ALGTEKST-TERVIKTEKST

Kinnitatud kantsleri 02.06.2022 korraldusega nr 70

Redaktsiooni jõustumise kuupäev: 03.06.2022

Turunduse ja kommunikatsiooni osakonna struktuur ja ülesannete kirjeldus

1. **Üldsätted**
	1. Käesoleva korraldusega sätestatakse turunduse ja kommunikatsiooni osakonna (edaspidi *osakond*) struktuur ja ülesannete kirjeldus.
	2. Osakond on moodustatud ja tegutseb vastavalt haldus- ja tugistruktuuriüksuste põhimäärusele.
	3. Rektor on määranud osakonna kuulumise kantsleri (edaspidi *vastutusala juht*) vastutusalasse.
	4. Osakonna nimetus inglise keeles on *Marketing and Communications Office*.
2. **Osakonna põhieesmärk**
Osakonna põhieesmärk vastavalt haldus- ja tugistruktuuriüksuste põhimäärusele on ülikooli turunduse ja kommunikatsiooni strateegia loomine ja tegevuskava koostamine, selleks vajalike tegevuste juhtimine, koordineerimine ja elluviimine, brändi, visuaalse identiteedi ja mainet kujundavate tegevuste juhtimine, kaubamärkide arendus ja haldamine, ülikooli e-kanalite (välisveeb, siseportaal, sotsiaalmeedia) arengu juhtimine, ülikooli traditsiooniliste akadeemiliste ja turundussündmuste korraldamine, bränditoodete tarne ja leviku tagamine, sise- ja väliskommunikatsiooni ning meediasuhete koordineerimine ja teostamine, ülikooli esindamine rahvusvahelistes võrgustikes ning üritustel, välissuhtluse ja sellega kaasnevate välisdelegatsioonide vastuvõttude korraldamine.
3. **Osakonna struktuur ja ülesanded**
	1. Osakonna struktuuri kuuluvad eraldi talitustena:
		1. e-kanalite keskus, inglise keeles *Centre of E-Channels;*
		2. kommunikatsiooni keskus, inglise keeles *Centre of Communication*;
		3. rahvusvaheline ürituskorralduse keskus, inglise keeles *Centre of* *International* *Event Management;*
		4. turunduse keskus, inglise keeles *Centre of* *Marketing.*
	2. Osakonnaülesanded tervikuna on ülikooli:
	3.2.1 põhitegevuste ning nende peamiste sihtrühmade turunduse ja kommunikatsiooni juhtimine (õpe, teadus, ettevõtlus, juhtimine, tööandja bränding), tegevuste koordineerimine ja arendamine koostöös teiste struktuuriüksustega; strateegia ja tegevuskavade/meediaplaanide väljatöötamine;
		1. mainekujunduseks vajalikud tugitegevused, sise- ja väliskommunikatsiooni juhtimine, koordineerimine ning arendamine koostöös teiste struktuuriüksustega;
		2. ülikooli traditsiooniliste akadeemiliste ja turundussündmuste korraldamine;
		3. e-kanalite (välis- ja siseveebi, e-poe) sisuloome juhtimine, teiste kanalite nõustamine ühtlustatud kasutajaloogika ning läbiva disainikeele saavutamiseks, et tagada ülikooli terviklik digitaalne fassaad;
		4. e-kanalite haldamine ja arendus **e-kanalite keskuse** koordineerimisel, kes:
			1. selgitab välja struktuuriüksuste ootused ja vajadused välis- ja siseveebi funktsioonide osas ning sõlmib katuskokkulepped kommunikatsiooniks e-kanalites;
			2. planeerib ja kooskõlastab välisveebi disaini ja funktsionaalsuse arendustellimused ning kokkuleppe saavutamisel suunab need teostusesse koostöös arenduspartneritega;
			3. nõustab teiste digikanalite tellimuste loomist ning nende vastavust üldistele nõuetele;
			4. haldab, nõustab ja koolitab välisveebi ning siseportaali haldurite võrgustikku;
			5. haldab välis- ja siseveebi ning e-poe andmekeskkondi (sh Google Analytics, Matomo);
			6. haldab välisveebi Google jaoks optimeerimise keskkonda (SEMRush);
		5. ülikooli keskse sise- ja väliskommunikatsiooni juhtimine ja haldamine **kommunikatsiooni keskuse** koordineerimisel, kes:
			1. koostab kommunikatsiooni strateegia õppe (sh vastuvõtukommunikatsiooni), teaduse, ettevõtluse, rohepöörde, juhtimis- ja tugitegevuste kommunikatsioonivajaduste toetuseks;
			2. kooskõlastab sise- ja väliskommunikatsiooni kesksed vajadused ja ootused ning sõlmib katuskokkulepped kommunikatsiooniks ülikoolisiseste ja -väliste partneritega;
			3. koostab ülikooli kommunikatsiooni keskse meediaplaani, võttes arvesse teaduse fookusteemasid ja strateegilisi eesmärke ning teaduskondade olulisemaid eelistusi;
			4. nõustab ülikooli liikmeskonda kommunikatsioonialastes küsimustes, sealhulgas meediapäringutele vastamises;
			5. planeerib ja korraldab meediasuhtlust, vahendab infot meediale ja ülikooli meediaplaanis määratletud sihtgruppidele (sh pressiteated, uudised ülikooli kodulehel, teema ja info allika pakkumised, päringuvastused, sealhulgas sobivate kõneisikute leidmine, artiklite teemade ja valmisartiklite pakkumine meediale koostöös kõneisikutega);
			6. annab välja ülikooli ajakirja Mente et Manu, vajadusel ka teisi ülikooli tutvustavaid infotrükiseid;
			7. korraldab sisekommunikatsiooni (sh ülikooli töötajate uudiskirja haldamine, siseportaali sisu kontseptsiooni juhtimine, jooksva info ja uudiste vahendamine siseportaali ja teiste kanalite kaudu ülikooli liikmeskonnale);
			8. korraldab kriisikommunikatsiooni (koostöös ülikooli kriisimeeskonnaga ja oluliste partneritega kommunikatsiooni alal);
			9. monitoorib ja analüüsib kokkulepitud sise- ja väliskommunikatsiooni tulemusnäitajaid;
			10. koordineerib rahvusvahelist kommunikatsiooni ja esindab ülikooli rahvusvahelistes võrgustikes;
			11. korraldab ülikooli liikmeskonna kommunikatsioonialast koolitamist;
		6. ürituste korraldamine **rahvusvahelise ürituskorralduse keskuse** koordineerimisel, kes:
			1. korraldab keskseid akadeemilisi ja ülikooli liikmeskonnale suunatud rahvusvahelisi sündmusi;
			2. arendab protokollitegevuste põhimõtteid ja korda;
			3. toetab ülikooli turundustegevusi läbi erinevate turundusürituste korraldamise ja messidel osalemise;
			4. nõustab ülikooli liikmeskonda ürituskorralduslikes küsimustes;
			5. korraldab ülikooli rahvusvaheliste delegatsioonide vastuvõttu ning kaasnevat välissuhtlust;
			6. koordineerib rahvusvaheliste lepingute sõlmimise protsessi, haldab vastavat protokolli ja andmebaasi ning nõustab valdkonna piires ülikooli liikmeskonda;
		7. turundustegevused **turunduse keskuse** koordineerimisel, kes:
			1. koostab turunduse strateegia ja tegevuskava õppe (sh vastuvõtukommunikatsiooni), teaduse, ettevõtluse, rohepöörde, juhtimis- ja tugitegevuste kommunikatsioonivajaduste toetuseks;
			2. hoiab ja arendab ülikooli brändi, alambrände ja identiteeti ning haldab stiiliraamatuid;
			3. haldab ülikooli keskseid kaubamärke ja nõustab nende korrektset kasutamist;
			4. töötab välja loovlahendusi vastavalt turunduse tegevuskavale (sh trükised, reklaamid, roll-upid, bännerid, jm) ja tagab nende leviku ja nähtavuse avalikus ruumis;
			5. töötab välja bränditooted, korraldab nende müügi ülikooli meenepoes ning meenete e-poes;
			6. korraldab koostööd partnerülikoolide ja teiste asutustega (saatkonnad jm) ülikooli õppimisvõimaluste tutvustamiseks;
			7. korraldab ülikooli turundustöötajatele suunatud turundustegevuste alast koolitamist;
			8. monitoorib ja analüüsib turundustegevuste tulemuslikkust.