

Zarządzenie Nr 162/2024

Rektora Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego w Szczecinie
z dnia 31 października 2024 r. w sprawie zmiany Regulaminu
Organizacyjnego Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego
w Szczecinie

Na podstawie art. 23 ust. 2 i 3 ustawy dnia 20 lipca 2018r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2024 r. poz. 1571) oraz §5 ust. 2 Regulaminu Organizacyjnego Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego w Szczecinie oraz stanowiącego załącznik do Zarządzenia Nr 103/2019 z dnia 13 września 2019 r., zarządzam, co następuje:

§1

W Regulaminie organizacyjnym Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego w Szczecinie, który stanowi załącznik do Zarządzenia Nr 103/2019 dokonuję następujących zmian:

- 1) tworzę stanowisko pn.: samodzielne stanowisko ds. marketingu i komunikacji społecznej;
- 2) ustaliam następujący zakres zadań samodzielnego stanowiska ds. marketingu i komunikacji społecznej:
 - a) opracowywanie i wdrażanie planu działań w zakresie komunikacji społecznej, public relations i marketingu Uniwersytetu,
 - b) planowanie i opracowywanie założeń kampanii marketingowych, projektów, programów, zadań z zakresu komunikacji społecznej i marketingowej,
 - c) opracowywanie strategii brandingu Uniwersytetu,
 - d) współpraca z Działem Promocji i Informacji w zakresie lit. a) do c);
- 3) ustaliam merytoryczną podległość samodzielnego stanowiska ds. marketingu i komunikacji społecznej pod Rektora.

§2

W związku ze zmianami określonymi w §1 w tekście Regulaminu Organizacyjnego Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego w Szczecinie, ustalonego Zarządzeniem Nr 103/2019 wprowadzam następujące zmiany:

- 1) w §53 ust. 1 po pkt. 6b dodaje się pkt. 6c o treści:

„6c) samodzielne stanowisko ds. marketingu i komunikacji społecznej”;

2) po §59b dodaje się §59c o treści:

„§59c

Samodzielne stanowisko ds. marketingu i komunikacji społecznej
Samodzielne stanowisko ds. marketingu i komunikacji społecznej
w szczególności:

- 1) opracowuje i wdraża plan działań w zakresie komunikacji społecznej, public relations i marketingu Uniwersytetu,
- 2) planuje i opracowuje założenia kampanii marketingowych, projektów, programów, zadań z zakresu komunikacji społecznej i marketingowej,
- 3) opracowuje strategię brandingową Uniwersytetu,
- 4) współpracuje z działem promocji i informacji w zakresie pkt. 1-3.

§3

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem 1 listopada 2024 r.

prof. dr hab. Leszek Domański
Rektor PUM