

Zarządzenie nr 154 /XV R/2018
Rektora Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu
z dnia 30 listopada 2018 r.

w sprawie zestawów konferencyjnych i materiałów promocyjnych
Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu

Na podstawie art. 23 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2018, poz. 1668) oraz §51 ust. 1 Statutu Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu (załącznik do uchwały nr 1774 Senatu Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu z dnia 31 maja 2017 r.) w zw. z zarządzeniem nr 16/XV R/2013 Rektora Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu z dnia 24 kwietnia 2013 r. w sprawie udostępniania logo Uniwersytetu Medycznego im. Piastów Śląskich we Wrocławiu, zarządza się, co następuje:

§ 1

Jednostką organizacyjną Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu (dalej jako: Uczelnia) odpowiedzialną za przygotowanie i dystrybucję zestawów konferencyjnych i materiałów promocyjnych Uczelni jest Dział Marketingu Uczelni (dalej jako: Dział Marketingu).

§ 2

1. Dział Marketingu przygotowuje zestaw konferencyjny lub materiał promocyjny zgodnie z zamówieniem. Lista materiałów promocyjnych (w tym tzw. prezentów VIP oraz materiałów promocyjnych wchodzących w skład zestawów konferencyjnych) wraz z cenami dostępna jest na stronie internetowej Działu Marketingu.
2. Dział Marketingu ani Uczelnia nie prowadzą sprzedaży zestawów konferencyjnych ani materiałów promocyjnych a jedynie ich dystrybucję na zasadach określonych w niniejszym zarządzeniu.
3. Dział Marketingu prowadzi dystrybucję zestawów konferencyjnych i materiałów promocyjnych wyłącznie na rzecz jednostek organizacyjnych Uczelni, studentów, organizacji studenckich i kół naukowych Uczelni oraz rady doktorantów Uczelni.

Uczelnia nie prowadzi dystrybucji zestawów konferencyjnych i materiałów promocyjnych na rzecz innych podmiotów niż wymienione w niniejszym zarządzeniu.

4. W razie zapotrzebowania na inne niż wymienione na stronie internetowej materiały promocyjne należy skontaktować się z Działem Marketingu w celu ustalenia kosztu (ceny) takich materiałów oraz możliwości ich przygotowania i dostarczenia w określonym terminie.
5. Zamówienia zestawów konferencyjnych z przeznaczeniem na inne cele niż wskazane w § 3 – § 6 oraz zamówienia materiałów promocyjnych dokonuje się według zasad określonych w § 7 i § 8.
6. Pisemne zamówienie na zestawy konferencyjne i materiały promocyjne należy zgłosić do Działu Marketingu. W przypadku, gdy zamówienie dotyczy zestawów konferencyjnych i/lub materiałów promocyjnych, które w dacie składania zamówienia znajdują się na stanie Działu Marketingu ich wydanie nastąpi w terminie nie dłuższym niż 3 dni robocze – w pozostałych przypadkach zamówienie zostanie zrealizowane w ciągu miesiąca od daty złożenia pisemnego zamówienia.
7. Każdy projekt materiału promocyjnego, uwzględniający logotyp Uczelni, wraz z opisem parametrów projektu w zakresie logo Uczelni, musi posiadać pisemną akceptację kierownika Działu Marketingu – dotyczy to także sytuacji, gdy materiały promocyjne są zamawiane samodzielnie, tj. bez udziału Działu Marketingu. Akceptacja kierownika Działu Marketingu nie zwalnia z obowiązku stosowania się do zasad udostępniania logo Uczelni, wynikających z aktów wewnętrznych Uczelni.

Zestawy konferencyjne

§ 3

Postanowienia ogólne

1. Zestaw konferencyjny obejmuje: teczkę papierową, torbę papierową, długopis, smycz, notatnik – wszystko z logotypem Uczelni.
2. Zamówienie zestawu konferencyjnego, na formularzu stanowiącym odpowiedni załącznik do niniejszego zarządzenia, należy wysłać na adres e-mail: marketing@umed.wroc.pl.

§ 4

Zestawy konferencyjne dla jednostek organizacyjnych w ramach Wydziałów / Wydziałów

1. W każdym roku akademickim, każdemu Wydziałowi przysługuje 300 zestawów konferencyjnych (dalej w § 4 jako: bezpłatne zestawy konferencyjne), finansowanych z kosztów bieżących Działu Marketingu. Zestawy te mogą być wykorzystane tylko w ramach organizowanych przez Wydział lub jego jednostkę organizacyjną (dalej jako: organizator) spotkań, warsztatów, konferencji, jubileuszów i innych wydarzeń o podobnym charakterze - jako materiały promocyjne Uczelni.
2. Decyzję o przekazaniu bezpłatnych zestawów konferencyjnych organizatorowi wydarzenia, o którym mowa w ust. 1, oraz o ich liczbie, podejmuje Dziekan Wydziału, w ramach którego dane wydarzenie jest organizowane.
3. W razie braku zgody na wydanie bezpłatnych zestawów konferencyjnych oraz w razie wyczerpania przysługujących Wydziałowi bezpłatnych zestawów konferencyjnych Dziekan może wyrazić zgodę na wydanie zestawów konferencyjnych finansowanych z budżetu Wydziału lub z innych środków – na przykład środków sponsorskich lub kosztów projektu; nie mogą to być środki ogólne w ramach budżetu Kanclerza.
4. W przypadku zgody Dziekana na wydanie zestawów konferencyjnych finansowanych z innych środków, o których mowa w ust. 3, organizator musi wskazać źródło finansowania zamówienia oraz uzyskać na druku zamówienia pisemne potwierdzenie ich wydatkowania na ten cel ze strony dysponenta środków.
5. Obciążenie kosztami wydanych zestawów konferencyjnych nastąpi zgodnie ze źródłem finansowania.
6. Po złożeniu do Działu Marketingu pisemnego zamówienia na zestawy konferencyjne organizator kontaktuje się z Działem Marketingu w celu odebrania zestawów.
7. Wzór zamówienia zestawów konferencyjnych dla jednostek organizacyjnych Wydziału / Wydziału stanowi załącznik nr 1 do zarządzenia.

§ 5

Zestawy konferencyjne dla jednostek ogólnouczelnianych

1. W każdym roku akademickim, jednostkom ogólnouczelnianym przysługuje 100 zestawów konferencyjnych (dalej w § 4 jako: bezpłatne zestawy konferencyjne), finansowanych z kosztów bieżących Działu Marketingu.

2. Jednostki ogólnouczelniane składają pisemne zamówienie o wydanie zestawów konferencyjnych do Działu Marketingu po uprzednim uzyskaniu zgody właściwego merytorycznie dla tej jednostki Prorektora.
3. Zgoda Prorektora na wydanie zestawów konferencyjnych musi zawierać wskazanie czy zestawy te mają być wydane przez Dział Marketingu jako płatne czy bezpłatne zestawy konferencyjne. W przypadku zgody Prorektora na wydanie płatnych zestawów konferencyjnych zamawiający zestawy konferencyjne musi wskazać źródło finansowania (na przykład ze środków sponsorskich lub kosztów projektu; nie mogą to być środki ogólne w ramach budżetu Kanclerza), potwierdzone co do ich wydatkowania na ten cel przez dysponenta środków.
4. Obciążenie kosztami wydanych zestawów konferencyjnych nastąpi zgodnie ze źródłem finansowania.
5. Po złożeniu zamówienia na wydanie zestawów konferencyjnych jednostka ogólnouczelniana kontaktuje się z Działem Marketingu celem odebrania zestawów.
6. Wzór zamówienia na zestawy konferencyjne dla jednostek ogólnouczelnianych stanowi załącznik nr 2 do zarządzenia.

§ 6

Zestawy konferencyjne

dla studentów, organizacji studenckich, kół naukowych i rady doktorantów

1. W każdym roku akademickim Dział Marketingu przeznacza do dyspozycji Prorektora ds. Dydaktyki zestawy konferencyjne finansowane z kosztów bieżących Działu Marketingu (dalej w § 6 jako: bezpłatne zestawy konferencyjne) z przeznaczeniem na organizację spotkań, warsztatów, konferencji, jubileuszów i innych wydarzeń o podobnym charakterze - jako materiały promocyjne Uczelni, przez:
 - studentów, organizacje studenckie oraz koła naukowe – łącznie w liczbie 300 sztuk,
 - radę doktorantów – 100 sztuk.
2. Decyzję o przekazaniu bezpłatnych zestawów konferencyjnych, o których mowa w ust. 1, na dany cel oraz o ich liczbie podejmuje Prorektor ds. Dydaktyki.
3. W przypadku wyczerpania przysługujących studentom, organizacjom studenckim, kołom naukowym i radzie doktorantów (dalej w § 6 jako organizator), darmowych zestawów konferencyjnych lub braku zgody Prorektora ds. Dydaktyki na wydanie darmowych zestawów konferencyjnych organizator może zamówić płatne zestawy konferencyjne – w zamówieniu organizator musi wskazać źródło finansowania potwierdzone przez dysponenta środków; decyzją Dziekana danego Wydziału mogą to być środki tego

Wydziału lub inne, na przykład sponsorskie lub w ramach kosztów projektu; nie mogą to być środki ogólne w ramach budżetu Kanclerza.

4. W przypadku zgody Prorektora ds. Dydaktyki na wydanie płatnych zestawów konferencyjnych organizator musi wskazać źródło finansowania (na przykład ze środków sponsorskich lub kosztów projektu; nie mogą to być środki ogólne w ramach budżetu Kanclerza), potwierdzone co do ich wydatkowania na ten cel przez dysponenta środków.
5. Po złożeniu pisemnego zamówienia do Działu Marketingu organizator kontaktuje się z Działem Marketingu w celu odebrania zestawów konferencyjnych.
6. Obciążenie kosztami wydanych zestawów konferencyjnych nastąpi zgodnie ze źródłem finansowania.
7. Wzór zamówienia na zestawy konferencyjne dla studentów, organizacji studenckich, kół naukowych i rady doktorantów stanowi załącznik nr 3 do zarządzenia.

Materiały promocyjne

§ 7

1. Zamówienie na materiały promocyjne, z zastrzeżeniem § 8, na formularzu stanowiącym załącznik do niniejszego zarządzenia, należy dostarczyć do Działu Marketingu, ze wskazaniem: przeznaczenia, rodzaju, liczby oraz kosztu zamawianych materiałów promocyjnych oraz źródła ich finansowania, potwierdzonego przez dysponenta środków.
2. Obciążenie kosztami wydanych materiałów promocyjnych nastąpi zgodnie ze wskazanym źródłem finansowania.
3. Po złożeniu pisemnego zamówienia do Działu Marketingu zamawiający kontaktuje się z Działem Marketingu w celu odebrania materiałów promocyjnych.
4. Wzór zamówienia na materiały promocyjne stanowi załącznik nr 4 do zarządzenia.

§ 8

1. Kierownik Działu Marketingu może podjąć decyzję o wydaniu materiałów promocyjnych finansowanych z kosztów bieżących Działu Marketingu z pominięciem procedury, o której mowa w § 7.
2. W przypadku, o którym mowa w ust. 1, gdy zamówienie na materiały promocyjne nie przekracza kwoty 1 000 zł brutto, Kierownik Działu Marketingu podejmuje decyzję o wydaniu materiałów promocyjnych samodzielnie, pod warunkiem, że cel przeznaczenia odpowiada promocji Uczelni w ramach szeroko rozumianej współpracy z otoczeniem zewnętrznym Uczelni.
3. W przypadku, gdy koszt materiałów, o których mowa w ust. 1, byłby wyższy niż kwota 1000 zł brutto decyzję o wydaniu materiałów promocyjnych bez złożenia zamówienia,

o którym mowa w § 7, podejmuje Kierownik Działu Marketingu po uprzednio uzyskanej pozytywnej opinii Prorektora ds. Rozwoju Uczelni oraz zgodzie Kanclerza.

4. Wydanie materiałów promocyjnych w trybie, o którym mowa w ust. 1, następuje na podstawie e-maila skierowanego na adres: marketing@umed.wroc.pl, określającego rodzaj, ilość i sposób wykorzystania materiałów promocyjnych. W przypadku, o którym mowa w ust. 3 Kierownik Działu Marketingu przesyła otrzymanego e-maila do Prorektora ds. Rozwoju Uczelni z prośbą o opinię a po uzyskaniu pozytywnej opinii Prorektora ds. Rozwoju Uczelni kieruje zapytanie do Kanclerza o wyrażenie zgody na wydatkowanie środków na wskazany cel z kosztów bieżących Działu Marketingu.
5. Rozdysponowanie środków z przeznaczeniem na cel, o którym mowa w ust. 1, będzie odbywać się w ramach limitu wynikającego z planu rzeczowo – finansowego Uczelni na dany rok.
6. Dział Marketingu prowadzić będzie rejestr wszystkich wydanych materiałów.

§ 9

Zarządzenie zawiera następujące załączniki:

- | | |
|----------------|---|
| Załącznik nr 1 | Wzór zamówienia zestawów konferencyjnych dla jednostek organizacyjnych Wydziału / Wydziału, |
| Załącznik nr 2 | Wzór zamówienia zestawów konferencyjnych dla jednostek ogólnouczelnianych, |
| Załącznik nr 3 | Wzór zamówienia zestawów konferencyjnych dla studentów, organizacji studenckich, kół naukowych i rad doktorantów, |
| Załącznik nr 4 | Wzór zamówienia na materiały promocyjne. |

§ 10

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

Rektor

Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu

prof. dr hab. Marek Ziętek