

Procedura produkcji i opiniowania materiałów promocyjnych w Akademii Muzycznej im. I.J. Paderewskiego w Poznaniu

1. Cel procedury

Zapewnienie spójności, jakości oraz zgodności materiałów promocyjnych z misją, wizją i strategią AMP, a także efektywne zarządzanie procesem ich tworzenia i akceptacji.

2. Zakres procedury

Procedura obejmuje tworzenie, opiniowanie i zatwierdzanie materiałów promocyjnych, takich jak filmy, krótkie anonsy czy tzw. rolki, z uwzględnieniem ich treści merytorycznej i wizerunkowej. Niezbędne jest uwzględnienie zarówno aspektów merytorycznych, jak i wizerunkowych.

3. Struktura odpowiedzialności

- **Specjalista ds. promocji:** odpowiedzialny za przygotowanie materiałów promocyjnych.
- **Prorektor ds. projektów badawczych, promocji ewaluacji uczelni** nadzoruje działania promocyjne i opiniuje wybrane materiały.
- **Kolegium rektorskie:** uczestniczy w procesie akceptacji materiałów o szczególnym znaczeniu lub potencjalnym wpływie na wizerunek uczelni.

4. Kategoryzacja materiałów promocyjnych

- **Materiały standardowe:** np. ogłoszenia o koncertach czy wydarzeniach, które nie wymagają szerokiej akceptacji.
- **Materiały niestandardowe:** np. filmy z elementami fabularnymi, operujące np. żartem czy ironią, które wymagają szerszego procesu opiniowania.

5. Procedura tworzenia i akceptacji materiałów

a. Inicjatywa

- Inicjatywa może wychodzić od pedagogów uczelni lub Kierownika Katedry, Dyrektora Instytutu lub innej jednostki organizacyjnej.
- Specjalista ds. promocji identyfikuje potrzebę stworzenia materiału promocyjnego (przyjmuje zamówienie).

b. Przygotowanie materiału

- Specjalista ds. promocji opracowuje wstępną wersję materiału, dbając o zgodność z wytycznymi uczelni.
- Specjalista ds. promocji przygotowuje materiał w porozumieniu z jednostką zamawiającą i przekazuje do opiniowania po autoryzacji materiału przez tę jednostkę (Katedrę, pedagoga).

c. Opiniowanie

- **Materiały standardowe:** są przeglądane i zatwierdzane przez specjalistę ds. promocji lub bezpośredniego przełożonego.
- **Materiały niestandardowe:** po wstępnej akceptacji przez specjalistę ds. promocji, przekazywane są do prorektora ds. promocji. W razie potrzeby, prorektor konsultuje materiał z Kolegium rektorskim.

d. Kolaudacja

- W przypadku materiałów niestandardowych, po akceptacji przez prorektora ds. promocji i ewentualnych konsultacjach z Kolegium rektorskim, materiał jest finalizowany i przygotowywany do publikacji.

e. Publikacja

- Po uzyskaniu wszystkich niezbędnych akceptacji, materiał jest publikowany na odpowiednich kanałach komunikacyjnych uczelni.

6. Terminy i harmonogram

- **Materiały standardowe:** powinny być zgłaszane i akceptowane z co najmniej 7-dniowym wyprzedzeniem przed planowaną publikacją.
- **Materiały niestandardowe:** ze względu na bardziej rozbudowany proces opiniowania, powinny być zgłaszane z co najmniej 21-dniowym wyprzedzeniem.

7. Dokumentacja

Wszystkie etapy procesu powinny być odpowiednio dokumentowane, w tym:

- Wnioski o przygotowanie materiałów promocyjnych.
- Notatki z opiniowania i kolaudacji.
- Finalne wersje materiałów wraz z datami publikacji.

8. Uwagi końcowe

Procedura powinna być regularnie przeglądana i aktualizowana, aby dostosować ją do zmieniających się potrzeb uczelni oraz dynamicznego środowiska medialnego.