

Zasady zamawiania i dystrybucji materiałów promocyjnych w Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu

§ 1

DEFINICJE

1. Ilekroć w dalszej części zasad będzie mowa o:

- 1) Uczelni – należy przez to rozumieć Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu;
- 2) SIW – System Identyfikacji Wizualnej Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu wprowadzony Zarządzeniem nr 165/2020 Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu z dnia 1 października 2020 r., z późn. zm. będący zestawem zasad i norm korzystania z elementów identyfikacji wizualnej Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu (UEW) wykorzystywanych, m.in. na materiałach promocyjnych, folderach, banerach, reklamach zewnętrznych;
- 3) pracownikowi – należy przez to rozumieć osobę zatrudnioną w ramach stosunku pracy w Uczelni;
- 4) zasadach – należy przez to rozumieć niniejsze zasady zamawiania i dystrybucji materiałów promocyjnych w Uczelni;
- 5) jednostce organizacyjnej lub jednostce – należy przez to rozumieć jednostkę lub komórkę organizacyjną Uczelni określoną w Regulaminie organizacyjnym;
- 6) kierownikowi jednostki – należy przez to rozumieć kierownika jednostki lub komórki organizacyjnej Uczelni określonej w Regulaminie organizacyjnym;
- 7) studentach – należy przez to rozumieć studentów Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu;
- 8) zamawiającym – należy przez to rozumieć jednostkę organizacyjną Uczelni;
- 9) magazynie – należy przez to rozumieć magazyn usytuowany w bud. B/B przy ul. Kamiennej 61/63;
- 10) materiałach promocyjnych – należy przez to rozumieć zestawy konferencyjne, gadżety firmowe i okolicznościowe;
- 11) katalogu materiałów promocyjnych – lista materiałów promocyjnych zamieszczona na stronie internetowej Centrum Promocji: www.ue.wroc.pl/centrum_promocji;
- 12) dokumencie RW – należy przez to rozumieć druk potwierdzający wewnętrzne pobranie materiałów z Magazynu na potrzeby jednostki organizacyjnej Uczelni;
- 13) CP – należy przez to rozumieć Centrum Promocji;
- 14) DZP – należy przez to rozumieć Dział Zamówień Publicznych;
- 15) DZL – należy przez to rozumieć Dział Zakupów i Logistyki;
- 16) umowie – należy przez to rozumieć umowę na dostawy materiałów promocyjnych podpisaną

przez Uczelnię;

2. W przypadku braku zdefiniowania pojęcia użytego w niniejszych zasadach w punkcie pierwszym powyżej pojęcia mają znaczenie takie jakie nadano mu w Regulaminie Organizacyjnym Uczelni.
3. Przepisy o zasadach zamawiania i dystrybucji materiałów promocyjnych dotyczące jednostek organizacyjnych stosuje się odpowiednio do Samorządu Studenckiego i organizacji studenckich.

§ 2

ZASADY OGÓLNE

1. Jednostki organizacyjne Uczelni, Samorząd Studencki oraz organizacje studenckie działające w Uczelni, mają obowiązek zapoznania się z niniejszymi zasadami i działania zgodnie z nimi.
2. Zakup zrealizowany niezgodnie z niniejszymi zasadami traktowany będzie jako zakup prywatny i skutkować będzie koniecznością poniesienia wydatków przez osobę, która dokonała tego zakupu.
3. Materiały promocyjne zgodnie z niniejszymi zasadami winny być używane wyłącznie do realizacji zadań jednostek organizacyjnych Uczelni.

§ 3

ZAMAWIANIE MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH

1. Centrum Promocji na początku roku kalendarzowego przygotowuje listę materiałów promocyjnych planowanych do zakupu w ramach umów będących wynikiem postępowań prowadzonych przez DZP oraz publikuje ją w postaci katalogu materiałów promocyjnych na stronie internetowej Uczelni po zawarciu tychże umów.
2. W przypadku konieczności zakupu materiałów promocyjnych nie ujętych w katalogu materiałów promocyjnych należy się skontaktować bezpośrednio z CP w celu ustalenia kosztu (ceny) takich materiałów oraz możliwości ich przygotowania i dostarczenia w określonym terminie. Zamówienie zostanie zrealizowane po ustaleniu terminu z dostawcą produktu, z uwzględnieniem ewentualnej konieczności przeprowadzenia postępowania zgodnie z Regulaminem udzielania zamówień publicznych obowiązującym w Uczelni.
3. W przypadku konieczności umieszczenia na danym materiale promocyjnym dodatkowego logo, oprócz uczelnianego, należy się skontaktować z Centrum Promocji, w celu otrzymania akceptacji projektu graficznego. Powyższe dotyczy również odpowiednich logotypów zamieszczanych zgodnie ze stosownymi wytycznymi w zakresie informacji i promocji projektów dofinansowanych ze środków Unii Europejskiej.
4. W sytuacji, gdy materiały promocyjne z przyczyn obiektywnych muszą zostać zakupione niezwłocznie, jednostka – wyłącznie po uzyskaniu wcześniejszej akceptacji dyrektora Centrum Promocji – może dokonać zakupu samodzielnie.
5. Materiały promocyjne z logo Samorządu Studenckiego lub innych organizacji studenckich muszą także zawierać logo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu i każdorazowo ich zakup musi posiadać pisemną akceptację dysponenta budżetu, tj. Prorektora ds. Studenckich i Kształcenia.

6. Każda realizacja graficzna wykorzystująca SIW musi uzyskać akceptację wyznaczonego pracownika Centrum Promocji.

§ 4

DYSTRYBUCJA MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH

1. Materiały promocyjne zamawiający pobierają z magazynu pod warunkiem posiadania środków finansowych w budżecie jednostki, za co odpowiedzialność ponosi dysponent budżetu.
2. Pobieranie materiałów z magazynu odbywa się na podstawie prawidłowo wypełnionych dokumentów RW zaakceptowanych zgodnie z Zarządzeniem Rektora nr 165/2020 z 1 października 2020 r. w sprawie akceptacji wniosków o zgodę na wydatek.
3. Dokumenty RW, które finansowane są ze środków subwencji przekazanych na wydziały, budżetów projektów nadzorowanych przez Centrum Obsługi Badań Naukowych (COBN), funduszu badań naukowych i komercjalizacji ich wyników w dyscyplinach prowadzonych w Uczelni oraz z funduszu badań naukowych dla doktorantów i studentów, przed ich przyjęciem do realizacji wymagają potwierdzenia dostępności środków przez COBN oraz uzyskania akceptacji właściwego decydenta.

§ 5

WYDAWANIE MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH

1. Za prawidłowe przechowywanie i wydawanie materiałów promocyjnych z Magazynu odpowiedzialny jest Dział Zakupów i Logistyki.
2. Wydawanie materiałów promocyjnych z magazynu na podstawie zatwierdzonych dokumentów RW odbywa się od poniedziałku do piątku w godzinach od 11.00 do 13.00.
3. Magazyn zaopatruje jednostki organizacyjne Uczelni w obowiązujące druki RW.

§ 6

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Zasady obejmują wszystkie jednostki organizacyjne Uczelni, pracowników i studentów.
2. W sprawach nieuregulowanych w niniejszych zasadach decyzje podejmuje Prorektor ds. Finansów i Rozwoju, który jednocześnie sprawuje ogólny nadzór nad wdrożeniem i przestrzeganiem określonych zasad.