

## Regulamin Wewnętrzny

### Biura Promocji i Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi

#### I. Regulamin składania materiałów do druku przez Jednostki Uniwersytetu Medycznego w Łodzi

1. Do siedziby Biura Promocji i Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi należy dostarczyć zlecenie drogą mailową lub na piśmie osobiście lub faxem - **pobierz formularz zlecenia**; zawierające numer konta płatności oraz podpis Kierownika Jednostki bądź innej upoważnionej osoby.
2. W ciągu 2 dni roboczych zostanie przygotowana szczegółowa oferta wraz z harmonogramem prac obejmującym projekt, opracowanie tekstu, przygotowanie materiałów do druku, druk.
3. Zarówno harmonogram jak wycena pracy muszą zostać zatwierdzone przez Zamawiającego.
4. W przypadku nanoszenia jakichkolwiek zmian Biuro Promocji i Wydawnictw dokonuje automatycznie zmiany ceny, dostosowując ją do wymagań Zamawiającego. Każda zmiana podlega zatwierdzeniu przez Zamawiającego zgodnie na piśmie lub drogą mailową.
5. Przed rozpoczęciem druku zamawiający otrzymuje tzw. wydruk próbny, który musi zostać zaakceptowany.
6. Po akceptacji wydruków próbnych następuje druk.
7. Po odbiorze materiałów w ciągu 30 dni jednostka zostaje obciążona na podstawie dokumentu skierowanego do Kwestury uzgodnioną wcześniej kwotą.

#### II. Regulamin składania materiałów do druku przez zleceniodawców zewnętrznych

1. Do siedziby Biura Promocji i Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi należy dostarczyć zlecenie drogą mailową lub na piśmie osobiście lub faxem - **pobierz formularz zlecenia**; na wykonanie określonej pracy.
2. W ciągu 2 dni roboczych zostanie przygotowana szczegółowa oferta wraz z harmonogramem prac obejmującym projekt, opracowanie tekstu, przygotowanie materiałów do druku, druk.
3. Zarówno harmonogram jak wycena pracy muszą zostać zatwierdzone przez Zamawiającego.
8. W przypadku nanoszenia jakichkolwiek zmian Biuro Promocji i Wydawnictw dokonuje automatycznie zmiany ceny, dostosowując ją do wymagań Zamawiającego. Każda zmiana podlega zatwierdzeniu przez Zamawiającego na piśmie lub drogą mailową.
4. Przed rozpoczęciem druku zamawiający otrzymuje tzw. wydruk próbny, który musi zostać zaakceptowany.
5. Po akceptacji wydruków próbnych następuje druk.
6. Po odbiorze materiałów w ciągu 14 dni jednostka zostaje obciążona uzgodnioną wcześniej kwotą na podstawie faktury Vat.

#### III. Regulamin tworzenia stron www na zlecenie jednostek Uniwersytetu Medycznego w Łodzi

1. Do siedziby Biura Promocji i Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi należy dostarczyć wypełniony formularz zlecenia drogą mailową lub na piśmie osobiście lub faxem – **pobierz formularz zlecenia**;

2. W ciągu 7 dni roboczych zostanie przygotowany wstępny projekt graficzny strony (JPG lub HTML) i przesłany na adres mailowy wskazany w zleceniu;\*
3. Po ewentualnych korektach projektu należy przesłać drogą mailową pisemną akceptację projektu;
4. Następnie należy przesłać całą zawartość merytoryczną strony, poszczególnych podstron oraz inne elementy składowe strony np. zdjęcia itp. Przesłany materiał powinien być przygotowany w formie jak najbardziej przejrzystej, co wyeliminuje ewentualne niezgodności.
5. Tworzenie strony zostanie rozpoczęte dopiero po przesłaniu kompletnej zawartości strony.
6. Biuro Promocji i Wydawnictw zobowiązuje się do ukończenia prac nad stroną w przeciągu 7 dni roboczych.\*
9. Po ostatecznej akceptacji gotowej strony, w ciągu 30 dni jednostka zostaje obciążona uzgodnioną wcześniej kwotą, na podstawie dokumentu skierowanego do Kwestury.

*\* okres ten może nieznacznie ulec wydłużeniu z powodu choroby, urlopu bądź ilości realizowanych w danym okresie zleceń.*

#### **IV. Regulamin najmu nośników reklamowych i informacyjnych oraz powierzchni wystawienniczej i ekspozycyjnej na terenie Uniwersytetu Medycznego w Łodzi**

1. Do siedziby Biura Promocji i Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi na adres [promocja@umed.lodz.pl](mailto:promocja@umed.lodz.pl) należy przesłać zapytanie ofertowe.
2. W ciągu 2 dni roboczych zostanie przedstawiona szczegółowa oferta wraz z informacją o dostępności nośników i powierzchni wystawienniczych.
3. Po mailowym zaakceptowaniu oferty zostanie przesłana do wypełnienia umowa;
4. Po podpisaniu umowy przez obie strony Uniwersytet Medyczny w Łodzi udostępni nośniki.
5. Dystrybucją plakatów, wolnostojących nośników reklamowych, stoisk targowych i innych ekspozycji zajmuje się Zamawiający.
6. Rozliczenie za usługę następuje na podstawie faktury Vat, ustaloną przez strony kwotą, zgodnie z podpisaną umową.

#### **V. Regulamin zakupu materiałów promocyjnych (gadżetów) z logo Uniwersytetu Medycznego w Łodzi przez jednostki Uniwersytetu Medycznego w Łodzi**

1. Materiały promocyjne wydawane są na imprezy związane z promocją Uczelni oraz zgodnie z przyjętą Strategią Promocji. Każdorazowo zapotrzebowanie rozpatrywane jest indywidualnie i wszelkie opóźnienia mogą wynikać z braków magazynowych. Liczy się kolejność składania dokumentów.
2. Do siedziby Biura Promocji i Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi na adres [promocja@umed.lodz.pl](mailto:promocja@umed.lodz.pl) należy przesłać zapotrzebowanie na materiały promocyjne.
3. W ciągu 2 dni zostanie przesłana odpowiedź o dostępności gadżetów.
4. Odbiór gadżetów odbywa się w pok. 227, II piętro, Plac Hallera 1.
5. Po odebraniu gadżetów w ciągu 30 dni jednostka zostaje obciążona uzgodnioną wcześniej kwotą, na podstawie dokumentu skierowanego do Kwestury.

## **Charakterystyka działalności Biura Promocji i Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi**

- I. Biuro Promocji i Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi realizuje zadania z zakresu szeroko pojętej promocji Uniwersytetu Medycznego w Łodzi. W ramach Biura Promocji i Wydawnictw działają:
  - a) Dział promocji
  - b) Dział wydawnictw
  
- II. Dział promocji zajmuje się w szczególności:
  1. Opracowaniem strategii promocji Uniwersytetu Medycznego w Łodzi zgodnie ze strategią rozwoju uczelni. Strategia jest dokumentem zatwierdzanym przez Władze Uczelni.
  2. Opracowaniem rocznych planów operacyjnych zatwierdzanych przez Władze Uczelni, w celu realizacji strategii promocji (m.in. roczny plan marketingowy, obejmujący w szczególności cele do zrealizowania w danym roku oraz plan finansowy - budżet zadaniowy, a także harmonogram realizacji wraz z narzędziami oceny i raportowania).
  3. Dbaniem o jednolity wizerunek wszystkich jednostek Uniwersytetu Medycznego w Łodzi poprzez opracowanie wspólnych zasad systemu identyfikacji wizualnej, przez efektywną promocję Uczelni, jako jednej marki-Uniwersytet Medyczny w Łodzi.
  4. Koordynowaniem wszystkich wydarzeń promocyjnych Uniwersytetu Medycznego w Łodzi poprzez:
    - zapewnienie przepływu informacji wewnątrz uczeni poprzez stronę internetową i biuletyn informacyjny.
    - zbieranie i opracowywanie informacji o istotnych wydarzeniach i osiągnięciach Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, jego pracowników i studentów oraz ich upowszechnianie w materiałach promocyjnych uczelni, mass mediach i na stronie internetowej Uniwersytetu Medycznego w Łodzi w porozumieniu z osobą odpowiedzialną ze strony Uniwersytetu Medycznego w Łodzi za kontakty z mediami,
    - obsługę konferencji prasowych organizowanych przez osobą odpowiedzialną ze strony Uniwersytetu Medycznego w Łodzi za kontakty z mediami
    - świadczenie usług promocyjnych w zakresie projektów graficznych, w tym przygotowanie do druku produkcji materiałów promocyjnych dla wydarzeń nie ujętych w rocznym planie marketingowym zgodnie z przyjętymi zasadami współpracy i kosztorysem.
  5. Organizacją ważnych wydarzeń okolicznościowych Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, m.in. takich jak inauguracja roku akademickiego, uroczyste posiedzenia senatu Uniwersytetu Medycznego w Łodzi.
  6. Akceptacją materiałów graficznych ( Zarządzenie Rektora nr 123/2009), wykonywanych przez jednostki Uniwersytetu Medycznego w Łodzi. Zawierają się w tym projekty wydawnictw, plakatów, stron internetowych, nośników reklamowych, itp.
  7. Dział promocji ponadto stale realizuje zadania z zakresu:
    - merytorycznej redakcji strony internetowej zgodnie z przyjętą strategią promocji, uzupełnianą o zadania zapisane w rocznym planie marketingowym, a dodatkowo:

- zapewnieniem aktualnych informacji teleadresowych jednostek organizacyjnych oraz pracowników Uniwersytetu Medycznego w Łodzi we współpracy z Działem Spraw Osobowych, Działem Organizacyjnym oraz Centrum Informatyczno-Telekomunikacyjnym
  - zapewnieniem aktualnych informacji dla studentów we współpracy z dziekanatami
  - opiniowania wniosków o patronat JM Rektora Uniwersytetu Medycznego w Łodzi oraz informowania o wynikach postępowania zainteresowane podmioty.
  - wydawania zgody na realizację wszelkiego rodzaju działań promocyjnych na terenie jednostek Uniwersytetu Medycznego przez podmioty zewnętrzne oraz prowadzenia rozliczeń z tymi podmiotami – zgodnie z przyjętym cennikiem i zasadami współpracy, stanowiącymi załącznik nr 1 do Regulaminu Wewnętrznego Biura Promocji i Wydawnictw, zaakceptowanych przez Władze Uczelni
  - realizowaniem zamówień, obejmujących tworzenie stron www dla jednostek Uniwersytetu Medycznego w Łodzi oraz wynajęcie nośników reklamowych i informacyjnych oraz powierzchni wystawienniczej i ekspozycyjnej na terenie Uniwersytetu Medycznego w Łodzi – zgodnie z przyjętym cennikiem i zasadami współpracy, stanowiącymi załącznik nr 1 do Regulaminu Wewnętrznego Biura Promocji i Wydawnictw, zaakceptowanych przez Władze Uczelni.
  - redagowanie biuletynu informacyjnego Uniwersytetu Medycznego w Łodzi
  - prowadzenia monitoringu informacji prasowych i przygotowanie dziennych raportów
- 
- gromadzenia dokumentacji historiograficznej i prasowej o Uczelni
  - gromadzenia dokumentacji filmowej i fotograficznej ważnych wydarzeń na uczelni
- III. Dział wydawnictw realizuje plan wydawniczy uchwalony przez Senacką Komisję ds. Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi oraz zajmuje się w szczególności:
1. organizowaniem prac i prowadzeniem sekretariatu Senackiej Komisji ds. Wydawnictw Uniwersytetu Medycznego w Łodzi
  2. realizowaniem zamówień, obejmujących opracowanie graficzne, przygotowanie do druku, druk, ksero, laminowanie, skanowanie – zgodnie z przyjętym cennikiem i zasadami współpracy, stanowiącymi załącznik nr 1 do Regulaminu Wewnętrznego Biura Promocji i Wydawnictw, zaakceptowanych przez Władze Uczelni.
  3. projektowaniem graficznym, obróbką i retuszem zdjęć i ilustracji, redakcją, korektą, składem, łamaniem tekstu, opracowaniem graficznym książek, czasopism, ulotek, plakatów - zgodnie z przyjętym cennikiem i zasadami współpracy, stanowiącymi załącznik nr 1 do Regulaminu Wewnętrznego Biura Promocji i Wydawnictw, zaakceptowanych przez Władze Uczelni.
  4. przygotowywaniem do druku, drukowaniem, powielaniem i oprawą (prace introligatorskie) wszystkich prac wydawniczych z zakresu działalności Komisji i innych prac wydawniczych zleczanych przez władze uczelni lub pozyskanych od podmiotów zewnętrznych - zgodnie z przyjętym cennikiem i zasadami współpracy, stanowiącymi załącznik nr 1 do Regulaminu Wewnętrznego Biura Promocji i Wydawnictw, zaakceptowanych przez Władze Uczelni.
  5. przygotowywaniem umów autorskich
  6. sprzedażą książek pracowników Uniwersytetu Medycznego w Łodzi

7. prowadzeniem kontroli materiałowej i rozliczaniem zużytych materiałów zgodnie z wewnętrzną procedurą
8. rozliczaniem oraz wystawianiem faktur i rachunków za usługi
9. aktywnym poszukiwaniem zleceń dla działu spośród podmiotów wewnętrznych i zewnętrznych, w zakresie zgodnym ze Statutem Uniwersytetu Medycznego w Łodzi
10. opracowaniem cennika prowadzonych prac
11. przygotowaniem wycen i ofert na prowadzone prace.