



Studia i co dalej...?

Olga Biaduń: *Jako świeżo upieczona absolwentka naszej Uczelni, jak wspomina pani czas studiów?*

Kamila Zwolińska: Bardzo pozytywnie, był to intensywny i ciekawy czas.

Wydaje się, że była pani typem studentki, która nie lubiła długo „usiedzieć” w jednym miejscu. Proszę opowiedzieć nam o przebiegu pani studiów?

Studiowałam według pięcioletniego systemu, jednolitych studiów magisterskich. Po zrealizowaniu przedmiotów obowiązkowych na kierunkach ZIM i FIBA ubiegałam się o urlop dziekański w celu odbycia praktyk w Moskwie. Następnie na ósmym semestrze rozpocząłam program CEMS MIM na Uniwersytecie w Kolonii. Program dokończyłam w Wiedniu. Na ostatni semestr studiów w ramach programu PIM wyjechałam do Indii do Indian Institute of Management Bangalore.

Którą z uczelni ocenia pani najlepiej?

Zdecydowanie Indian Institute of Management Bangalore.

Czy widzi pani obszary, gdzie SGH mogłaby wykorzystać rozwiązania, z którymi spotkała się pani na uczelniach za granicą?

Tak, największą zaletą IIMB był interaktywny model prowadzenia zajęć. Z 2-3-dniowym wyprzedzeniem wykładowcy wysyłali materiały do zajęć, które studenci musieli opracować. W trakcie zajęć po auli krążyły mikrofony i każdy miał prawo się wypowiedzieć. Dużym plusem była praca na case study, także w trakcie egzaminów końcowych, które były w formie open book, tzn. dozwolone było korzystanie ze wszystkich materiałów. IIMB zdecydowanie koncentruje się na praktycznym zastosowaniu wiedzy w biznesie.

Czy SGH jest rozpoznawalną Uczelnią wśród studentów/pracodaw-

ców w środowiskach międzynarodowych?

SGH jako uczelnia, niestety nie. Zagraniczni pracodawcy kojarzą SGH głównie dzięki programowi CEMS MIM. Dużą rolę w budowaniu marki SGH odgrywają absolwenci SGH, którzy pracują w danej korporacji za granicą.

Biorąc pod uwagę pani doświadczenia zdobyte w różnych uczelniach, jakie według pani są mocne strony naszej Alma Mater?

Niewątpliwie wysoki i obszerny poziom nauczania języków obcych. Abstrahując od debaty odnośnie słuszności nauczania języków obcych na uczelni ekonomicznej, z perspektywy młodego absolwenta mogę potwierdzić, że właśnie znajomość języków doskonalona na SGH pozwoliła mi ubiegać się o pracę na równi z kandydatami z całego świata.

Czy pani zdaniem SGH przygotowuje studentów do wejścia na rynek pracy?

Moim zdaniem Uczelnia stwarza takie możliwości poprzez współpracę z największymi firmami na rynku oraz bogatą ofertę studiów i praktyk zagranicznych. Również targi pracy organizowane przez studentów oraz przedmioty realizowane przy współpracy z partnerami SGH niewątpliwie pomagają odnaleźć się w korporacyjnym świecie.

Czym obecnie pani się zajmuje?

We wrześniu 2009 roku rozpoczęłam dwuletni program menedżerski w Novo Nordisk (Business Processes Graduate Program) w Danii. W kwietniu br. skończyłam pierwszą rotację w centrali firmy w Kopenhadze, gdzie pracowałam w dziale Marketingu Strategicznego. Obecnie odbywam drugą rotację w filii Novo Nordisk w USA.

Czyli na płaszczyźnie zawodowej również postawiła pani na doświadczenia międzynarodowe?

Tak, w trakcie studiów aktywnie szukałam możliwości praktyk zagranicz-



Kamila Zwolińska ukończyła SGH w 2009 r. Zaraz po zakończeniu studiów rozpoczęła dwuletni Program Menedżerski w Novo Nordisk w Danii. Obecnie pracuje w filii firmy w USA.

nych. Do momentu ukończenia studiów pracowałam w: Austrii, Rosji, Egipcie oraz studiowałam w Niemczech i Indiach. Przy ubieganiu się o pierwszą pracę brałam pod uwagę tylko oferty zagraniczne.

Na czym dokładnie polega program menedżerski, w którym obecnie pani uczestniczy?

Novo Nordisk Business Processes Graduate Program to dwuletni program menedżerski. W ramach programu pracownik odbywa 3 rotacje w różnych obszarach działalności firmy w centrali w Danii oraz w jednej z filii NovoNordisk na świecie.

Co uznaje pani za największe zalety, a co za największe wady tak obranej ścieżki kariery?

Program oferuje bogatą ofertę szkoleń branżowych, treningów, a także możliwość poznania kluczowych osób w firmie. W trakcie dwóch lat poznaje się główne procesy w firmie farmaceutycznej oraz specyfikę rynku. Niewątpliwą zaletą jest międzynarodowe środowisko pracy oraz duńska kultura pracy.

Program stawia przed pracownikiem wyzwania w postaci zmiany miejsca pracy co 8 miesięcy oraz mieszkania za granicą.

Czy nadal utrzymuje pani kontakt ze znajomymi ze studiów?

Tak, moi znajomi są głównie z SGH i to jeszcze z obozu integracyjnego dla pierwszego roku w Wetlinie. Część z nich mieszka już za granicą, więc kontakt jest ograniczony do rozmów na skype. Głównym narzędziem pozwalającym na podtrzymywanie kontaktów jest jednak Facebook. Oczywiście internet nigdy nie zastąpi kontaktów osobistych, więc jak tylko jestem w Polsce, staram się spotkać z moimi przyjaciółmi.

Uczestniczyła pani w graduacji, która odbyła się w listopadzie ubiegłego roku, jakie są pani wrażenia z tej uroczystości?

Tak, uczestniczyłam i jestem zdania, że to genialna inicjatywa. Moim zdaniem uroczystość graduacji jest obowiązkowym elementem wieńczącym 5 lat studiów. Każda szanująca się uczelnia zagraniczna organizuje graduacje. W przypadku SGH, gdzie tryb studiów nie sprzyja budowaniu relacji, graduacja pozwala spotkać większość kolegów ze studiów i odnowić kontakty. Poza tym dla SGH jest to doskonała możliwość, aby budować kontakty z absolwentami.

W jaki inny jeszcze sposób, pani zdaniem, Uczelnia powinna utrzymywać kontakty z absolwentami?

Potrzebne jest narzędzie online, które pozwoli na aktywną wymianę infor-

macji oraz zachęci absolwentów do udziału w inicjatywach Stowarzyszenia Absolwentów. Inspiracją może być Facebook, już teraz istnieje kilka grup SGH.

Czy jest coś, czym chciałaby się pani podzielić z osobami, które wkrótce opuszczą naszą Uczelnię? Może jakieś cenne wskazówki?

Najważniejsze to zawsze pozostawać otwartym na nowe możliwości i nie bać się podejmować wyzwań.

Dziękuję za rozmowę.

Z Kamilą Zwolińską
rozmawiała
Olga Białduń

Słów kilka o dystansie

Tak mi się w życiu przydarzyło, że do pracy dojeżdżam środkami komunikacji miejskiej i nie obce są mi pociąg, metro i autobus, a i tramwajem czasem podróżuję.

Dziś rano w drodze do pracy, siłą rozpędu tłumy, zostałam wepchnięta do pociągu, za co temuż tłumowi jestem wdzięczna, bo kto wie jak długo przyszłoby mi czekać na kolejny środek transportu.

Upchnięta jak sardynka w puszcze albo, dajmy na to, klops w słoiku, pomiędzy starszego pana palacza a puszystą panią używającą zbyt intensywnych perfum, które drażniły mój nos okrutnie i o kichanie przyprowadziły, miałam szereg myśli natrętnych na temat przestrzeni międzyludzkiej i tymi to myślami chcę się dziś podzielić. Rzecz będzie o proksemice.

Proksemika to termin wprowadzony przez antropologa E.T. Halla w końcu lat 50. XX wieku dla opisu posługiwania się przez ludzi przestrzenią w procesie komunikacji. Proksemika jest często utożsamiana z badaniami nad dystansem interpersonalnym, jako jednym z podstawowych wskaźników relacji społecznych.

W każdym człowieku (tak, jak i prawie w każdym zwierzęciu) istnieje potrzeba posiadania swojego terytorium, otaczamy się więc naszą strefą intymną, której przekroczenie budzi żywe reakcje naszego organizmu. Nie lubimy, kiedy obcy ludzie naruszają naszą bańkę ochronną, przekraczając tym samym nasze prywatne terytorium. Gdy ludzie tłoczą się, obcierają o nas i ściskają, naruszając naszą przestrzeń intymną, czujemy się zagrożeni, zdenerwowani i rozdrażnieni.

Wszystko dobrze, jeśli sprawa rozgrywa się „w terenie” i możemy zrobić krok w tył, aby odsunąć się od agresora terytorialnego, który nas „atakuje” nadmierną bliskością, albo ustawić się do niego bokiem, by zyskać nieco przestrzeni dla siebie. Możemy też zwyczajnie poprosić, by nasz rozmówca odsunął się nieco, gdyż czujemy się nieswojo (wartość dodana – ćwiczymy asertywność).

gorzej, gdy nasze terytorium zostało unicestwione przez tłum i ścisk autobusowy, i gdy walczymy nie tyle nawet o przestrzeń, ile o haust powietrza w takim tłoku. No, ale człowiek jest istotą pomysłową i stara się pomóc sobie jakoś w tych codziennych torturach. Mniej lub bardziej świadomie tworzy bariery i barykady, aby odgrodzić się nieco od napiera-

jącego pana z lewej, wielkiego plecaka z prawej i pani z pieskiem przed sobą. Tak więc przyciska torbę z przodu tułowia, krzyżuje ręce na piersiach, i ustawia się bokiem do swoich towarzyszy podróży, a w ostateczności oczy zamyka, aby w ten chociaż sposób odseparować się od zaistniałej sytuacji. W głowie swojej znajduje ukojenie i rozkoszuje się przestrzenią wewnętrzną do woli albo też pielęgnuje własną nienawiść do komunikacji miejskiej i obmyśla wyrafinowane sposoby zemsty.

Pamiętajmy – bliskość przestrzenna (poza sytuacjami wymuszonymi: patrz powyżej) jest wskaźnikiem lubienia, sympatii. Im mniejszy dystans, tym bliższa relacja. Jeśli ktoś próbuje więc, wbrew naszej woli, zbliżyć się nadto do nas, nie bójmy się reagować. Każdy jest Panem i Zarządcą swego terytorium i ma prawo wpuszczać na swój teren tego, kogo chce.

Naruszaniem naszej przestrzeni, jako narzędziem manipulacyjnym, mogą także posługiwać się np. sprzedawcy, akwizytorzy czy inne osoby chcące koniecznie nas do czegoś przekonać. Zdarza się, iż człowiek, chcąc wyjść jak najszybciej z nieprzyjemnej dla niego sytuacji (a taką jest obcy na naszym terenie), podejmuje szybkie, mało racjonalne decyzje, których potem żałuje. Świadomość takich praktyk może nas więc uchronić przed zakupem kolejnego bubla czy usługi, której wcale nie potrzebujemy.

Dla porządku oraz w myśl niesienia oświaty kaganka podaje wyróżniane przez literaturę przedmiotu strefy dotyczące kontaktu interpersonalnego:

- strefa intymna (0–45 cm), omawiana powyżej, to strefa do której dopuszczamy tylko najbliższe nam osoby, z którymi łączą nas zażyłe stosunki i bliskie uczucia;

- strefa osobista (45–120 cm), zarezerwowana jest dla osób nam znanych, z którymi jesteśmy w stałych relacjach. Odległość reguluje tutaj często stopień zażyłości między osobami (jeśli rozmawiamy z naszą koleżanką/kolegą i czujemy, że jest za daleko, po prostu się przysuwamy, kiedy jednak bliskość jest już zbyt duża, potrafimy także się odsunąć);

- strefa społeczna (1,2–3,6 m), dotyczy ludzi obcych lub związanych z nami stosunkami służbowymi; najbardziej obecna w życiu zawodowym;

- strefa publiczna (3,6–6 m), dystans wykorzystywany przez osoby publiczne zwracające się do grupy ludzi, osobi-

stości politycznych, aktorów i innych ludzi zwracających się do publiczności.

W proksimie istotną kwestią poza dystansem jest także nasze, że tak się wyrażę, ułożenie w przestrzeni oraz nasze relacje przestrzenne w danej chwili, zarówno z innymi osobami,

jak i z otoczeniem materialnym. Owa organizacja przestrzeni w jakiej człowiek komunikuje się i pracuje, jest czynnikiem mającym znaczny wpływ na komunikację interpersonalną.

*Marta Prokopek, doradca zawodowy
Biuro ds. Abslwentów*

Studencie, Absolwencie, wypełnij swoje CV w serwisie Kariera SGH – warto!

Zachęcamy użytkowników serwisu Kariera SGH do uzupełnienia danych w generatorze CV. Korzystanie z generatora nie jest obowiązkowe, jednak osoby, które udostępnią za jego pomocą swoje dane, będą mogły brać udział w rekrutacjach, jakie przeprowadzamy na zlecenie pracodawców.

Oczywiście wypełnienie CV nie jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na udostępnienie danych pracodawcom – za każdym razem wymagana będzie do tego celu Wasza zgoda. Wiadomości z prośbą o wyrażenie takiej zgody będą jednak wysyłane tylko do osób, które mają wygenerowane CV i których profil będzie odpowiadał wstępnym wymaganiom pracodawcy. W związku z tym zachęcamy do poświęcenia chwili na wprowadzenie kompletnych danych do CV.

Ponadto osoby, które jeszcze nie zarejestrowały się w naszym serwisie (www.kariera.sgh.waw.pl), zapraszamy do rejestracji, czeka na Was wiele atrakcyjnych ofert pracy, praktyk i staży!

Anna Matysiak

Jubileusz 35-lecia Towarzystwa Uniwersytetu Trzeciego Wieku im. prof. Haliny Szwarc

W 2010 roku przypada 35. rocznica powołania do życia najstarszego w Polsce Uniwersytetu Trzeciego Wieku. Funkcjonuje on przy Centrum Medycznym Kształcenia Podyplomowego i nosi imię swojej założycielki, pani prof. dr med. Haliny Szwarc.

UTW im. prof. Haliny Szwarc jest zaledwie o dwa lata młodszy od najstarszego w świecie UTW, który został założony w Tuluzie w 1973 r.

Gdyby pani Prof. Halina Szwarc była wśród nas (zmarła w 2002 r.) byłaby szczęśliwa i dumna ze swojego dzieła, a zapewne także zaskoczona rozmiarami, do jakich się rozrosło.

Dziś ruch ludzi trzeciego wieku w Polsce to bowiem 260 uniwersytetów skupiających ponad 100 tys. członków. Liczby mówią same za siebie, świadczą o ogromnym zapotrzebowaniu społecznym na różnorodne formy kształcenia i aktywizacji osób starszych oraz dowodzą nieocenionej roli, jaką w życiu seniorów odgrywiają Uniwersytety Trzeciego Wieku.

W imieniu Zarządu UTW SGH w Warszawie, składam Uniwersytetowi Trzeciego Wieku im prof. Haliny Szwarc najserdeczniejsze gratulacje i życzenia dalszych sukcesów i ekspansywnego rozwoju.

Krystyna Lewkiewicz

Własny biznes

Artykuł ten stanowi wprowadzenie do cyklu artykułów poświęconych wybranym zagadnieniom dotyczącym założenia własnego biznesu. Przedstawione zostaną w nim kwestie, które należy rozstrzygnąć przed podjęciem własnej działalności.

Planując założenie własnego przedsiębiorstwa należy mieć pomysł na jego działalność oraz sprawdzić czy jest on realny. Istnieją różne sposoby generowania pomysłów i oceniania czy są one możliwe do realizacji. Warto się z nimi zapoznać.



Fot. Marek Mutenko

Trzeba wziąć pod uwagę uwarunkowania, w których będzie działało przedsiębiorstwo. Podstawowym zadaniem jest przeanalizowanie uwarunkowań zewnętrznych dla jego funkcjonowania. Dzięki dokonaniu analizy makrootoczenia i otoczenia konkurencyjnego wiadomo będzie, jakie będą szanse i zagrożenia dla niego w otoczeniu. Jest wiele praktycznych metod za pomocą których można dokonać takiej analizy.

Na podstawie dokonanej analizy otoczenia należy sformułować strategię działalności przedsiębiorstwa, obejmującą jego zakres działania (asortyment i skala działalności), docelowy rynek geograficzny, na którym przedsiębiorstwo będzie działać oraz dla jakich klientów przeznaczony jest jego produkt. Ważne jest, żeby w sposób jednoznaczny wyznaczyć cele strategiczne, które mają być osiągnięte przez przedsiębiorstwo i sposoby ich realizacji. Konieczne jest również przemyślenie sposobu konkurowania.

Realizacja strategii działalności przedsiębiorstwa wymaga wyboru odpowiedniej formy prawnej. Dobór jej zależy przede wszystkim od skali i zakresu działania przedsiębiorstwa oraz od specyfiki branży, od możliwości właściciela (posiadanych zasobów kapitałowych, poziomu akceptowanego ryzyka działania, poziomu uprawnień właścicielskich), a także od obowiązujących w danym kraju przepisów prawnych.

Bardzo istotny z punktu widzenia możliwości prowadzenia działalności przedsiębiorstwa oraz jego rozwoju jest aspekt finansowy. Przed rozpoczęciem działalności należy przeanalizować, ja-

kie są możliwości pozyskania kapitału, jakie będą koszty uruchomienia działalności, koszty i przychody prowadzonej działalności oraz określić, jaki jest jej próg rentowności.

Należy również przeanalizować, jakie można zastosować narzędzia marketingowe, aby ułatwić rozpoczęcie działalności. Trzeba sporządzić plan marketingowy opisujący działania zmierzające do zapewnienia sukcesu rynkowego przedsiębiorstwa, ich rozłożenie w czasie oraz niezbędne do osiągnięcia tego celu nakłady. Obejmuje on trzy obszary: badanie i analizę rynku, planowanie oddziaływania na rynek i organizację działalności rynkowej. Powinien precyzyjnie określać cele marketingowe przedsiębiorstwa, sposoby ich realizacji oraz kontroli wyników.

W przedsiębiorstwie należy również w sposób jednoznaczny dokonać podziału pracy pomiędzy poszczególne stanowiska pracy i komórki organizacyjne oraz dokonać podziału władzy poprzez stworzenie hierarchii organizacyjnej. Trzeba opracować odpowiednią strukturę organizacyjną, która musi również zapewnić realizację strategii przedsiębiorstwa. Konieczne jest określenie, jakie zadania będą realizowane na poszczególnych stanowiskach pracy i przez poszczególne komórki organizacyjne. W tym celu nieodzowne jest sporządzenie opisu stanowisk pracy i dokonanie charakterystyki kluczowych zadań wykonywanych przez komórki organizacyjne.

Dla skutecznej realizacji strategii przedsiębiorstwa niezbędni są pracownicy posiadający odpowiednie kompe-

tencje, które umożliwią wykonywanie zadań na zajmowanym stanowisku pracy. Należy zaplanować zasoby kadrowe na poszczególnych stanowiskach pracy i w komórkach organizacyjnych oraz sporządzić profile kompetencyjne pracownika dla każdego stanowiska pracy.

W kolejnych artykułach eksperci odpowiedzą na następujące pytania:

1. Jakie techniki są pomocne przy poszukiwaniu pomysłów na własny biznes?

2. Przy pomocy, jakich narzędzi można dokonać analizy makrootoczenia i otoczenia konkurencyjnego, w którym będzie funkcjonowało przedsiębiorstwo?

3. W jaki sposób należy zbudować strategię działania przedsiębiorstwa?

4. Jaką należy wybrać formę prawną przedsiębiorstwa?

5. W jaki sposób opracować analizę finansową uruchomienia i prowadzenia działalności?

6. Jak należy sporządzić plan marketingowy?

7. Jak należy zaprojektować strukturę organizacyjną przedsiębiorstwa?

8. W jaki sposób należy zaplanować zasoby kadrowe w przedsiębiorstwie?

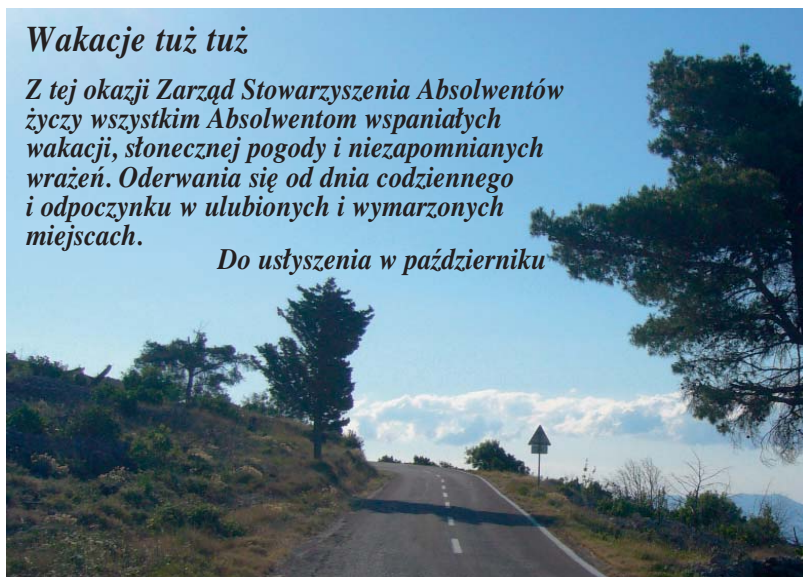
Eksperti będą udzielali porad praktycznych, które ułatwią dokonanie analiz i wykonanie niezbędnych projektów przed podjęciem decyzji o uruchomieniu własnego biznesu. Zachęcamy do przeczytania kolejnych artykułów rozwijających zaprezentowane zagadnienia w kolejnych numerach Absolwenta.

Piotr Wachowiak

Wakacje tuż tuż

Z tej okazji Zarząd Stowarzyszenia Absolwentów życzy wszystkim Absolwentom wspaniałych wakacji, słonecznej pogody i niezapomnianych wrażeń. Oderwania się od dnia codziennego i odpoczynku w ulubionych i wymarzonych miejscach.

Do usłyszenia w październiku



ABSOLWENT

**Miesięcznik Stowarzyszenia
Absolwentów SGH**

redaktor naczelny
Piotr Wachowiak

redaktor prowadzący
Anna Matysiak
tel. 22 564 98 36
e-mail: swsgh@sgh.waw.pl

zespół redakcyjny
Krystyna Lewkowicz
Bartosz Majewski
Olga Biaduń

Adres redakcji
Stowarzyszenie Absolwentów SGH
„Absolwent”
al. Niepodległości 162, pok. 133
02-554 Warszawa