



Procedura Promocji Wydziału Filologicznego UMCS

I. Funkcjonowanie systemu promocji na Wydziale Filologicznym

1. Promocją Wydziału Filologicznego zajmują się:
 - a) pracownik dziekanatu zatrudniony na stanowisku ds. informacji i promocji we współpracy z Centrum Promocji UMCS;
 - b) wydziałowi koordynatorzy ds. promocji poszczególnych kierunków studiów – członkowie Wydziałowego Zespołu Koordynatorów ds. Promocji.
2. Informacje na temat funkcjonowania i działalności Wydziału Filologicznego udostępniane są:
 - a) na stronie internetowej Wydziału Filologicznego;
 - b) na stronach internetowych Instytutów/Katedr;
 - c) w mediach społecznościowych;
 - d) w systemie obsługi rekrutacji UMCS;
 - e) na stronach internetowych oraz mediach społecznościowych UMCS.

II. Pracownik dziekanatu zatrudniony na stanowisku ds. informacji i promocji

1. Zajmuje się bieżącą promocją kierunków realizowanych na Wydziale Filologicznym na stronie głównej Wydziału, w mediach społecznościowych Wydziału oraz przekazuje informacje promocyjne do publikacji w mediach społecznościowych Instytutów/Katedr funkcjonujących na Wydziale Filologicznym.
2. Wspiera wydziałowych koordynatorów ds. promocji kierunku w działaniach promocyjnych.
3. Wspólnie z koordynatorami ds. promocji kierunków współpracuje w zakresie promocji z partnerami zewnętrznymi (szkoły, instytucje kultury, firmy, itp.).
4. Wspiera koordynatorów kierunkowych ds. informacji i promocji w przygotowaniu materiałów promocyjnych.



5. Dbą, aby materiały promocyjne udostępniane na stronie głównej Wydziału Filologicznego oraz w głównych mediach społecznościowych Wydziału były zgodne z prawem autorskim i pilnuje, aby osoby, których utwory wykorzystywane są do celów promocyjnych udzieliły na to stosownej zgody.
6. Powinien uzyskać zgodę osób, które występują w materiałach promocyjnych na wykorzystywanie i rozpowszechnianie ich wizerunku do celów promocyjnych.
7. Przesyła otrzymane materiały promocyjne do publikacji na stronach Instytutów/Katedr oraz w mediach społecznościowych tych jednostek.
8. We współpracy z koordynatorami ds. promocji kierunków studiów przygotowuje program tzw. Drzwi otwartych UMCS.
9. Pomaga w promocji innych wydarzeń realizowanych na Wydziale Filologicznym.
10. Współpracuje z jednostkami zajmującymi się promocją Uczelni.

III. Członkowie Wydziałowego Zespołu Koordynatorów ds. promocji kierunków studiów

1. Współpracują z pracownikiem dziekanatu zatrudnionym na stanowisku ds. informacji i promocji. Formę tej współpracy reguluje „Procedura systemu informacji studentów”.
2. Posiadają uprawnienia administracyjne pozwalające na publikowanie materiałów promocyjnych na stronie macierzystego Instytutu/Katedry oraz w mediach społecznościowych tej jednostki.
3. Współpracują między sobą w zakresie promocji innych kierunków z Wydziału Filologicznego.
4. Są odpowiedzialni za materiały promocyjne, dbając o zgodność tych materiałów z prawem autorskim.
5. Mają obowiązek uzyskania zgody osób, które występują w materiałach promocyjnych, na wykorzystanie oraz na rozpowszechnianie ich wizerunku do celów promocyjnych.
6. Powinni uzyskać zgodę osób, których utwory wykorzystywane są do celów promocyjnych.
7. Zobowiązani są do przygotowania programu promocji kierunku w ramach tzw. Drzwi Otwartych UMCS do 31 stycznia każdego roku.
8. Zobowiązani są do aktualizowania opisów kierunków studiów obsługiwanych przez macierzysty Instytut/Katedrę na stronie Systemu Obsługi Rekrutacji UMCS. Zaktualizowany opis powinien być zatwierdzony do publikacji przez przewodniczących Zespołów Programowych lub pracowników sprawujących opiekę nad kierunkami w systemie SAP.



9. We współpracy z pracownikiem dziekanatu zatrudnionym na stanowisku ds. informacji i promocji przygotowują i aktualizują materiały promocyjne.
10. Dbają o bieżącą promocję kierunku.
11. Współpracują ze innymi jednostkami zajmującymi się promocją uczelni.

IV. Strona internetowa Wydziału Filologicznego

1. Stroną internetową Wydziału zajmuje się pracownik dziekanatu zatrudniony na stanowisku ds. informacji i promocji.
2. Strona zawiera podstrony poświęcone kierunkom prowadzonym na Wydziale (według załącznika), w tym linki do mediów społecznościowych Instytutów/Katedr prowadzących kierunek.
3. Strona Internetowa powinna być redagowana w języku polskim, angielskim oraz ukraińskim. Obcojęzyczne wersje strony powinny zawierać przynajmniej podstawowe informacje o Wydziale i kierunkach studiów.

V. Strony internetowe Instytutów/Katedr

1. Strony internetowe Instytutów/Katedr powinny być redagowane według tego samego/zbliżonego wzoru:
 - a) Strona Instytutu/Katedry powinna zawierać zakładkę „Kandydat”, w której umieszczone będą:
 - linki do opisów kierunków studiów obsługiwanych przez Instytut/Katedrę umieszczonych w zakładce Kierunki studiów (<https://www.umcs.pl/pl/kierunki-studiow,23927.htm>) na głównej stronie internetowej Wydziału Filologicznego;
 - aktualne sylwetki absolwentów;
 - ewentualne inne aktualne materiały promocyjne (filmy, zdjęcia, linki do innych stron/zakładek, itp.);
 - linki do kierunków w Systemie Obsługi Rekrutacji UMCS.
2. Strony Instytutów/Katedr powinny mieć zakładki podlinkowane do mediów społecznościowych prowadzonych przez te jednostki.
3. Strony Instytutów/Katedr powinny mieć zakładkę podlinkowaną do strony głównej Wydziału Filologicznego.
4. Na stronach Instytutów/Katedr oraz w mediach społecznościowych publikowane są bieżące informacje dotyczące wydarzeń, działalności tych jednostek oraz wybitnych osiągnięć pracowników, studentów i absolwentów.
5. Zaleca się, aby strony Instytutów/Katedr były uzupełniane zakładkami z profilami wybitnych absolwentów i interesującymi projektami studenckimi.



VI. System Obsługi Rekrutacji UMCS

1. Na stronie Systemu Rekrutacji UMCS powinny znajdować się zaktualizowane opisy kierunków realizowanych przez Instytuty/Katedry Wydziału Filologicznego. Aktualne opisy kierunków przygotowują i zamieszczają koordynatorzy ds. promocji poszczególnych kierunków studiów po uzyskaniu akceptacji Przewodniczących Zespołów programowych.
2. Opisy kierunków obsługiwanych przez Instytuty/Katedry powinny zawierać:
 - a) linki do strony Instytutu/Katedry obsługującej dany kierunek;
 - b) linki do mediów społecznościowych;
 - c) jeżeli dany Instytut/Katedra prowadzi na swojej stronie zakładkę z profilami absolwentów lub zakładkę z projektami studenckimi, to w opisie powinny się także znajdować linki do tych zakładek.

VII. Media społecznościowe

1. Instytuty/Katedry/Koła Naukowe powinny wykorzystywać media społecznościowe w celach promowania oferty dydaktycznej obsługiwanej przez poszczególne jednostki.
2. W opisach Instytutów/Katedr/Kół Naukowych w mediach społecznościowych powinny znajdować się aktualne informacje i linki do strony głównej Instytutu/Katedry oraz dane kontaktowe.
3. Mediami społecznościowymi Instytutów/Katedr administrują wydziałowi koordynatorzy ds. promocji kierunków studiów i inne osoby wyznaczone na funkcję administratorów przez kierowników tych jednostek.
4. Administratorzy mediów społecznościowych zobowiązani są do pilnowania, aby zamieszczane materiały nie naruszały zasad prawa autorskiego.
5. Media społecznościowe Instytutów/Katedr/Kół Naukowych powinny być na bieżąco aktualizowane.
6. Zaleca się, aby w działalność mediów społecznościowych Instytutów/Katedr/Kół Naukowych angażowali się wszyscy pracownicy jednostek (dostarczając informacji o swoich sukcesach działalności naukowej, dydaktycznej, kulturalnej i komentując lub „lajkując” posty zamieszczane na profilu jednostki).

