

Regulamentul de Marketing și Relații Publice al Universității „Lucian Blaga” din Sibiu

Capitolul I Dispoziții generale

Art. 1 Toate formele și instrumentele de comunicare care utilizează numele și marca Universității „Lucian Blaga” din Sibiu și sunt plătite din fondurile universității sau fonduri administrate printr-un cont al universității și au ca destinație de distribuție campusul ULBS și exteriorul ULBS sunt supuse Regulamentului de Marketing și Relații Publice al ULBS.

Art. 2 Prezentul regulament se aplică tuturor entităților ULBS, angajaților ULBS, studenților ULBS, asociațiilor studențești din cadrul ULBS și colaboratorilor ULBS (agenți economici, organizații, mass-media, etc) care utilizează numele și marca ULBS.

Art. 3 Toate formele și instrumentele de comunicare ce se încadrează la Art. 1 vor fi conforme cu Manualul de Identitate al ULBS.

Art. 4 Toate tipurile de comunicare ce se încadrează la Art. 1 vor fi auditate de către Departamentul Integrat de Comunicații și Marketing (DICM).

Art. 5 Sensul termenilor de specialitate utilizați în prezentul regulament este prevăzut în anexa 1.

Capitolul II Responsabilitățile Departamentului Integrat de Comunicații și Marketing

Art. 6 Responsabilul de marketing din cadrul Departamentului Integrat de Comunicații și Marketing (DICM) elaborează strategia de marketing și de marcă, programul și planul de marketing, bugetul de marketing materiale promoționale și calendarul de evenimente al ULBS.

Art. 7 Responsabilul de design din cadrul DICM elaborează materiale promoționale, concepte publicitare, machete, etc.

Art. 8 Responsabilul de relații publice din cadrul DICM este responsabil de păstrarea și menținerea relațiilor cu mass-media, prin intermediul declarațiilor și comunicatelor de presă, îndeplinește rolul de purtător de cuvânt al ULBS în situații specifice, etc.

Art. 9 DICM elaborează strategia de marcă și Manualul de Identitate al ULBS.

Art. 10 DICM inițiază și gestionează gradul de acoperire/reprezentativitate în presă a evenimentelor și campaniilor ULBS, programează conferințe de presă și se consultă cu facultățile, departamentele, centrele și personalul ULBS cu privire la potențialele știri și la oportunități mass-media.

Art. 11 DICM intermediază / furnizează servicii de realizare ale materialelor publicitare (creație publicitară - concept și realizare).

Art. 12 DICM este responsabil pentru dezvoltarea stilului, a standardelor și a procedurilor de revizuire pentru toate materialele scrise și în format electronic generate de către entitățile ULBS.

Art. 13 Directorul Departamentului Integrat de Comunicații și Marketing este responsabil de gestionarea politicii de comunicare a ULBS, împreună cu Biroul de Marketing și Biroul de Relații Publice.

Art. 14 DICM este responsabil de acreditarea terților și a colaboratorilor mass-media în cadrul ULBS.

Capitolul III **Marca și însemnele ULBS**

Art. 15 Marca și logo-urile ULBS sunt exclusiv proprietatea ULBS, în conformitate cu documentele de identitate ULBS depuse și înregistrate la Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci.

Art. 16 DICM este singura entitate a ULBS care concepe, realizează și/sau modifică însemnele ULBS. Acestea sunt aprobate de către conducerea ULBS și apoi înregistrate la Oficiul de Stat pentru Invenții și Mărci.

Art. 17 Persoanele fizice sau juridice care doresc să utilizeze marca ULBS în scopuri comerciale sau de informare trebuie să primească aprobarea DICM, care va emite o licență de folosire a mărcii ULBS, cu stipularea anumitor condiții și fără drept de exclusivitate.

Capitolul IV **Promovare**

Art. 18 Promovarea prin publicitate a ULBS este asigurată de DICM conform bugetului de marketing aprobat pe anul în curs. Orice activitate suplimentară de promovare a entităților academice sau administrative din cadrul ULBS trebuie aprobată de DICM.

Art. 19 Toate imprimările și materialele promoționale ULBS care se vor achiziționa din fondurile ULBS vor fi auditate de DICM, conform bugetului anual de marketing aprobat de Senatul ULBS.

Art. 20 DICM este responsabil de realizarea imprimatelor și a materialelor promoționale. Orice entitate ULBS care dorește să beneficieze de aceste servicii oferite de DICM are obligația de a completa formularul de comandă (brief-ul) disponibil pe site-ul ULBS.

Art. 21 Personalul DICM nu are nevoie de aprobări de la alte entități din cadrul ULBS pentru lipirea sau distribuția materialelor promoționale (flyere, afișe, broșuri, etc) în spațiile ULBS. De asemenea, este interzisă dezlipirea sau acoperirea cu alte materiale promoționale a materialelor promoționale ULBS, până la termenul de o zi după încheierea evenimentului promovat.

Capitolul V **Publicitate. Acreditarea părților**

Art. 22 Orice entitate care dorește promovarea produselor sau serviciilor proprii pe diferite suporturi sau în cadrul diferitelor evenimente, manifestații culturale, concursuri sau alte activități organizate în cadrul ULBS, trebuie să obțină acreditarea temporară din partea ULBS prin intermediul DICM. Această acreditare trebuie obținută indiferent dacă evenimentul, manifestarea etc. este organizat/ sponsorizat sau nu de către ULBS.

Art. 23 Orice entitate din cadrul ULBS care dorește să închirieze spațiul de publicitate unor terți trebuie să primească aprobarea DICM, acesta emițând acreditări temporare în acest sens.

Art. 24 Acreditările emise de DICM au exclusiv caracter temporar și nu au caracter de exclusivitate. DICM își rezervă dreptul ca, în funcție de natura și amploarea promovării, să furnizeze acreditarea contra cost.

Art. 25 Excepție de la Art. 24 fac organizațiile non-profit, evenimetele caritabile și entitățile care au contracte de colaborare în acest sens cu ULBS.

Art. 26 Publicitatea nu este admisă în materialele care se adresează strict studiului academic (de exemplu manuale, suporturi de curs, cărți etc.)

Art. 27 Cererea de acreditare se face către DICM și trebuie însoțită de exemple de materiale ce vor fi folosite în cadrul contextul specificat în Art. 22.

Art. 28 DICM își rezervă dreptul de a nu oferi acreditarea în cazul în care nu au fost întrunite reglementările din cadrul Regulamentului de Marketing și Relații Publice sau în cazul în care se consideră că nu este benefică intereselor ULBS.

Art. 29 DICM își rezervă dreptul de a retrage acreditarea oferită în cazul în care nu se respectă prevederile prezentului regulament sau ale Manualului de Identitate al ULBS.

Capitolul VI Presa

Art. 30 Toate comunicările oficiale privind ULBS către mass-media, se vor face prin intermediul DICM.

Art. 31 DICM este singura entitate care crează și menține legătura dintre ULBS și mass-media locală și națională. Mijloacele de comunicare includ, dar nu se limitează la, următoarele:

- (1) ZiarePosturi radio
- (2) Posturi de televiziune
- (3) Reviste
- (4) Publicații de nișă
- (5) Publicații pe Internet
- (6) Pagini specializate pe Internet
- (7) Pagina proprie de Internet
- (8) Mijloace outdoor
- (9) Evenimente
- (10) Proiecte speciale etc.

Capitolul VII Dreptul de autor

Art. 32 Toți angajații ULBS și oricare alte persoane implicate în activități legate de universitate sau care utilizează baza materială a universității trebuie să se conformeze politicii privind drepturile de autor prevăzută în Carta Universitară și să se supună legilor în rigoare , prin obținerea permisiunii de la persoane autorizate în acest sens ori de câte ori este necesar.

Art. 33 Toate informațiile care sunt publicate pe site-urile entităților ULBS sunt proprietate ULBS. Republicarea acestor informații nu este permisă fără acordul DICM.

Art. 34 Preluarea de informații/date din studiile și cercetările realizate de DICM este posibilă doar cu acordul DICM și menționând sursa.

Capitolul VIII Instrumente de comunicare

Art. 35 Sunt definite ca și instrumente de comunicare următoarele:

- (1) Publicații, republicarea sau publicarea revizuită a unor publicații anterioare
- (2) Publicații produse prin mijloace de desktop publishing
- (3) Imprimare promoționale și alte articole de merchandising
- (4) Clipuri publicitare, scurt-metraje, documentare
- (5) Articole de papetărie, inclusiv cărțile de vizită
- (6) CD-uri, DVD-uri cu și despre ULBS
- (7) Pagini de Internet
- (8) Evenimente
- (9) Marketing direct

Art. 36 În cazul în care următoarele materiale nu poartă marca ULBS, ele nu se supun Regulamentului de Marketing și Relații Publice al ULBS:

- (1) Materiale educaționale produse pentru utilizarea în cadrul cursurilor
- (2) Materiale produse pentru publicații și prezentări științifice
- (3) Anunțuri de angajare
- (4) Materiale produse de asociațiile studențești
- (5) Corespondența

Capitolul IX **Pagini oficiale de Internet**

Art. 37 Paginile de Internet ale ULBS sunt considerate oficiale atunci când sunt publicate de universitatea însăși, facultățile, centrele, departamentele ULBS și orice altă entitate administrativă sau academică din cadrul ULBS.

Art. 38 Paginile oficiale de Internet ale entităților ULBS trebuie să fie conforme cu Manualul de identitate al ULBS.

Art. 39 Toate informațiile prezentate pe paginile oficiale de Internet ale entităților ULBS trebuie:

- (1) să fie corecte și reale din punct de vedere al conținutului;
- (2) să fie reactualizate ori de câte ori este nevoie;
- (3) să se conformeze cu toate dispozițiile legale care reglementează drepturile de proprietate intelectuală și drepturile de autor, de calomnie și de confidențialitate;
- (4) să nu încalce nicio regulă și niciun regulament ULBS și să respecte politicile ULBS reglementate prin documente oficiale;

Art. 40 Entitățile administrative și academice ale ULBS sunt responsabile de realizarea și actualizarea paginilor de Internet proprii precum și să se asigure că toate informațiile care îi privesc și sunt publicate pe paginile de Internet oficiale ale ULBS sunt corecte, actuale și aderă la politicile ULBS.

Art. 41 Exceptând articolele de merchandising aprobate de ULBS, vânzarea de bunuri și servicii este interzisă pe toate paginile oficiale de internet ale ULBS.

Art. 42 DICM își rezervă dreptul de a înlătura orice conținut care denigrează imaginea ULBS sau nu este benefic intereselor ULBS.

Capitolul X **Sanctiuni**

Art. 43 Utilizarea numelui și însemnelor ULBS în promovarea intereselor personale ale unei persoane sau în exprimarea opiniilor politice este strict interzisă și se pedepsește conform Cartei Universitare și a legilor în vigoare.

Art. 44 Orice comunicare venită din partea unui angajat sau entitate a ULBS ce nu este exprimată prin intermediul DCIM sau a purtătorului de cuvânt oficial al ULBS nu reprezintă o poziție oficială a ULBS și drept urmare nu va fi recunoscută ca atare.

Art. 45 Încălcarea dreptului de autor se va sancționa conform Cartei Universitare și a legilor în vigoare.

Art. 46 Entitățile ULBS care refuză să pună la dispoziție informațiile necesare bunei desfășurări a activității de comunicare și marketing vor fii sancționate conform Cartei Universitare.

Capitolul XI

Dispoziții finale

Art. 47 Prezentul regulament este aprobat în ședința Senatului ULBS din data de 22.01.2010 și intră în vigoare la data de 23.01.2010 .

Art. 48 DICM își rezervă dreptul de a aduce modificări asupra acestui regulament fără anunțarea în prealabil a utilizatorilor, prin aprobarea noului regulament de către Senatul ULBS