

Zmiany do Regulaminu organizacyjnego Politechniki Warszawskiej

W Regulaminie organizacyjnym Politechniki Warszawskiej, stanowiącym załącznik do zarządzenia nr 92/2019 Rektora PW z dnia 4 grudnia 2019 r. w sprawie nadania Regulaminu organizacyjnego Politechniki Warszawskiej, wprowadza się następujące zmiany:

- 1) w § 10 w ust. 1 pkt 12 otrzymuje brzmienie:
„12) Wydział Mechaniczny Technologiczny;”;
- 2) w załączniku nr 1:
 - a) w § 73:
 - użyte w różnych przypadkach wyrażenie „Wydział Inżynierii Produkcji” zastępuje się użytym w odpowiednich przypadkach wyrażeniem „Wydział Mechaniczny Technologiczny”,
 - w ust. 1 w pkt 4 lit. a wyrażenie „BDWIP” otrzymuje brzmienie „BDWMT”,
 - w ust. 1 w pkt 4 lit. b wyrażenie „DWIP” otrzymuje brzmienie „DWMT”,
 - w ust. 1 w pkt 4 lit. c wyrażenie „DAGWIP” otrzymuje brzmienie „DAGWMT”,
 - w ust. 1 w pkt 4 lit. f wyrażenie „DEFWIP” otrzymuje brzmienie „DEFWMT”,
 - w ust. 1 w pkt 5 wyrażenie „GSAWIP” otrzymuje brzmienie „GSAWMT”,
 - b) w § 74 i § 76a wielokrotnie występujące wyrażenie „WIP” zastępuje się wyrażeniem „WMT”;
- 3) w załączniku nr 2 w § 16 ust. 10 otrzymuje brzmienie:
„10. Rektor, na wniosek dyrektora UCBLiK, powołuje lub zatrudnia jego dwóch zastępców i ustala zakres ich obowiązków.”;
- 4) w załączniku nr 3:
 - a) uchyla się § 3,
 - b) po § 5 dodaje się § 5a w brzmieniu:

„§ 5a

Biuro Komunikacji i Promocji

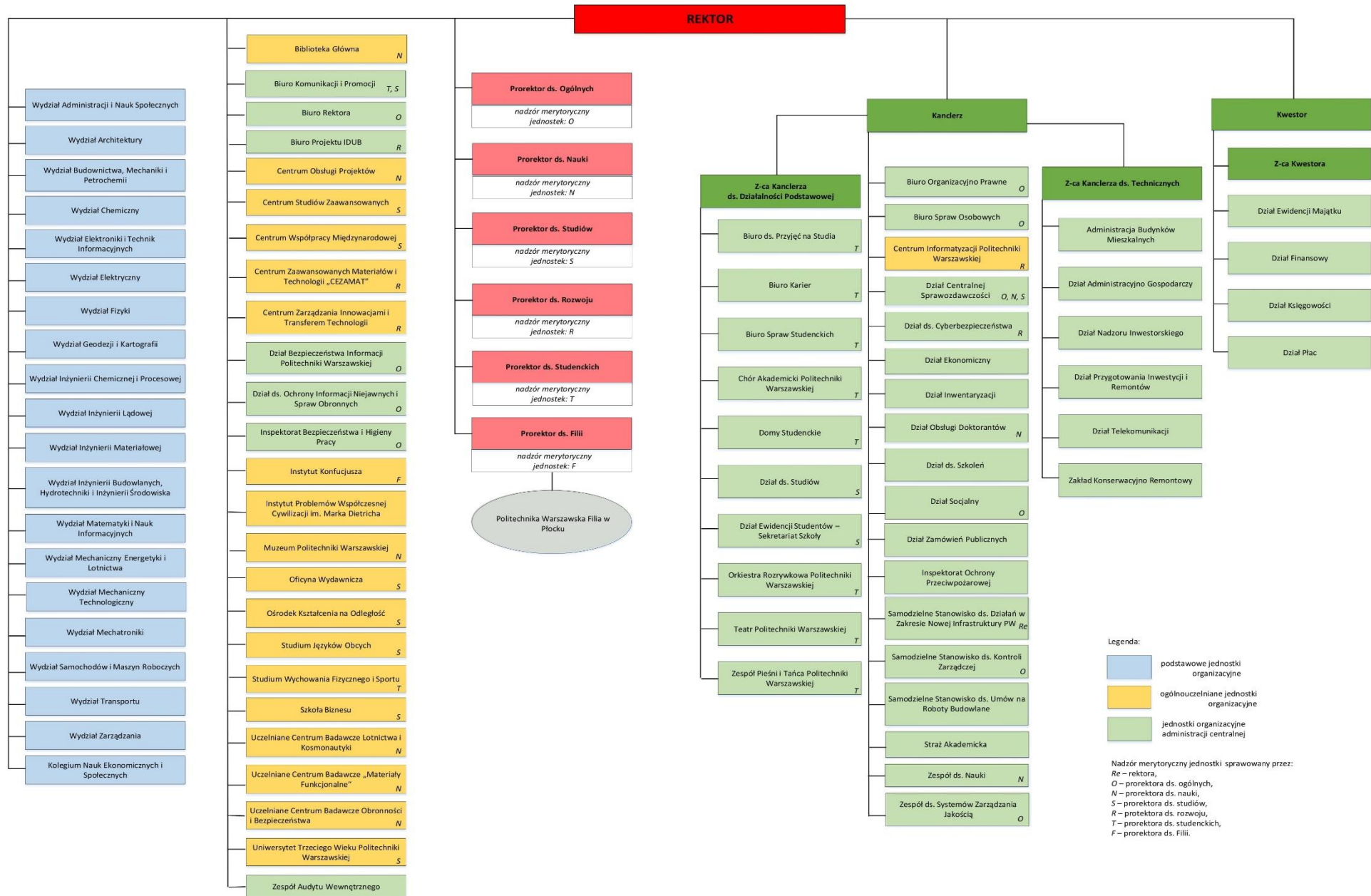
1. Biuro Komunikacji i Promocji (symbol: BKP, kod:) jest jednostką organizacyjną właściwą do kreowania wizerunku Politechniki Warszawskiej i jej marki poprzez podejmowanie bezpośrednich działań komunikacyjnych i promocyjnych Uczelni we współpracy z jednostkami organizacyjnymi PW oraz samorządem studenckim i radą doktorantów.
2. Zakres działania Biura Komunikacji i Promocji obejmuje:
 - 1) przygotowanie i wdrożenie strategii zarządzania marką Politechniki Warszawskiej;
 - 2) monitoring zdarzeń mających wpływ na wizerunek i markę Politechniki Warszawskiej i podejmowanie odpowiednich działań;
 - 3) przygotowanie, we współpracy z jednostkami organizacyjnymi oraz samorządem studenckim i radą doktorantów Politechniki Warszawskiej, propozycji identyfikacji wizualnej Uczelni, wdrożenie przyjętych rozwiązań oraz nadzór nad wykorzystaniem i prawidłowością stosowania;
 - 4) opiniowanie i prowadzenie spraw związanych z patronatem PW;

- 5) przygotowanie, wdrożenie i aktualizację Planu Komunikacji Kryzysowej (PKK) Politechniki Warszawskiej;
- 6) zarządzanie kanałami informacyjnymi;
- 7) współpracę z jednostkami organizacyjnymi Politechniki Warszawskiej w ich działaniach komunikacyjnych i promocyjnych poprzez:
 - a) udostępnienie kanałów informacyjnych zgodnie z przyjętym harmonogramem działań komunikacyjnych i promocyjnych,
 - b) wsparcie organizacyjne przy organizacji działań promujących działalność jednostek organizacyjnych i samorządu studenckiego i rady doktorantów,
 - c) współpracę merytoryczną przy przygotowaniu komunikatów, materiałów informacyjnych i materiałów promocyjnych,
 - d) koordynację na poziomie ogólnouczelnianym planowanych działań komunikacyjnych i promocyjnych jednostek organizacyjnych;
- 8) kreowanie pozytywnego wizerunku Uczelni poprzez systemową współpracę z mediami, a w szczególności poprzez aktywne działania rzecznika prasowego;
- 9) przygotowanie, we współpracy z Centrum Informatyzacji Politechniki Warszawskiej, narzędzi informatycznych niezbędnych dla prowadzenia sprawnej i efektywnej wewnętrznej i zewnętrznej komunikacji Politechniki Warszawskiej;
- 10) prowadzenie działań komunikacyjnych w Internecie poprzez:
 - a) prowadzenie strony internetowej PW,
 - b) prowadzenie profili ogólnouczelnianych w mediach społecznościowych;
 - c) koordynację i nadzór nad serwisami internetowymi jednostek organizacyjnych PW w zakresie zachowania spójności przekazu wizerunkowego Politechniki Warszawskiej;
- 11) prowadzenie działań komunikacyjnych w Intranecie Politechniki Warszawskiej, w tym:
 - a) prowadzenie wewnętrznego serwisu informacyjnego Politechniki Warszawskiej,
 - b) planowanie i realizacja mailingu we współpracy z Centrum Informatyzacji Politechniki Warszawskiej;
- 12) zarządzanie pozostałymi kanałami komunikacyjnymi, takimi jak tablice informacyjne, słupy ogłoszeniowe, nośniki tradycyjne i elektroniczne;
- 13) obsługę fotograficzną i filmową wydarzeń z udziałem członków kierownictwa i organów Politechniki Warszawskiej oraz wydarzeń ogólnouczelnianych;
- 14) przygotowanie i wdrożenie propozycji linii graficznych dla materiałów promocyjnych Politechniki Warszawskiej wykorzystywanych w promocji na poziomie ogólnouczelnianym oraz wsparcie merytoryczne jednostek organizacyjnych Politechniki Warszawskiej przy projektowaniu ich materiałów promocyjnych oraz nadzór nad prawidłowością używania znaków graficznych i sposobem ich wykorzystywania;
- 15) planowanie i realizację działań promujących Politechnikę Warszawską, w tym:
 - a) wydarzeń ogólnouczelnianych o charakterze wizerunkowym i promocyjnym, takich jak np.: Święto Politechniki Warszawskiej, inauguracja roku akademickiego, dni otwarte Politechniki Warszawskiej, spotkania i konferencje z udziałem członków kierownictwa i organów Politechniki Warszawskiej, akcje społeczne i edukacyjne,
 - b) opracowywanie, redagowanie i dystrybucję ogólnouczelnianych materiałów informacyjnych i promocyjnych, a w szczególności wydawnictw, materiałów graficznych, filmów oraz innych materiałów audiowizualnych, na zasadach określonych w przepisach wewnętrznych oraz nadzór nad prawidłowością stosowania identyfikacji wizualnej Politechniki Warszawskiej w materiałach informacyjnych i promocyjnych jednostek

- organizacyjnych oraz w zakresie zachowania spójności przekazu wizerunkowego Politechniki Warszawskiej i marki Uczelni;
- 16) współpracę z Oficyną Wydawniczą Politechniki Warszawskiej w zakresie przygotowania i dystrybucji materiałów informacyjnych i promocyjnych pozostających w zakresie działania Oficyny;
 - 17) prowadzenie elektronicznego Biuletynu Politechniki Warszawskiej;
 - 18) współpracę z odpowiednimi jednostkami organizacyjnymi przy planowaniu i realizacji badań społecznych dotyczących wizerunku i marki Politechniki Warszawskiej.
3. W skład Biura Komunikacji i Promocji wchodzi następujące komórki organizacyjne:
- 1) Sekcja Komunikacji (symbol:, kod:);
 - 2) Sekcja Promocji (symbol:, kod:
4. Biuro Komunikacji i Promocji podlega Rektorowi, nadzór merytoryczny sprawują: prorektor ds. studenckich i prorektor ds. studiów, zgodnie z kompetencjami.”,
- c) w § 7:
- w ust. 2 w pkt 1 po lit. o dodaje się lit. p i lit. r w brzmieniu:
„p) prowadzenie i aktualizację list gości na uroczystości ogólnouczelniane,
r) prowadzenie rejestru wniosków o wykorzystanie znaku PW i/lub godła PW;”;
 - w ust. 2 uchyla się pkt 3,
 - w ust. 3 uchyla się pkt 3;
- 5) załącznik nr 6 otrzymuje brzmienie określone w załączniku do uchwały.

SCHEMAT ORGANIZACYJNY POLITECHNIKI WARSZAWSKIEJ

„Załącznik nr 6 do Regulaminu organizacyjnego PW”



Legenda:

- podstawowe jednostki organizacyjne
- ogólnouczelniane jednostki organizacyjne
- jednostki organizacyjne administracji centralnej

Nadzór merytoryczny jednostki sprawowany przez:

- Re* – rektora,
- O* – prorektora ds. ogólnych,
- N* – prorektora ds. nauki,
- S* – prorektora ds. studiów,
- R* – prorektora ds. rozwoju,
- T* – prorektora ds. studenckich,
- F* – prorektora ds. Filii.