ALGTEKST-TERVIKTEKST

Kinnitatud korraldusega nr 137

Redaktsiooni jõustumise kuupäev: 30.06.2025

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**  
   2.1 Osakonna põhieesmärk vastavalt haldus- ja tugistruktuuriüksuste põhimäärusele on ülikooli kesksete turunduse ja kommunikatsiooni strateegiate loomine ning tegevuskavade 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 väljatöötamise, tarne ja leviku tagamine, sise- ja väliskommunikatsiooni ning meediasuhete koordineerimine ja teostamine.
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. ürituskorralduse keskus, inglise keeles *Centre of* *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 ja elluviimine koostöös teiste struktuuriüksustega; strateegiate, tegevuskavade ja meediaplaanide väljatöötamine;
      1. mainekujunduseks vajalike tugitegevuste tagamine, keskse sise- ja väliskommunikatsiooni juhtimine, koordineerimine ning arendamine koostöös teiste struktuuriüksustega;
      2. traditsiooniliste akadeemiliste- ja kesksete 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 sisu ja funktsioonide osas ning sõlmib katuskokkulepped kommunikatsiooniks e-kanalites;
         2. planeerib ja kooskõlastab välisveebi, siseveebi ja Trialoogi arendustellimused ning kokkuleppe saavutamisel suunab need teostusesse koostöös arenduspartneritega;
         3. planeerib ja kooskõlastab teiste digitaalsete keskkondade (sh tellitavate veebilehtede) arendustellimused ning kokkuleppe saavutamisel suunab need teostusesse koostöös arenduspartneritega;
         4. nõustab majasiseseid ja -väliseid partnereid kõigi ülikooli domeenil (sh alamdomeenil) paiknevate avalike teenuste ja digitaalsete keskkondade disainiküsimustes, et tagada vastavus ülikooli stiiliraamatule ning digitaalsete keskkondade stiiliraamatule;
         5. koordineerib, nõustab ja koolitab välisveebi ning siseportaali haldurite võrgustikku;
         6. haldab välis- ja siseveebi ning e-poe andmekeskkondi.
      5. ülikooli keskse sise- ja väliskommunikatsiooni juhtimine ja haldamine **kommunikatsiooni keskuse** koordineerimisel, kes:
         1. koostab kommunikatsiooni strateegia õppe (sh vastuvõtukommunikatsiooni), teaduse, ettevõtluse, 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. juhib ja sisustab ülikooli ettevõtlus- ja teadusportaali Trialoog ning levitab infot meediale ning muudele partneritele;
         8. korraldab sisekommunikatsiooni (sh ülikooli töötajate uudiskirja haldamine, jooksva info ja uudiste vahendamine siseportaali ja teiste kanalite kaudu ülikooli töötajatele);
         9. osaleb kriisikommunikatsiooni korraldamises koostöös ülikooli kriisimeeskonnaga;
         10. monitoorib ja analüüsib kokkulepitud sise- ja väliskommunikatsiooni tulemusnäitajaid;
         11. korraldab ülikooli liikmeskonna kommunikatsioonialast koolitamist.
      6. ürituste korraldamine **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.
      7. turundustegevused **turunduse keskuse** koordineerimisel, kes:
         1. koostab keskse turunduse strateegia ja tegevuskavad;
         2. hoiab ja arendab ülikooli brändi, alambrände ja identiteeti ning arendab stiiliraamatut, monitoorib ja analüüsib brändi tuntust ja mainet;
         3. töötab välja loovlahendusi vastavalt turunduse tegevuskavale (sh trükised, reklaamid, roll-upid, bännerid, fotod, videod jm) ja tagab nende leviku ja nähtavuse avalikus ruumis;
         4. töötab välja bränditooted, korraldab nende müügi ülikooli meenepoes ning meenete e-poes;
         5. korraldab koostööd partnerülikoolide ja teiste asutustega (saatkonnad jm) ülikooli rahvusvaheliste õppimisvõimaluste tutvustamiseks;
         6. korraldab ülikooli töötajatele suunatud turundus alast koolitamist;
         7. monitoorib ja analüüsib turundustegevuste tulemuslikkust;
         8. juhib ülikooli keskset turundusprotsessi, koordineerib ja arendab ülikooli turundus- ja kommunikatsioonivõrgustikku;
         9. viib läbi keskset vastuvõtukampaaniat ja doktorantuuri kampaaniat; koordineerib ja aitab teostada I ja II astme programmide reklaamkampaaniaid;
         10. koordineerib tööandja brändi turundust;
         11. haldab ülikooli keskseid sotsiaalmeediakanaleid;
         12. juhib ülikooli kesksete ürituste, e-rehkenduse ja suuremate messide turundusprojekte ning toetab avatud õppe ja mikrokraadide kampaaniate teostamist.