



bliżej Uczelni

KWARTALNIK > WYDANIE SPECJALNE | nr 1(13)/2012

*Członkom i Sympatykom
Stowarzyszenia Absolwentów UAM
życzymy wszelkiej pomyślności
i spełnienia marzeń*

w Nowym Roku

Pierwszą imprezą w 2012 roku będzie spotkanie z dominikaninem, Ojcem Janem Górą na Polach Lednickich. Odbędzie się ono w niedzielę 15 stycznia 2012 r. Wyjazd autokaru z Placu Mickiewicza o godz. 14.30. Koszt – 30 zł dla Członka Stowarzyszenia i 40 zł dla pozostałych osób. Bilety można nabywać podczas dyżurów SAUAM.

Tradycyjnie zapraszamy także na Spotkanie Noworoczne Absolwentów w Teatrze Wielkim w Poznaniu. Zaplanowaliśmy je na niedzielę 5 lutego 2012 r. na godz. 18.00. Wspólnie obejrzymy spektakl „Wesele Figara”. Bezpośrednio po nim, wszystkim Absolwentów z osobami towarzyszącymi zapraszamy na lampkę wina.

WSPÓŁPRACA Z GOSPODARKĄ, TOŻSAMOŚĆ, PROMOCJA...

Rozmowa z prof. dr. hab. Jackiem Gulińskim,
Prorektorem Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza
w Poznaniu

Z jakimi planami rozpoczyna Pan swoją misję jako Prorektor UAM? Które z nich udało się do tej pory zrealizować?

Przedsiębiorczość, polityka innowacyjna, komercjalizacja wiedzy, transfer technologii to zagadnienia bliskie mi od połowy lat 90. ubiegłego wieku. Współtworzyłem i przez kilkanaście lat współzarządzałem Poznańskim Parkiem Naukowo-Technologicznym. Z powodzeniem inicjowałem, prowadziłem, oceniałem setki projektów i aplikacji dotyczących finansowania działań z różnych dziedzin, kierowanych do rozmaitych organizacji światowych czy europejskich. Wymienione doświadczenia spowodowały, że w naturalny sposób zostałem Prorektorem ds. Programów Europejskich i Współpracy z Gospodarką. Przyjąłem tę funkcję, by zmienić Uczelnię przynajmniej w tych dwóch obszarach. Dzięki nim obejmuję swoją działalnością zarówno sferę dydaktyki, jak i badań naukowych oraz w szerokim zakresie współpracuję z pozostałymi kolegami prorektorami. Dzisiaj, po 3 latach i 3 miesiącach pracy na tym stanowisku mogę powiedzieć, że udało się doprowadzić do wielu zmian. Nie

do końca zadowolają mnie jeszcze efekty, chociaż uważam sukcesy. Można je mierzyć w różny sposób, np. liczbą projektów, o których dofinansowanie wystąpiliśmy czy kwotami pieniędzy zdobytymi na badania. Jestem po to, żeby ułatwiać aplikowanie, promować ten sposób zdobywania funduszy, budować przyjazną administrację, czy wręcz czasami osobiście aktywizować do napisania projektu.

Co UAM daje gospodarce? Czy wykorzystywane są przez nią powstające tutaj innowacje, pomysły lub nowe technologie?

W całej Europie uczelnie dążą do tego, by tzw. uniwersytet trzeciej generacji czy inaczej – przedsiębiorczy – nie zajmował się jedynie badaniami i edukacją, ale również tworzeniem i implementacją nowoczesnych technologii – albo do podmiotów gospodarczych, które gotowe są je przyjąć, albo bezpośrednio na rynek poprzez nowe firmy tworzone przez pracowników, doktorantów, studentów. Wbrew jednak temu, co się powszechnie lansuje na temat praktycznego wykorzystania wynalazków i innowacji, trudniej wy-



gląda zainteresowanie gospodarki osiągnięciami czy odkryciami. Nie zdarzają się często na naszym Uniwersytecie przełomowe odkrycia, nie są wymyślane nowoczesne technologie, które można by prosto przełożyć i za dobre pieniądze sprzedać przemysłowi. Tutaj słabości tkwią po obu stronach. Uczelnia ma zbyt mało środków na badania, w tym również na badania przełomowe, a w otoczeniu brakuje firm czy instytucji, które oczekiwałyby tych rozwiązań. W tej chwili rola szkoły wyższej w Polsce ogranicza się raczej do wąskiego i specjalistycznego doradztwa. Niestety, nie szybko zdarzy się, żeby zamówienia na badania od przemysłu miały wolumen dwukrotnie wyższy od tych z budżetu, co było marzeniem Strategii Lizbońskiej, a obecnie Strategii Europe 2020, która ją zastąpiła.

Czy Uniwersytet współpracuje z przedsiębiorstwami w Poznaniu i Wielkopolsce?

Tego typu działania tj. promocja osiągnięć i zainteresowanie nimi gospodarki, mieści się także w zakresie moich obowiązków. Stworzyliśmy organy, jak Ra-

da Gospodarcza przy Rektorze UAM, które są platformą kontaktową Uczelni z szeroko pojętym biznesem. Podpisaliśmy kontrakty z kilkoma dużymi przedsiębiorstwami z Poznania i okolicy, które zaowocowały m.in. finansowaniem badań, stypendiami dla studentów, stażami, praktykami. Ostatnio zauważam większe zainteresowanie firm naszymi praktykantami.

Chciałbym jednak zaznaczyć, że naszym „produktem” nie musi być tylko nowoczesne rozwiązanie technologiczne, czy prototyp, ale także pomysł, idea, czy wręcz absolwent czyli człowiek. W tym znaczeniu nasz produkt może zagościć nie tylko na rynku gospodarczym, ale chociażby w instytucjach społecznych lub kulturalnych.

Wielkopolski biznes to nie tylko duże zakłady produkcyjne, ale również szereg przedsiębiorstw małych i średnich, w tym często zakładanych przez absolwentów – czy także oni włączeni są w relacje UAM z gospodarką?

W zakresie działalności Poznańskiego Parku Naukowo-Technologicznego, a zwłaszcza funkcjonującego



**WSPÓŁPRACA
Z GOSPODARKĄ,
TOŻSAMOŚĆ,
PROMOCJA...**



Dokończenie rozmowy

w jego ramach InObatora, wspieramy młodych przedsiębiorców i innowacyjne firmy. Organizujemy kursy, kształcenia, warsztaty, porady, konsultacje oraz konkursy. Promujemy i uczymy naszych studentów oraz doktorantów postaw proprzedsiębiorczych. 3 lata temu rozpoczęliśmy eksperymentalnie na kilku wydziałach prowadzenie zajęć nazwanych wprowadzeniem do przedsiębiorczości. Podobne odbywały się na studiach doktoranckich. Planujemy w ciągu 1-2 lat wdrożyć do programu studiów podstawowy pakiet kursów, który nazwałbym ogólnie: „postawy proprzedsiębiorcze”. Nie będzie to jednak recepta na to, jak założyć własną firmę i szybko odnieść sukces. Spróbujemy wskazywać jak być przedsiębiorczym w życiu w ogóle – w jaki sposób myśleć, jakie zdolności i kompetencje poszerzać, jak budować ścieżkę kariery. W chwili obecnej, z uwagi na konkurencję i trudny rynek pracy, człowiek jeszcze bardziej niż kiedyś stał się kowalem własnego losu. Najnowsze badania mówią, że w ciągu naszego życia niejednokrotnie zmienimy nie tylko miejsce pracy, ale także zawód. Warto się na to przygotować – trzeba posiadać pewne umiejętności, wykazywać elastyczność, kreatywność, zgodę na zmiany, umieć się zaprezentować, prowadzić projekty, znać podstawy języków obcych i obsługi komputera, umieć gospodarować własnym czasem itp. Współcześnie nabycie tych umiejętności staje się ważniejsze niż specjalistyczna wiedza, która zmienia się dynamicznie i za 10, 15, 20 lat będzie już zupełnie inna niż ta, której nauczyliśmy się na studiach. Warto jednak całe życie wykazywać otwarcie na nową wiedzę i ciągle chcieć się uczyć.

Uczelnie publiczne dość późno zwróciły uwagę na konieczność prowadzenia działań marketingowych. Czy promocja jest w ogóle szkołom wyższym potrzebna? Czy „świątynia nauki i wiedzy” nie powinna promować się osiągnięciami, nazwiskami znanych naukowców?

Nie ma wątpliwości, że podejmowanie działań w zakresie promocji, a nawet szerzej – marketingu, jest szkołom wyższym potrzebne, a nawet niezbędne. Informujemy w ten sposób o naszej działalności, utrwalamy pozytywny wizerunek jednej z najlepszych Uczelni w Polsce – słowem, zabiegamy o studentów.

W pierwszej kolejności liftingowi została poddana strona internetowa Uniwersytetu...

Zauważalne dla otoczenia działania promocyjne zaczęliśmy od uporządkowania naszej wizytówki, dzięki której chcemy dotrzeć z informacją na cały świat – portalu internetowego, który w nowej odsłonie ukazał się na 90-lecie UAM w Poznaniu w maju 2009 roku. Teraz proces ten powtarzamy na witrynach wydziałowych, które muszą być tożsame z wizerunkiem strony głównej, a jednocześnie wypełnione aktualnymi treściami. Każdej witrynie przypisaliśmy „szefa”, zbudowaliśmy zespół tzw. korespondentów, którzy publikują najnowsze informacje. Podzieliliśmy portal na strefę dla studenta, kandydata, pracownika i absolwenta, by każdy bez trudu znalazł interesujące go wiadomości. Systemowi daleko jeszcze do ideału, ale ciągle go udoskonalamy.

Szybko okazało się, że na Uczelni brakuje sprawnego przepływu informacji. Dlatego teraz co tydzień każdy pracownik otrzymuje na skrzynkę mailową biuletyn ukazujący co dzieje się na Uniwersytecie. Na bazie informacji zebranych w systemie wydaliśmy elektroniczną Kronikę, prezentującą wszystkie wydarzenia z roku akademickiego 2010/2011.

Jak budowany jest jednolity wizerunek UAM?

Opracowaliśmy System Identyfikacji Wizualnej (SIW), który będzie wdrożony w całej Uczelni. Dużo czasu poświęciłem na promocję wewnętrzną tej idei, rozmowach, przekonywaniach, że takie ujednoczenie wielu elementów jest korzystne. Oczywiście przykład musi iść z góry, więc zaczęliśmy od siebie. Biuro Rektora od kilku miesięcy wysyła listy tylko na zatwierdzonym papierze firmowym. To buduje jedność, tożsamość i dlatego będziemy pilnować, by tego przestrzegano.

Zastrzeżliśmy nasze logo, jako znak towarowy. Bardzo dokładnie zostało ono opisane – może występować w ściśle określonym kolorze i zachowywać tzw. pole ochronne czyli przestrzeń, w której nie może się nic innego znajdować.

Od 1 stycznia 2012 roku każdy wzór broszury, ulotki, plakatu, czy papierka od cukierków promocyjnych musi zostać zaakceptowany przez jedną osobę, stojącą na straży SIW. W skrócie – musimy mieć pewność, że mówimy jednym głosem i mamy taką samą firmówkę.

Proszę zauważyć, że od kilku tygodni na Collegium Minus powiewa flaga z godłem Uczelni – planujemy zawiesić takie same na kilkunastu naszych budynkach w Poznaniu, by każdy przechodzień wiedział, że mieści się w nich Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

Czy pracownicy UAM w Poznaniu czują się związani z Uczelnią?

Jedną z najistotniejszych kwestii stanowi dla mnie właśnie tożsamość pracowników z Uniwersytetem. Każda z 5 tysięcy pracujących i blisko 50 tysięcy uczących się tu osób, jest naszym ambasadorem i powinna czuć dumę z przynależności do społeczności akademickiej. Więzy te budujemy różnymi sposobami. Na przykład w październiku 2011 roku wszyscy pracownicy UAM otrzymali list od Rektora, w którym obok przypomnienia o 400-leciu tradycji uniwersyteckich w Poznaniu, znalazły się podziękowania za pracę. Dołączony był do niego znaczek do przypięcia z logo Uniwersytetu. W Statucie Uczelni znalazł się zapis, że 7 maja jest świętem UAM i należy je celebrować. W ubiegłym roku zorganizowaliśmy z tej okazji dla pracowników festyn rodzinny, pierwszy raz w historii.

Co zatem dla studentów?

Studenci mają możliwość kształcenia się w jednej z najlepszych szkół wyższych w Polsce. Zajmujemy czołowe miejsca w rankingach. Jesteśmy najbardziej produktorancą uczelnią w naszym kraju. Oprócz bogatej oferty kierunków, specjalizacji, zajęć dodatkowych, studiów podyplomowych, kół naukowych, mamy atrakcyjny pakiet imprez kulturalnych, sportowych, rekreacyjnych, aż w końcu możliwość skorzystania z pomocy Biura Karier.

Chcemy, by studenci włączyli się w budowanie wizerunku, promowanie uczelni oraz kreowanie i przepływ informacji. Dlatego na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa (NPiD) uruchamiamy dla nich drugie studio filmowe. Łamiemy „monopol” na czasopisma drukowane. Od stycznia 2012 roku, obok „Życia Uniwersyteckiego” będziemy wydawać ogólnouczelnianą gazetę dla studentów – „Buc”, który w tej chwili jest jeszcze czasopismem Wydziału NPiD. W ręce studentów planujemy oddać oficjalnego Fan Page'a na Facebooku i konto na Twitterze.

Takie działania muszą być podejmowane, jeśli chcemy myśleć o dalszym napływie studentów na tym samym poziomie, co teraz albo nawet o zwiększaniu ich liczby.

Uniwersytet nie zapomina również o społeczności Poznania i Wielkopolski...

Organizujemy wielkie imprezy, koncerty, festiwale dostępne praktycznie dla każdego – wymienię tu tylko Noc Naukowców, czy Festiwal Verba Sacra. Proszę sobie wyobrazić, że budynek rektoratu – odnowiony i podświetlony, stanowi jeden z atrakcyjniejszych obiektów do obejrzenia w Poznaniu i zaczyna wygrywać z innymi zabytkami w tzw. Dzielnicy Cesarskiej.

Co skłoniło UAM do zorganizowania zajęć dla dzieci?

Kolorowy Uniwersytet dla najmłodszych – dzieci w wieku 3-12 lat – to także swoista forma promocji. Wzorem innych tego typu inicjatyw w uczelniach europejskich i polskich zorganizowaliśmy go dla 300 ma-

luchów. Odbyła się uroczysta inauguracja, podczas której prof. dr hab. Zbigniew Pilarczyk, Prorektor UAM, wystąpił w swoich reprezentacyjnych szatach, wyznaczono termin zakończenia roku akademickiego czyli absolutorium i co miesiąc odbywa się jedno spotkanie. Stanowi to bardziej działanie w kierunku popularyzacji wiedzy, cieszenia się nauką niż kształtowania przyszłych studentów.

Jakie wymierne efekty przyniosły podjęte już działania promocyjne?

Bezpośrednich, wymiernych efektów moglibyśmy oczekiwać, gdybyśmy zbudowali strategię promocyjną UAM, zapisali w niej działania wraz z terminami, realizowali je, ewaluowali w określonym czasie, rozliczali... Zdradzę, że taki dokument właśnie przygotowujemy i mam nadzieję, że przyjmujemy go wiosną 2012 roku.

Czy obecnie uczelniom i absolwentom w Polsce potrzebne są w ogóle organizacje absolwenckie?

Parę lat temu, gdy byłem szefem Stowarzyszenia Absolwentów UAM, pracowaliśmy nad stworzeniem formuły, by absolwentów opuszczających mury uczelni jako z nią związać.

Wzór organizacji alumnackich stanowią dla nas uczelnie wyższe w Europie Zachodniej i USA, gdzie każdy z dumą podtrzymuje kontakty z kolegami i uczelnią, bierze udział w rozmaitych akcjach oraz w różnoraki sposób ją wspiera – materialni albo oddając do jej dyspozycji swój wolny czas, wiedzę, doświadczenie. Każdemu wydaje się, że taki system powinien także zadziałać w Polsce. Naszą uczelnię ukończyło wiele osób, robiących aktualnie kariery w wielu dziedzinach. Okoliczności w naszym kraju nie sprzyjają jednak jeszcze generowaniu tego typu postaw, ale mam nadzieję, że to się szybko zmieni.

Co zdaniem Pana Profesora, może zrobić Stowarzyszenie Absolwentów UAM, by z jednej strony zyskać popularność, a z drugiej – zaangażować w swoją działalność jak największą ilość absolwentów?

Stowarzyszenie Absolwentów UAM próbuje włączyć się w działania i wydarzenia na Uczelni, np. organizując 2 lata temu zbiórkę pieniędzy na pomnik-ławeczkę Heliodora Święcickiego. Przejawia także aktywność w celu integracji środowiska – organizuje wycieczki, spotkania, w których uczestniczy jednak wąska grupa osób, co przy 200 tysiącach wszystkich absolwentów stanowi kroplę w morzu.

Może zmiany ustawowe związane z obowiązkiem śledzenia przez uczelnie losów absolwentów, wykreują nowe inicjatywy w zakresie nawiązywania i utrzymywania kontaktów z absolwentami. Tutaj widzę również miejsce na współpracę Stowarzyszenia Absolwentów z UAM, np. przy rewizji programów kształcenia.

**Dziękuję za rozmowę
Ilona Długa**

2012

POLUB NAS na FB



Dodałeś już SAUAM do ulubionych na portalu Facebook???

Zamieszczamy tam aktualne informacje na temat wydarzeń organizowanych nie tylko przez Stowarzyszenie, ale także Uniwersytet im. Adama Mickiewicza.

Koncerty, wykłady otwarte, wernisaże, wycieczki, rajdy i inne imprezy...



Jeśli chcesz być na bieżąco, kliknij „Lubię to” :)

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

Wszystkich absolwentów Uniwersytetu w Poznaniu zapraszamy – oprócz wstępowania do SAUAM – także do współpracy przy tworzeniu biuletynu „Blżej Uczelni”.

Jeśli masz ciekawy pomysł, mieszkasz w interesującym miejscu, lubisz i umiesz pisać krótkie notatki, długie artykuły, felietony czy wiersze i chciałbyś współredagować naszą gazetę, napisz do nas na adres: blziej-uczelni@wp.pl

Dyżury członków Zarządu odbywają się w siedzibie SAUAM w Collegium Minus, ul. Wieniawskiego 1, pokój nr 315 C na III piętrze we wtorki w godz. 16.00-18.00 oraz w czwartki w godz. 11.00-13.00; telefon 61 829 44 97; adres e-mail: saup@amu.edu.pl

WARTO WIEDZIEĆ

Członkiem Stowarzyszenia może być każdy absolwent Uniwersytetu Poznańskiego i Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza. Członek Stowarzyszenia ma prawo do czynnego i biernego udziału w wyborach do władz Stowarzyszenia, uczestnictwa w zjazdach, zebraniach, sesjach naukowych, kursach i konferencjach, organizowanych przez Stowarzyszenie, wystąpienia do władz Stowarzyszenia z wnioskami i postulatami, korzystania z form pomocy koleżeńskiej, a także posiadania legitymacji członkowskiej i noszenia odznak Stowarzyszenia.

Chcąc zostać członkiem SAUAM wystarczy wypełnić deklarację, którą można otrzymać w siedzibie SAUAM w godzinach dyżurów lub pobrać na stronie internetowej www.sauam.poznan.pl. Po wypełnieniu i podpisaniu trzeba dostarczyć ją do Stowarzyszenia – osobiście lub pocztą. Potem należy opłacić składki. Następnie SAUAM przygotowuje legitymację i już absolwent może korzystać z praw i przywilejów, jakie wynikają z przynależności do Stowarzyszenia.

Absolwenci rocznika 2011 zwolnieni są z opłaty wpisowej oraz składki przez okres 2 lat!!!

POSIADACZE LEGITYMACJI SAUAM MOGĄ KORZYSTAĆ Z RABATÓW U NASTĘPUJĄCYCH PARTNERÓW:

TEATR WIELKI W POZNANIU

ul. Fredry 9 Poznań
<http://www.opera.poznan.pl/>
Bilety w specjalnej cenie na spektakle dla środowisk akademickich miasta Poznania w ramach tzw. „Premier studenckich”. Informacje na stronie www.SAUAM

TEATR NOWY W POZNANIU

ul. Dąbrowskiego 5 Poznań
<http://www.teatrnowy.pl/>
Bilety w promocyjnej cenie na wybrane spektakle – informacje będą zamieszczane na stronie www.SAUAM

WYDAWNICTWO MEDIA RODZINA

ul. Pasieka 24 Poznań
www.mediarodzina.com.pl
10% rabatu na zakupy dokonane w sklepie internetowym Wydawnictwa.

GASTRO – KRÓLSCY I GEBRU Sp. J.

Na terenie UAM działają 2 lokale firmy Gastro-Królscy i Gebru Sp. J., które są usytuowane w Collegium Historicum przy ul. Św. Marcina 78 i w Domu Studenckim Jowita przy ul. Zwierzynieckiej 7.
www.krolscy-gebru.pl

SALON ZDROWIA I RELAKSU VENUS

os. Piastowskie 40, Poznań
e-mail: salon@figuravenus.pl
www.figuravenus.pl
Rezerwacje: 503-057-037
Godziny otwarcia:
poniedziałek – piątek 9-21
sobota 10-14

PARK WODNY OCTOPUS W SUCHYM LESIE

ul. Szkolna 18, Suchy Las
Czynny od godz. 6.00 – 21: 45
we wszystkie dni tygodnia –
<http://octopus.suchylas.pl/>
Wejście jednorazowe na basen w cenie biletu ulgowego

PRACOWNIA KRE-AKCJA

tel. +48 795 474 110
<http://kre-akcja.blogspot.com>
Bizuteria z minerałów i sztuczna, wyroby z filcu, rękodzieło artystyczne, warsztaty.
10% rabatu na zakupione przedmioty i warsztaty.

