

REGULAMIN WYDAWNICTWA NAUKOWEGO UKSW

§ 1 .

1. Wydawnictwo Naukowe UKSW, zwane dalej „Wydawnictwem”, jest naukowym wydawnictwem akademickim.
2. Zasady prowadzenia i finansowania działalności wydawniczej określa Rektor.
3. Do zakresu działania Wydawnictwa należy w szczególności:
 - 1) prowadzenie działalności wydawniczej Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, zwanego dalej „UKSW” albo „Uniwersytetem”, oraz dystrybucja publikacji;
 - 2) upowszechnianie dorobku pracowników badawczych Uniwersytetu poprzez publikację książek o wysokim poziomie merytorycznym i edytorskim;
 - 3) popularyzowanie osiągnięć społeczności akademickiej UKSW i dbałość o podnoszenie prestiżu Uczelni na arenie nauki polskiej i światowej;
 - 4) reprezentowanie Uniwersytetu przed środowiskiem naukowym polskimi zagranicznym.

§ 2.

1. Rektor powołuje Radę Naukową Wydawnictwa Naukowego UKSW, zwaną dalej „Radą”.
2. Rada sprawuje nadzór merytoryczny nad działalnością Wydawnictwa.
3. W skład Rady wchodzi po jednym przedstawicielu z każdego wydziału UKSW wskazanym przez dziekana oraz prorektor właściwy ds. nauki jako przewodniczący Rady.
4. Kadencja Rady trwa cztery lata i rozpoczyna się 31 października roku, w którym rozpoczyna się kadencja organów Uniwersytetu, o których mowa w § 21 ust. 1 i ust. 2 pkt 1 i 3 Statutu UKSW.
5. Rada zbiera się nie rzadziej niż raz w roku akademickim.
6. W posiedzeniach Rady mogą uczestniczyć z głosem doradczym inne osoby zaproszone przez Przewodniczącą Rady z własnej inicjatywy lub na wniosek członków Rady.

§ 3.

Wydawnictwo jest finansowane według zasad gospodarki finansowej UKSW.

§ 4 .

Ewidencja przychodów i kosztów Wydawnictwa jest prowadzona w kwesturze UKSW.

§ 5 .

1. Działalnością Wydawnictwa kieruje Dyrektor Wydawnictwa zatrudniany przez Rektora.
2. Dyrektor Wydawnictwa odpowiada przed Rektorem za prawidłowe działanie Wydawnictwa oraz zgodność jego działań z przepisami prawa powszechnie obowiązującego i wewnętrznymi przepisami UKSW.

§ 6.

Dyrektor Wydawnictwa, na podstawie pisemnego pełnomocnictwa udzielonego przez Rektora, podejmuje decyzje i czynności prawne związane z działalnością Wydawnictwa, w szczególności:

- 1) zawiera umowy z osobami fizycznymi i prawnymi (autorami, tłumaczami, artystami, zakładami poligraficznymi itp.);
- 2) zawiera umowy z koedytorem Wydawnictwa oraz instytucjami współpracującymi z Wydawnictwem;
- 3) reprezentuje Wydawnictwo wobec kontrahentów spoza Uniwersytetu.

§ 7.

Do obowiązków Dyrektora Wydawnictwa należy w szczególności:

- 1) opracowywanie planu działalności Wydawnictwa i koncepcji jego długofalowego rozwoju, w tym planu wydawniczego;
- 2) reprezentowanie Wydawnictwa na zewnątrz Uniwersytetu zgodnie z udzielonym pełnomocnictwem;
- 3) organizowanie i koordynacja współpracy oraz nadzorowanie funkcjonowania komórek wewnętrznych Wydawnictwa;
- 4) kontrolowanie terminowości cyklu produkcyjnego;
- 5) gospodarowanie środkami trwałymi, materiałami i środkami finansowymi będącymi w dyspozycji Wydawnictwa;
- 6) dbałość o stan wyposażenia Wydawnictwa w sprzęt;
- 7) wdrożenie przejrzystego i skutecznego systemu motywacyjnego, przygotowywanie propozycji przyznawania nagród i premii dla pracowników Wydawnictwa;
- 8) inicjowanie własnych przedsięwzięć edytorskich Wydawnictwa;
- 9) podejmowanie bieżących decyzji finansowych, organizacyjnych i personalnych w zakresie udzielonych upoważnień;
- 10) nadzorowanie przychodów i kosztów działalności Wydawnictwa.

§ 8.

W skład struktury Wydawnictwa wchodzi następujące jednostki:

- 1) Sekretariat;
- 2) Redakcja merytoryczna i korekta;
- 3) Pracownia składu komputerowego, zwanego dalej „DTP”;
- 4) Marketing;
- 5) Magazyn;
- 6) Księgarnia uniwersytecka.

§ 9.

Do zadań Sekretariatu należy w szczególności:

- 1) koordynowanie i bieżąca kontrola pracy w podległych jednostkach;
- 2) nawiązywanie kontaktów i ścisła współpraca z autorami, tłumaczami, recenzentami, grafikami itp.;
- 3) przyjmowanie wniosków o włączenie dzieła do planu wydawniczego oraz opracowywanie planów wydawniczych Wydawnictwa;
- 4) przygotowywanie umów wydawniczych, licencyjnych, z grafikami i in. związanych z realizacją planu wydawniczego;
- 5) współpraca z drukarniami w zakresie realizacji usług drukarskich zgodnie z zawartymi umowami;
- 6) odpowiedzialność za terminową realizację planu wydawniczego;
- 7) sporządzanie wymaganych wniosków, raportów i sprawozdań z działalności Wydawnictwa na potrzeby Rektora, Rady i własne;
- 8) udział w wydarzeniach wystawienniczych (targi, promocje);
- 9) koordynacja działań dotyczących zapowiedzi i nowości na stronie internetowej Wydawnictwa.

§ 10.

Do zadań Redakcji merytorycznej i korekty należy w szczególności:

- 1) przyjmowanie kompletnych i zgodnych z wytycznymi Wydawnictwa maszynopisów wydawniczych wraz z ich zapisem elektronicznym;

- 2) współpraca z autorami, recenzentami, tłumaczami, kreslarzami i plastykami przy definitywnym ustalaniu zawartości i postaci graficznej publikacji;
- 3) przekazywanie opracowanych merytorycznie materiałów do DTP;
- 4) wykonywanie korekty wydawniczej (korekty szpaltowej, kolumnowej, korekty materiałów ilustracyjnych);
- 5) udział w wydarzeniach wystawienniczych (targi, promocje).

§ 11.

Do zadań Pracowni Składu Komputerowego (DTP) należy w szczególności:

- 1) weryfikacja kompletności otrzymanych materiałów i uzupełnienie ich o adiustację techniczną;
- 2) ustalanie layoutu publikacji;
- 3) wykonywanie korekty technicznej i zatwierdzanie wyczyszczonych z błędów pozycji do druku;
- 4) wykonywanie składu publikacji na podstawie materiałów opatrzonej jednoznacznie i pełną adiustacją merytoryczną i techniczną;
- 5) poprawa błędów zauważonych podczas korekty;
- 6) przygotowanie pliku PDF do druku;
- 7) udział w wydarzeniach wystawienniczych (targi, promocje).

§ 12.

Do zadań Marketingu należy w szczególności:

- 1) koordynacja działań dotyczących promocji, wydarzeń wystawienniczych;
- 2) organizacja i udział w wydarzeniach wystawienniczych (targi, promocje, itp.);
- 3) koordynacja działań dotyczących strony www, facebook, youtube;
- 4) koordynacja działań dotyczących promocji tytułów w bazach on-line;
- 5) dostarczanie i aktualizacja informacji na temat e-booków;
- 6) współpraca z odbiorcami hurtowymi i detalicznymi, poszukiwanie nowych kontrahentów;
- 7) drobne prace graficzne z zakresu promocji;
- 8) obsługa i redakcja biuletynu Wydawnictwa;
- 9) promocja tytułów o najwyższym potencjale marketingowym, wskazanych przez Dyrektora Wydawnictwa (po konsultacji z autorem);
- 10) przekazanie egzemplarzy recenzyjnych wskazanym recenzentom na wniosek Dyrektora Wydawnictwa, po konsultacji z autorem;
- 11) udział w wydarzeniach wystawienniczych (targi, promocje).

§ 13.

Do zadań pracowników Magazynu należy w szczególności:

- 1) prowadzenie magazynu Wydawnictwa (przyjmowanie towarów do magazynu, wydawanie towarów z magazynu, właściwe przechowywanie towarów w magazynie);
- 2) zapewnienie ciągłości sprzedaży w księgarni uniwersyteckiej;
- 3) dostarczanie korespondencji przeznaczonej do wysyłki do kancelarii ogólnej;
- 4) pakowanie książek ze sprzedaży Wydawnictwa do wysyłki;
- 5) przygotowanie magazynu Wydawnictwa do rutynowej i zdawczo-odbiorczej inwentaryzacji magazynu; współudział w jej przebiegu;
- 6) udział w wydarzeniach wystawienniczych (targi, promocje).

§ 14.

Do zadań Księgarni uniwersyteckiej należy w szczególności:

- 1) monitorowanie przychodów i kosztów działalności Wydawnictwa;

- 2) organizacja i nadzór nad sprawozdawczością wewnętrzną;
- 3) sporządzanie kalkulacji kosztów produkcji wydawniczej i not księgowych obciążeniowych;
- 4) współpraca z Działem Finansowym w zakresie rozliczeń finansowo- księgowych w tym: windykacji należności Wydawnictwa;
- 5) prowadzenie księgni i sprzedaż książek, wystawianie faktur, przyjmowanie zamówień;
- 6) prowadzenie i rozliczanie magazynów konsygnacyjnych, prowadzenie i rozliczanie prenumeraty rocznej;
- 7) potwierdzanie sald ilościowych na koniec roku;
- 8) prowadzenie i rozliczanie prenumeraty rocznej;
- 9) udział w inwentaryzacjach i spisach;
- 10) prowadzenie sklepu internetowego i realizacja zamówień;
- 11) bieżący kontakt z klientami w celu realizacji zamówień i innych zadań;
- 12) udział w wydarzeniach wystawienniczych (targi, promocje).