);
- administracja strony i mediów społecznościowych;
- współorganizowanie Akademii Młodego Studenta;

-
- współpraca przy realizacji projektów m.in. targów przedsiębiorczości;
 - 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 PWSZ w Koninie;
 - promocja i rekrutacja do projektu „SUSTMAN – przedsiębiorczość, zrównoważony rozwój i produkcja dla studentów PWSZ w Koninie” współfinansowanego ze środków funduszy norweskich i krajowych, prowadzona przez pracownika biura.