

POLITECHNIKA WARSZAWSKA
Zarządzenie nr 51 /2016
Rektora Politechniki Warszawskiej
z dnia 11 października 2016 r.

w sprawie wprowadzenia Księgi Marki oraz Księgi Identyfikacji Wizualnej Politechniki Warszawskiej

Na podstawie § 54 ust. 1 pkt 18 Statutu PW zarządza się, co następuje:

§ 1

1. Wprowadza się Księgę Marki PW, stanowiącą załącznik nr 1 do zarządzenia.
2. Wprowadza się Księgę Identyfikacji Wizualnej PW, stanowiącą załącznik nr 2 do zarządzenia.
3. Dokumenty, o których mowa w ust. 1 i 2 dostępne są w wersji elektronicznej na stronie internetowej Politechniki Warszawskiej pod adresem: <http://promocja.pw.edu.pl/Marka-PW>

§ 2

1. Księga Marki PW porządkuje elementy składające się na wizerunek Politechniki Warszawskiej i wskazuje sposób, w jaki należy go rozpowszechniać, zarówno za pośrednictwem komunikatów werbalnych, jak również wizualnych.
2. W skład Księgi Marki PW wchodzi następujące obszary tematyczne:
 - 1) wizja PW;
 - 2) wartości PW;
 - 3) interesariusze PW;
 - 4) insight konsumencki;
 - 5) wyróżnik (USP) PW;
 - 6) kluczowe przesłania PW;
 - 7) schemat komunikacyjny PW;
 - 8) charakter PW;
 - 9) archetyp marki PW;
 - 10) opis marki PW w modelu Brand Key.
3. Księga Marki PW składa się z wersji podstawowej oraz wersji skróconej. Wersja podstawowa pełni funkcję dokumentu, przeznaczonego do obiegu wewnątrz Uczelni. Wersja skrócona pełni dodatkowo funkcję dokumentu zewnętrznego, do wykorzystania we współpracy z podmiotami zewnętrznymi.

§ 3

1. Kierownicy jednostek organizacyjnych PW lub/oraz inne osoby zajmujące się działaniami promocyjnymi w jednostkach tworzą komunikaty informacyjno-promocyjne dotyczące Uczelni. Proponowany sposób przekazywania komunikatów do dalszej akceptacji określa pismo okólne Rektora PW.
2. Komunikaty, o których mowa w ust. 1 powinny zostać przygotowane zgodnie z wytycznymi Księgi Marki PW oraz skonsultowane z:
 - 1) Biurem Rektora, Sekcją Komunikacji Społecznej (rzecznikiem Uczelni) w zakresie komunikatów i dokumentów skierowanych bezpośrednio do mediów, dotyczących polityki władz Uczelni, projektów o charakterze strategicznym lub innych mających wpływ na funkcjonowanie Uczelni;

- 2) Biurem ds. Promocji i Informacji, Sekcją ds. Marki i Materiałów Promocyjnych w zakresie tekstów o charakterze promocyjnym, edukacyjnym, rekrutacyjnym dotyczących ogólnego wizerunku Uczelni.
3. Kierownicy jednostek organizacyjnych PW lub/oraz inne osoby zajmujące się działaniami promocyjnymi w jednostkach są zobowiązani do stosowania wytycznych zawartych w Księdze Marki PW oraz odpowiedzialni za ich przestrzeganie.

§ 4

1. Księga Identyfikacji Wizualnej PW określa zasady graficznego opracowywania wszystkich dokumentów i materiałów wytwarzanych na zlecenie Politechniki Warszawskiej.
2. W Księdze Identyfikacji Wizualnej PW:
 - 1) zdefiniowano obowiązujące liternictwo, kolorystykę oraz wzory podstawowych dokumentów PW;
 - 2) przywołano zasady stosowania znaku firmowego.

§ 5

Kierownicy jednostek organizacyjnych PW są zobowiązani do stosowania zasad zawartych w Księdze Identyfikacji Wizualnej PW oraz są odpowiedzialni za ich przestrzeganie w podległych im jednostkach.

§ 6

Znak firmowy PW oraz pozostałe elementy Księgi Identyfikacji Wizualnej PW mogą być wykorzystywane zgodnie z przepisami obowiązującymi w PW.

§ 7

Materiały promujące PW (zarówno materiały drukowane, jak również wszelkie gadżety, medale, statuetki, znaczki okolicznościowe itp.) należy - przed zleceniem wykonania skonsultować z Biurem ds. Promocji i Informacji – Sekcją ds. Marki i Materiałów Promocyjnych. Wyjątek stanowią wzory dyplomów: doktora honoris causa, Medalu Politechniki Warszawskiej i Młodego Uczonego wraz z grawerowanymi medalami oraz odznaką i legitymacją „Zasłużony dla PW”.

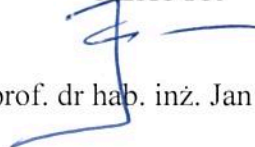
§ 8

Aktualnie stosowane druki i wydawnictwa drukowane PW mogą być używane tylko do czasu wyczerpania nakładu, jednak nie dłużej niż przez dwa lata, od dnia wejścia w życie niniejszego zarządzenia.

§ 9

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

REKTOR


prof. dr hab. inż. Jan Szmidt