



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



ADAM MICKIEWICZ
UNIVERSITY
POZNAN



SYSTEMIC UNIVERSITY
CHANGE TOWARDS
INTERNATIONALISATION

SZKOLENIE SUCTI Z KOMUNIKACJI MIĘDZYKULTUROWEJ I INTERNACJONALIZACJI

Joanna Domagała, Marcin Witkowski, Justyna Wciórka

June, 2019

Kogo widzisz – słysząc to?

Blind video

<https://www.youtube.com/watch?v=aDQSY2mmCAs>



This content is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.suctionproject.org

Kultura?

KULTURA, czyli cywilizacja, jest to złożona całość, która obejmuje wiedzę, wierzenia, sztukę, moralność, prawa, obyczaje oraz inne zdolności i nawyki nabyte przez ludzi jako członków społeczeństwa.

Edward Taylor



Kultura w budowie!

KULTURA, jest trochę jak wrzucenie Alka- Seltzera do szklanki – nie widzisz go, ale w jakiś sposób coś robi.

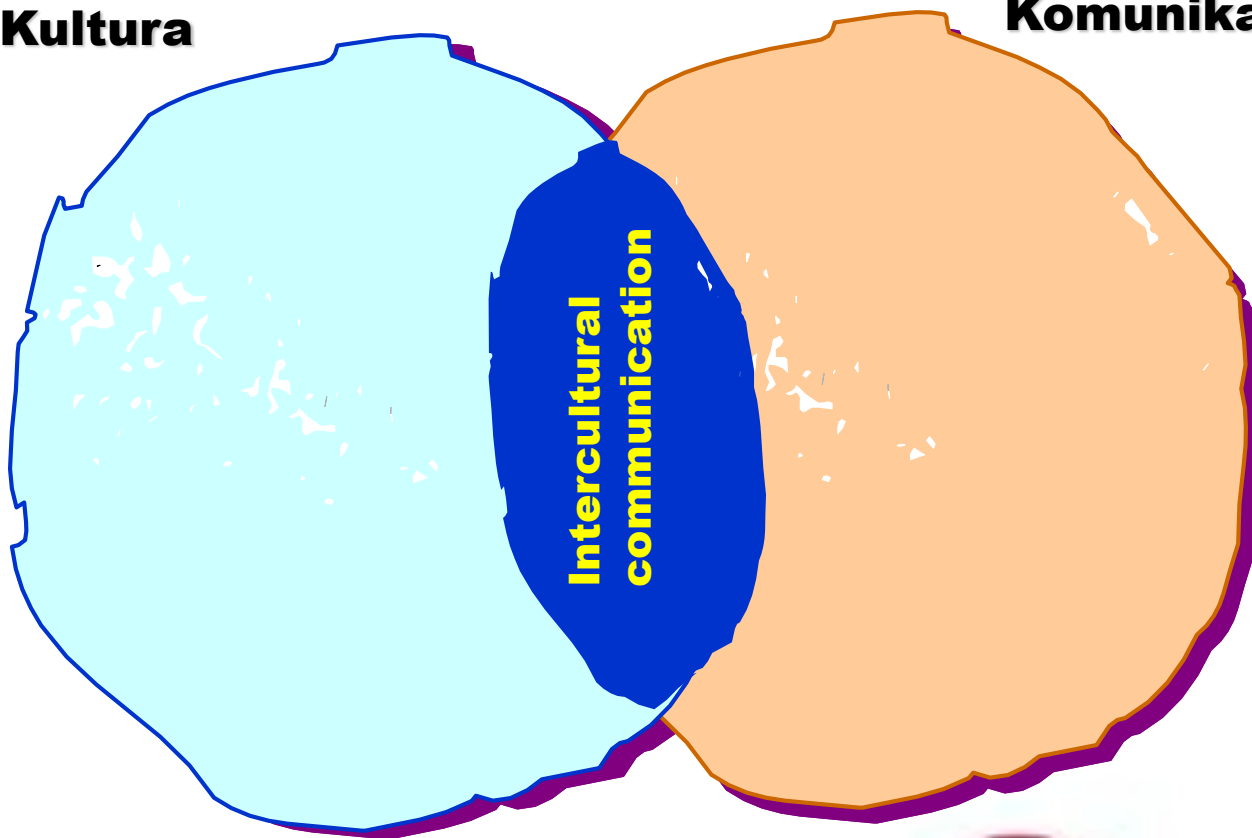
Hans Magnus Enzensberger



Czy wszyscy jesteśmy tacy sami?

Kultura

Komunikacja



Uniwersalne elementy wszystkich kultur:

- Znaczenie grupy oraz jednostki
- Władza
- Relacja między płciami
- Organizacja i przewidywanie przyszłości
- Zakorzenienie w tradycji a otwarcie na zmianę
- Stosunek do pracy
- Wyrażanie emocji



Cel komunikacji międzykulturowej

- Poprawienie komunikacji i ułatwienie nawiązywanie relacji z ludźmi, którzy myślą, odczuwają i stosują inną perspektywę patrzenia – w stosunku do nas

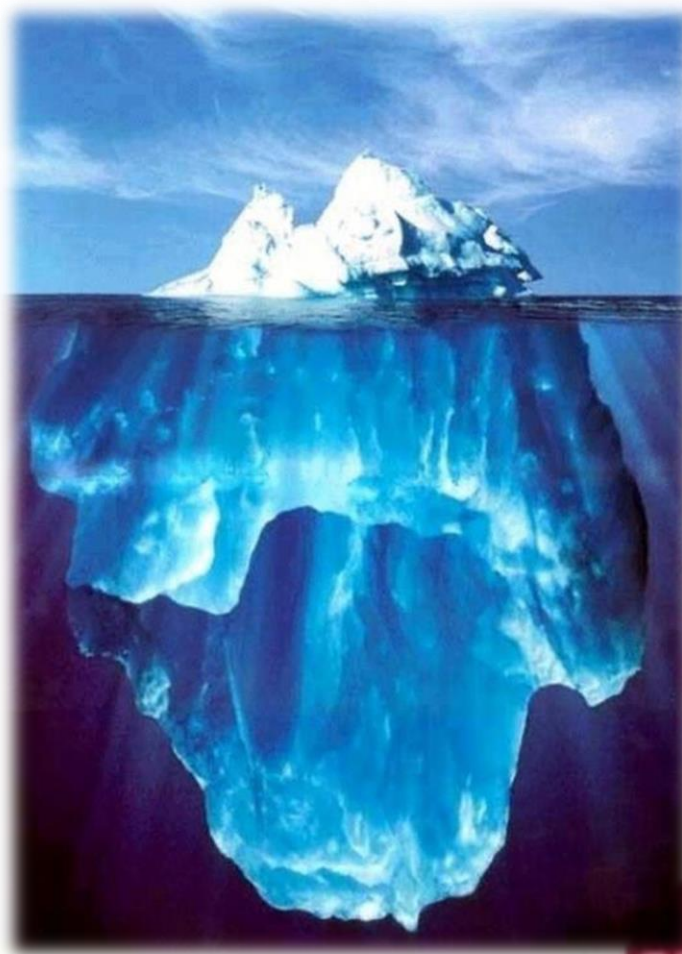


Co wiemy o sobie i innych?

- Kim jestem i kim jest „Obcy”
 - Świadomość własnej kultury i innych kultur
 - Wrażliwość kulturowa
 - Adaptowalność zachowań
 - Czy chodzi tylko o mnie?



Jaka praca jest do wykonania?



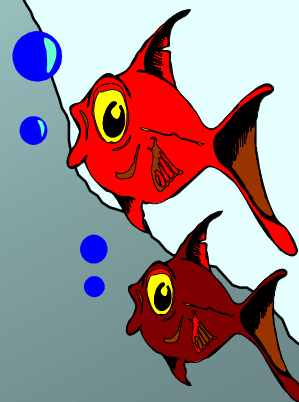
Świadomość różnic kulturowych

Co widać...

A czego

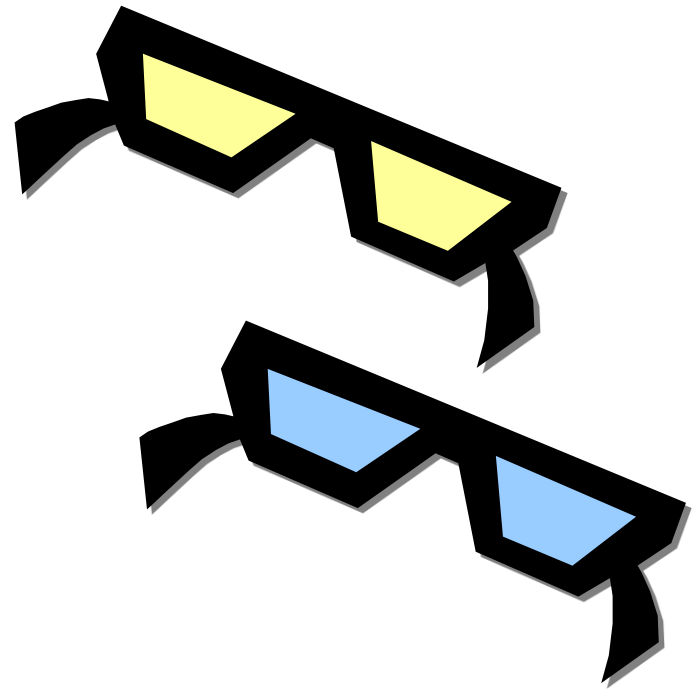
nie widać...

*Obszar poza tym, co
znamy...*



Analogia z okularami przeciwsłonecznymi

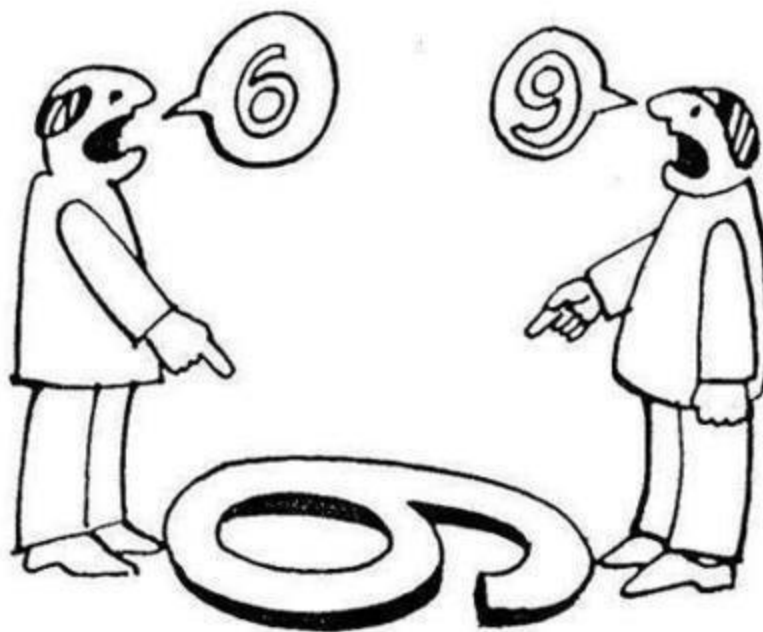
- Czym są okulary?
 - Wartości, zasady, wierzenia
 - Poglądy na świat
 - Ethnocentryzm
 - Stereotypy
 - Uprzedzenia
- Filtry:
 - selektywne
 - percepcja
 - Kontekst sytuacji
 - zakodowane
 - Komunikacja werbalna
 - Komunikacja niewerbalna
- Co się stanie gdy zgubimy okulary?
- Problemy tożsamościowe i adaptacyjne



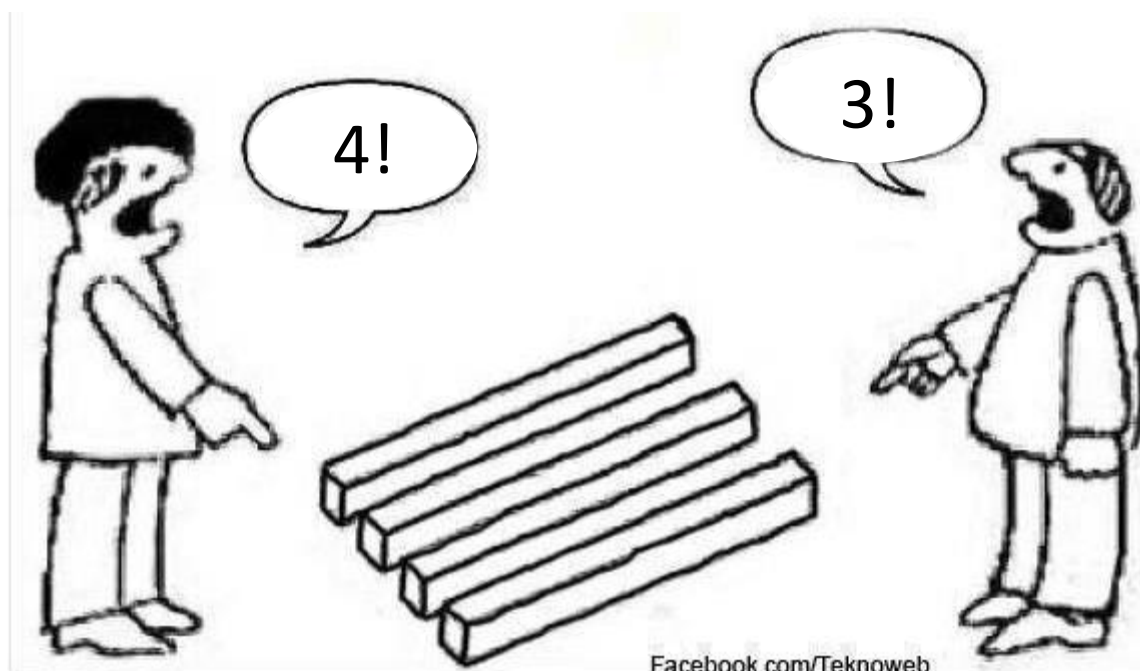
SZOK KULTUROWY

- **Zdezorientowanie**
 - **Stres**
 - **Złość**
- REAKCJA NA PRZENIESIENIE SIĘ DO
INNEGO KRAJU I NOWEGO SYSTEMU
KULTUROWEGO**
- **NOWE BODŹCE** – temperatura, jedzenie wilgotność
 - **WYSIŁEK POZNAWCZY** – ciągła interpretacja
 - **NOWA SIEĆ POWIĄZAŃ**

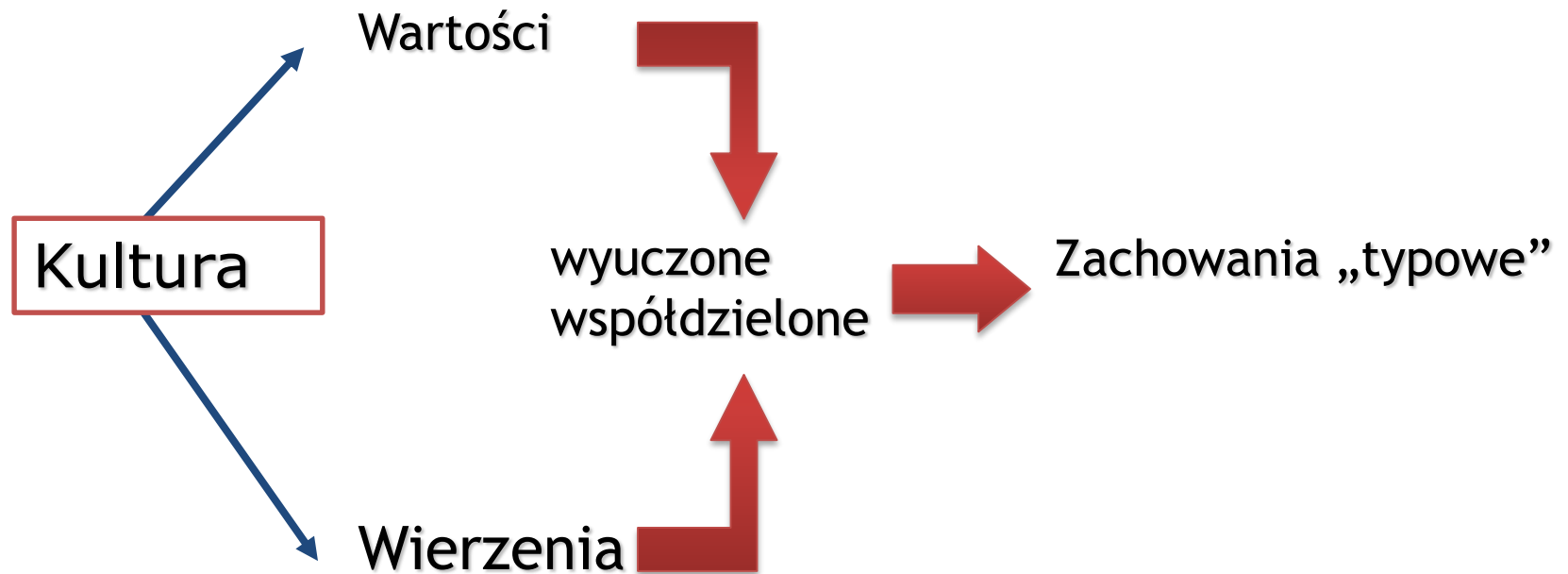
Kto ma racje i gdzie leży prawda?



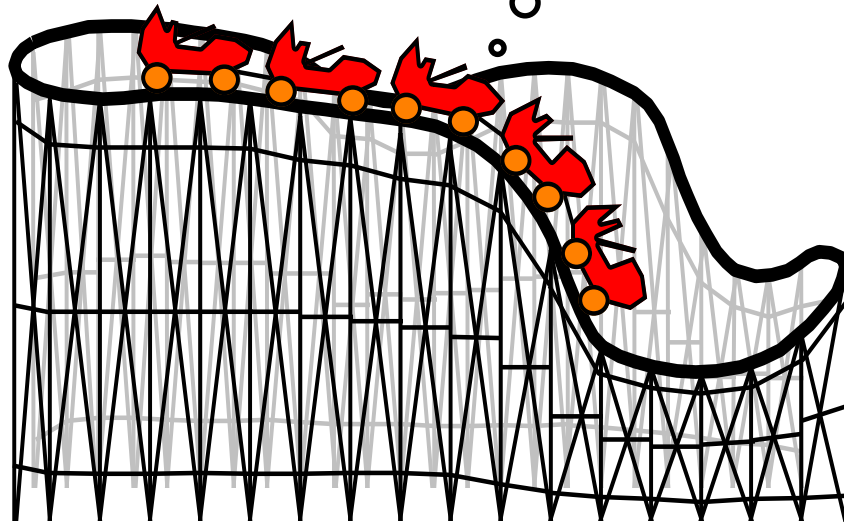
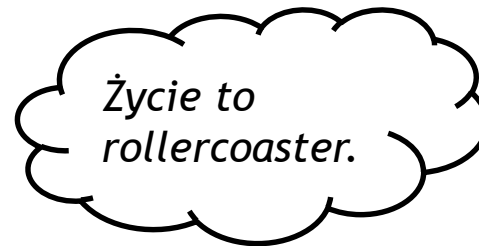
Kto ma racje i gdzie leży prawda?



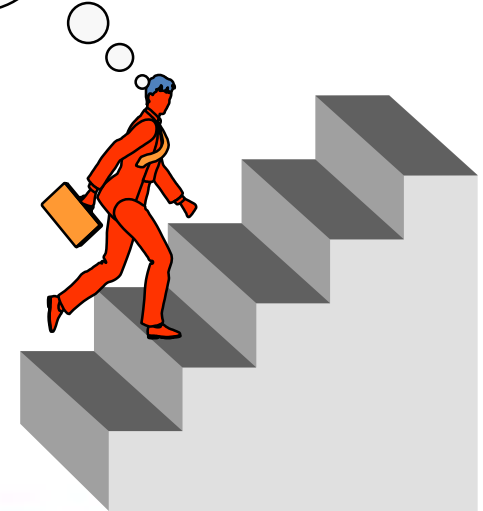
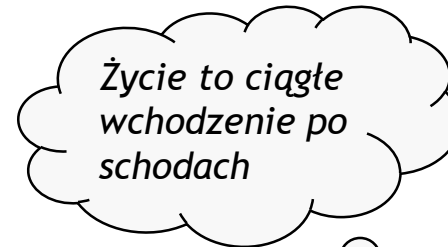
definicja kultury



Kulturowe modele rzeczywistości



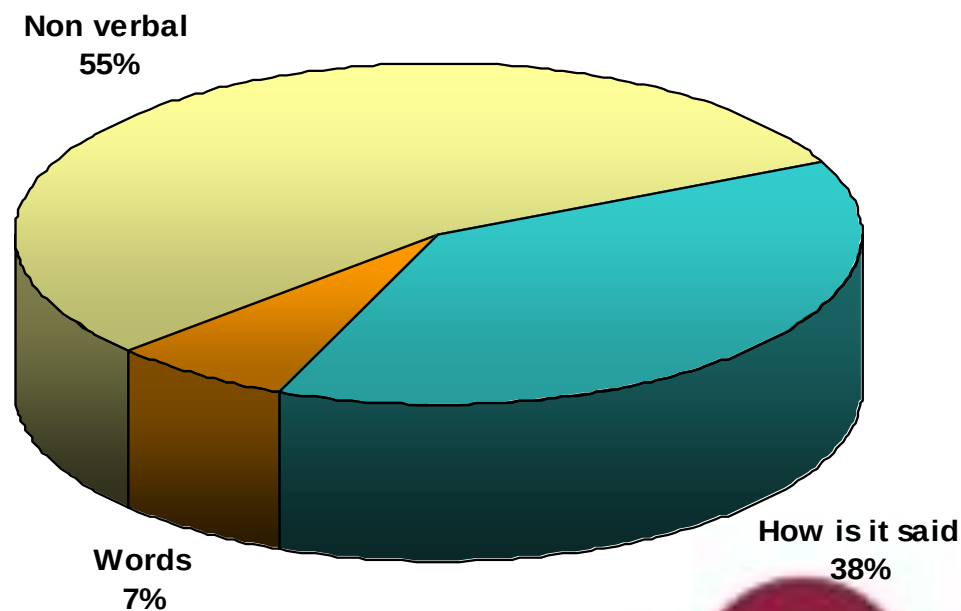
Zbiorowy czas jest pętlą



Indywidualny czas bywa linearny

Ogólny schemat komunikacji

Skuteczność przekazu
Dr. Albert Mehrabian

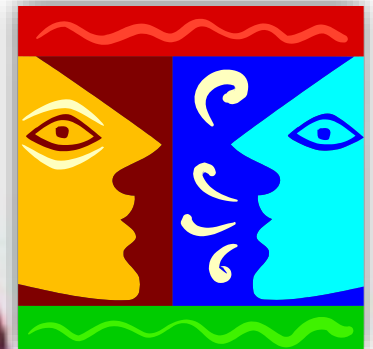


Komunikacja werbalna

cel

Poznać różnice wpływające na zrozumienie przekazu

- Częsty brak ekwiwalentów
- Sposoby artykulacji
- Standardy nauczania i myślenia



SUCTI



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

www.sucti.gov.pl

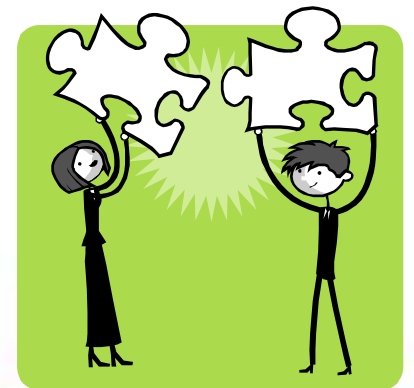


Komunikacja niewerbalna

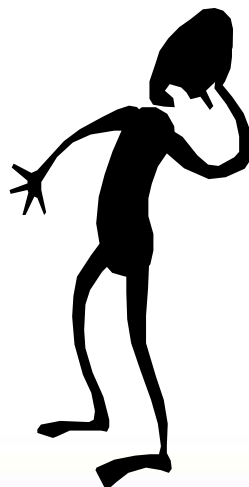
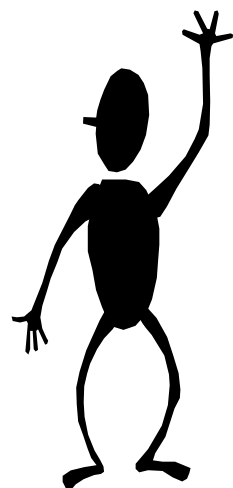
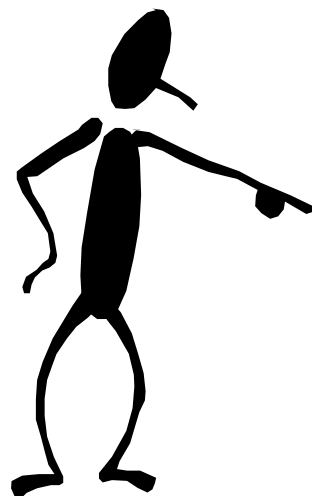
Cel: poznać kody kulturowe, pozwalające prawidłowo odczytać komunikaty

Cechy komunikacji niewerbalnej:

- Kontakt wzrokowy
- Przestrzeń osobista
- Poczucie czasu
- Onomatopetje i inne dźwięki



Co robisz?



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



www.suctiproject.org/

Strategia bazowa w radzeniu sobie z różnicami kulturowymi

- Różnica między obiektywnym opisem sytuacji a jej interpretacją
- Nauczmy się stawiać właściwie brzmiące pytania
 - Dlaczego on/ona to robi? → „Dlaczego jesteś inny/inna ode mnie?” → skupienie na różnicach
 - Skąd się bierze Twoje zachowanie? → Co Cię skłania do takiej postawy?
→ skupienie na podobieństwach

“Zauważyłam, że robisz coś takiego: co to oznacza w Twojej kulturze?”

ćwiczenie



W grupach 4 osobowych wyobraźcie sobie, że jesteście przybyszami z innej planety, które przybyły aby się o nas czegoś dowiedzieć.

Co mogliby przybysze pomyśleć o naszej kulturze?

Co możemy zrobić?

Rozwijać swoje kompetencje:

- Pytaj – zadawaj pytania
- Słuchaj aktywnie
- Wykaż empatie
- Obserwuj
- Na dzień dobry toleruj
- Nabierz dystansu do swojej roli
- Bądź gotowa/y do uczenia się nowych rzeczy
- Rozwijaj umiejętności meta-komunikacyjne
- Bądź asertywny/a
- Policentryzm vs. etnocentryzm

Podsumowanie

"To tylko mały krok dla człowieka ale wielki dla ludzkości".

Neil Armstrong



Sens komunikacji międzykulturowej

“pierwszego dnia wszyscy pokazywaliśmy sobie nasze kraje...trzeciego i czwartego dnia wskazywaliśmy już tylko kontynenty, a po piątym dniu - jedyne co stało się dla nas ważne, to jedna wspólna kula ziemską...”



Astronauta Sultan Bin Salman al-Saud
Arabia Saudyjska
17-24.06.1985



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

www.kulturologia.pl

Stereotypy i ich wpływ na komunikację



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).



www.suctiproject.com

Stereotypy w komunikacji

Pozory mylą...

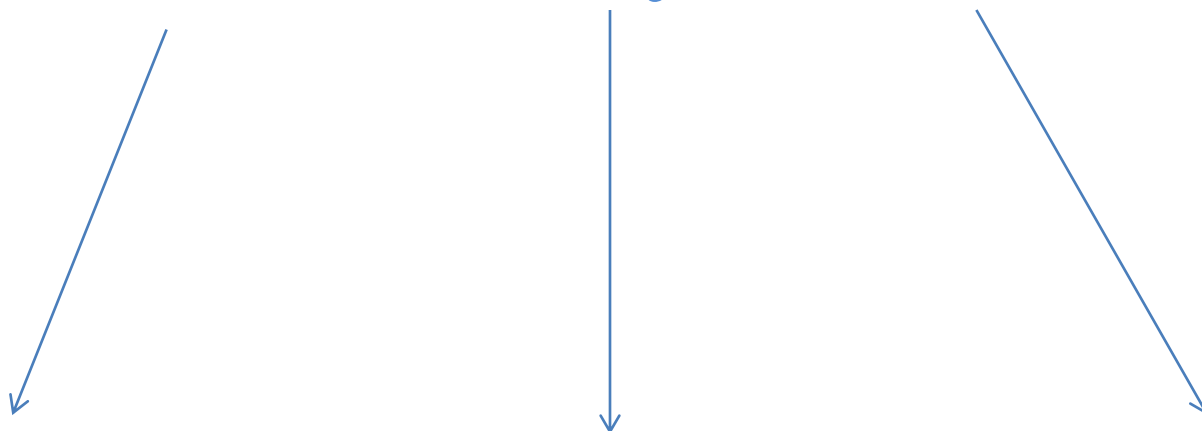




Stereotypy i uprzedzenia



KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA



Komunikacja
werbalna

Kontekst

Komunikacja
niewerbalna

Komunikacja międzykulturowa

SZOK KULTUROWY

- Zdezorientowanie
 - Stres
 - Złość
- REAKCJA NA PRZENIESIENIE SIĘ DO
INNEGO KRAJU I NOWEGO SYSTEMU
KULTUROWEGO**
- **NOWE BODŹCE** – temperatura, jedzenie wilgotność
 - **WYSIŁEK POZNAWCZY** – ciągła interpretacja
 - **NOWA SIEĆ POWIĄZAŃ**



NIE MUSISZ NUDZIĆ SIĘ W ROBOCIE. WEJDŹ NA **bebzol.com**



Tyś użył/a tej licencji na warunkach

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



www.sucti.gov.pl

Czym jest komunikacja międzykulturowa



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.suctiproject.eu/

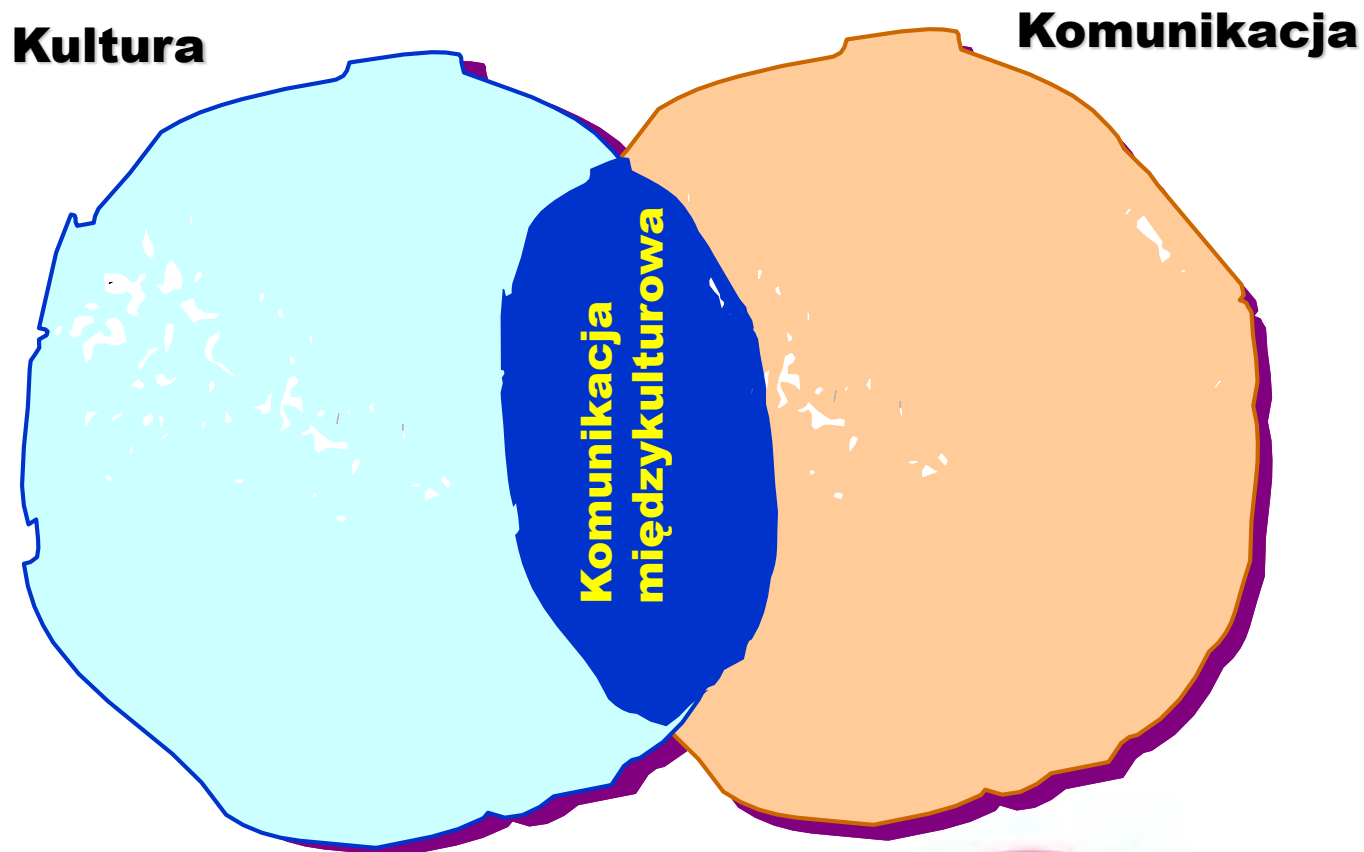
Wiedza

- Co wiem o kulturze danego kraju, w porównaniu do mojej własnej kultury?
- Jakie mam uczucia w tym doświadczeniu?
- Jestem zafascynowany, przerażony, zdziwiony, rozbawiony

Umiejętności

- Czy umiem dostosować moje zachowania do funkcjonowania za granicą i do lepszego zrozumienia zachowania innych?
- Czy mogę w ten sposób zminimalizować szok kulturowy i czuć się swobodnie?

Komunikacja międzykulturowa

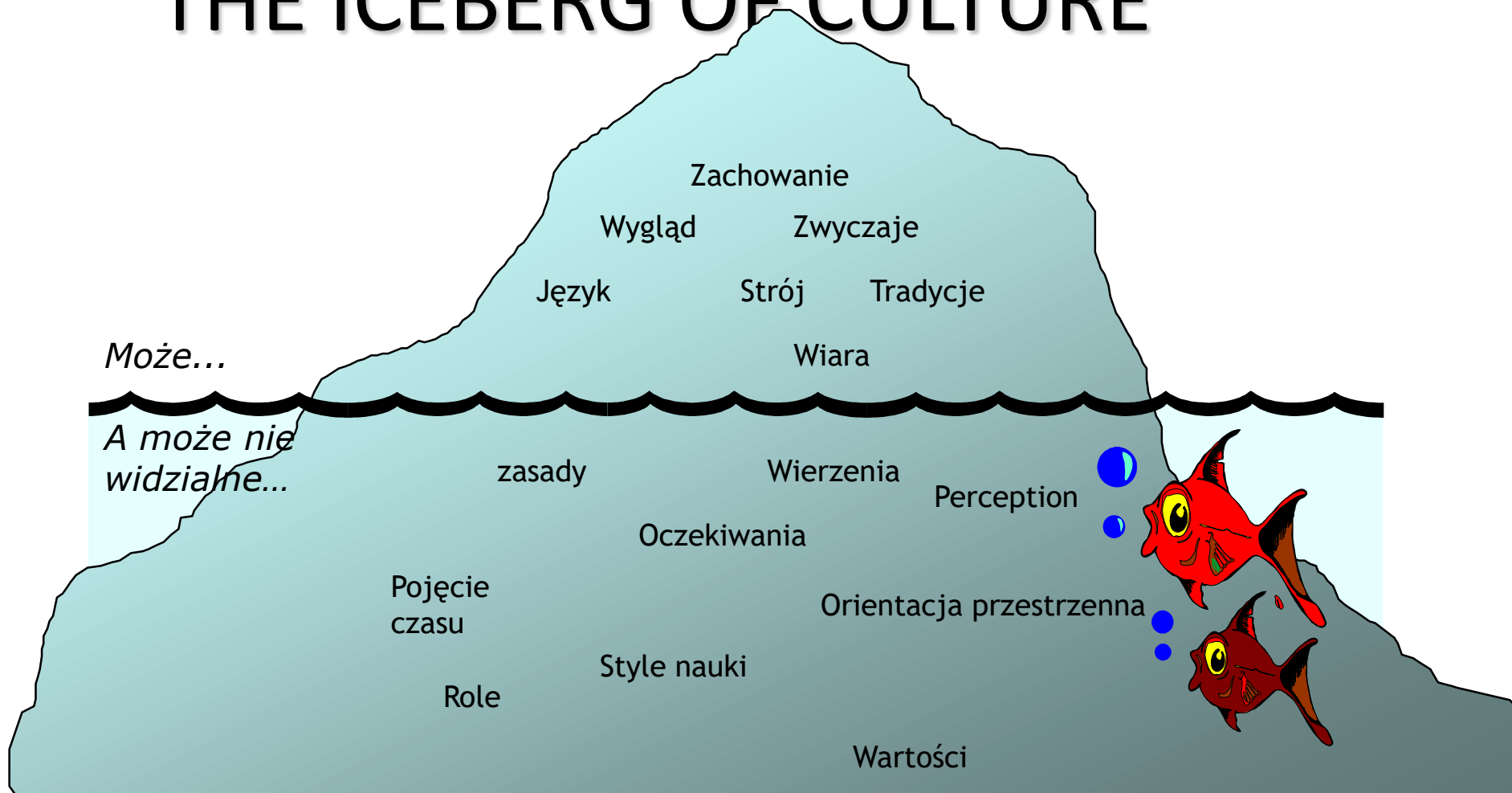


CEL KOMUNIKACJI MIĘDZYKULTUROWEJ

Poprawa komunikacji i relacji między ludźmi, którzy myślą, czują i żyją w innej perspektywie niż ta, do której jesteśmy przyzwyczajeni

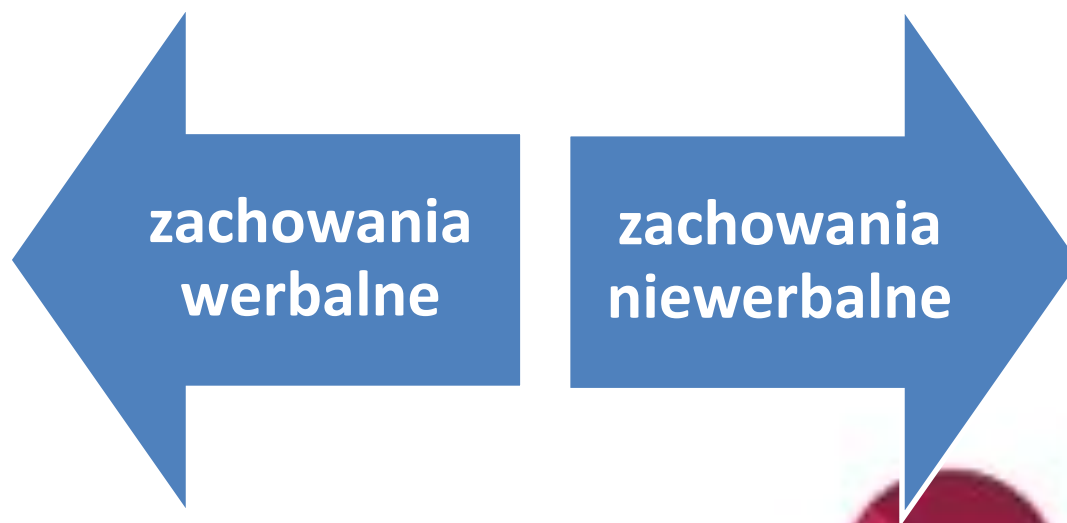


THE ICEBERG OF CULTURE

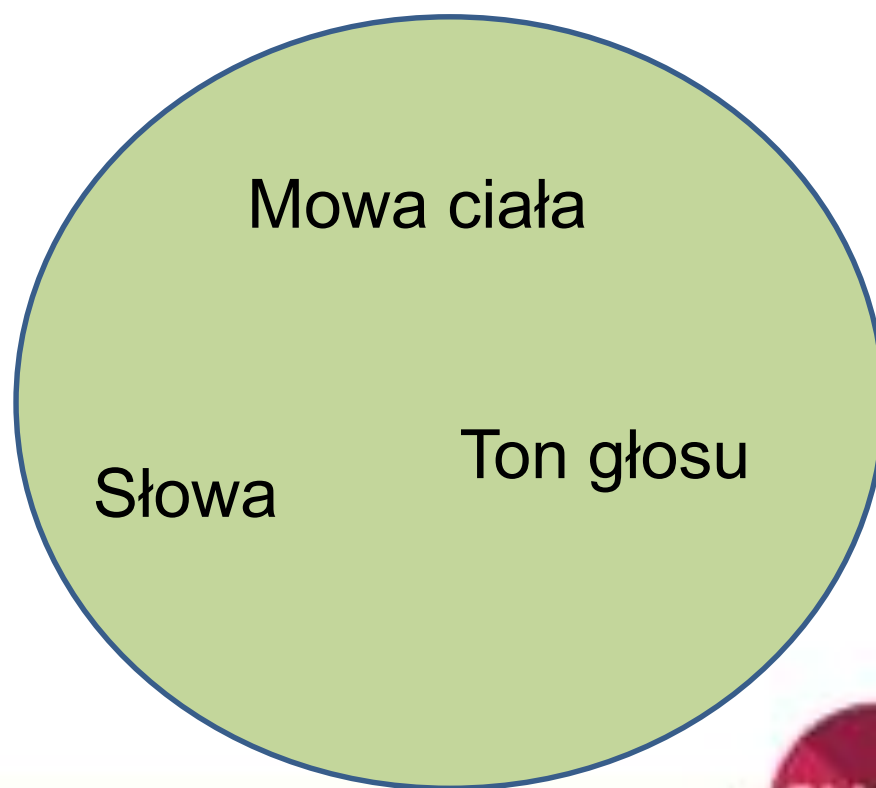


ZNAKI WERBALNE I NIEWERBALNE

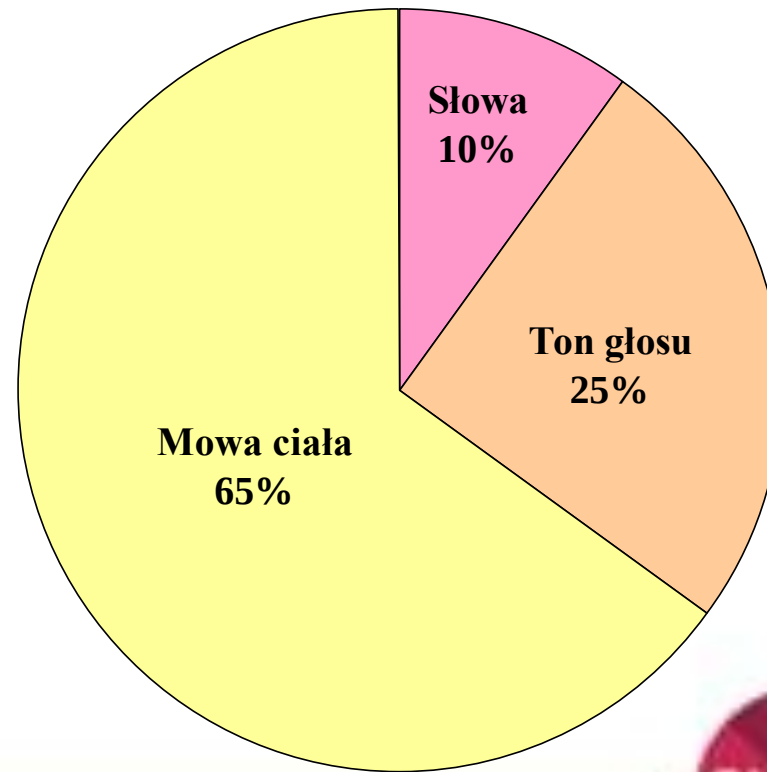
Wiadomość, to, co nadawca chce przekazać, przyjmuje formę sygnałów. Są nimi:



ZNAKI WERBALNE I NIEWERBALNE



ZNAKI WERBALNE I NIEWERBALNE



ZNAKI WERBALNE I NIEWERBALNE



ZNAKI WERBALNE I NIEWERBALNE

Przykłady odczytywania znaków niewerbalnych:

- Za pomocą brwi:
 - całkowite uniesienie do góry - niedowierzanie
 - uniesienie brwi do połowy - zdziwienie
 - stan normalny - uczucia neutralne
 - obniżenie do połowy - zaskópotanie
 - obniżone w sposób całkowity - złość
- gesty:



ZNAKI WERBALNE I NIEWERBALNE

Przykłady odczytywania znaków niewerbalnych:

- Dotyk/ uścisk dłoni



ZNAKI WERBALNE I NIEWERBALNE

Przykłady odczytywania znaków niewerbalnych:

- mimika twarzy





KONCEPCJA KULTURY JAKO GÓRY LODOWEJ



ELEMENTY NIEWIDOCZNE

Przekonania

Wartości

Tożsamość

Misja

Duchowość

TEMPORALNOŚĆ

AKCEPTOWALNE MODELE RELACJI MIĘDZYLUDZKICH

TYPY TEMPERAMENTU

STOSUNEK DO INNOŚCI

PRZESTRZEGANE NORMY

FORMUŁY WSPÓŁPRACY

KRYTERIA ETYCZNE I ESTETYCZNE

POJĘCIA:

- postrzeganie przeszłości,
odczuwanie teraźniejszości, wizja
przyszłości; rodowód; pojęcie
trwania
- *ja* społeczne: relacje rzeczywiste
i przeniesione; otwarcie –
dialog/wspólnota; izolacja –
nieufność/lęk
- choleryk, flegmatyk,
melancholik, sangwinik
- integracja/asymilacja;
antagonizm/separacja
- więź/zespołowość/ wspólne cele
a rywalizacja

Koncepcje czasu:



- liniowe postrzeganie czasu, czas fizyczny
- czas pamięci/czas indywidualny
- czas cykliczny
- czas odnawialny, święty
- czas historyczny
- czas mitu
- czas teleologiczny
- homeostaza
- pętle czasu/kumulacje czasu
- czas jako następstwo
- czas jako trwanie



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.



www.suctiproject.org/

KULTURY MONOCHRONICZNE

Terminowość

- czas decyzji, działania
- pragmatyczne postrzeganie czasu
(*czas to pieniądz*)
- koncentracja na harmonogramie, przywiązanie do zegarka
- niedopuszczalność spóźnień
- szybki upływ czasu, nakaz oszczędzania czasu

kraje Europy Zachodniej, USA, Kanada, Japonia

KULTURY POLICHRONICZNE

Relacje z innymi

- kultura spotkania zakładająca powolność
- inwestowanie czasu
(*czas jako subiektywna materia*)
- rozciągłość czasu, wyzwolenie spod władzy zegarka
- naturalność spóźnień (umowa na porę, nie na godzinę)
- skłonność do ustalania wielu spotkań w tym samym czasie

kraje arabskie, większość
afrykańskich, latynoamerykańskie, Azja Południowa
i Wschodnia

Europa Środkowa i Wschodnia, Południe Europy, Australia, Nowa Zelandia, RPA,
Singapur, Chiny, Tajwan, Hongkong, Korea Południowa



This content is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.suctiproject.org/



Jak się komunikować w kulturze monochronicznej?

- przedstawić uzgodniony harmonogram działania i stosować się do niego, dotrzymywać wyznaczonych terminów
- koncentrować się na realizacji celów: efektywność jako wartość
- intensyfikować działania, przestrzegać ich kolejności
- zapewnić przewidywalność zadań
- analizować skuteczność działań

Jak się komunikować w kulturze polichronicznej?

- uwzględniać *rozciągłość czasu*, zależność od okoliczności
- przeznaczać więcej czasu na realizację zadań
- dostrzec dbałość o relacje, o jakość wykonania (istotniejsza jakość wykonania niż wykonanie *na czas*)
- przyzwalać na wybiórczo realizowany harmonogram, na działania podejmowane poza założoną kolejnością
- uwzględnić nieprzewidywalny rytm pracy
- przeznaczać więcej czasu na realizację celów



RELACJE

KULTURY PROTRANSAKCYJNE

- wymóg merytorycznego przygotowania
- podkreślanie znaczenia kompetencji, dotychczasowych osiągnięć, fachowości
- profesjonalizacja kontaktu, formalny charakter komunikacji
- dobór współpracowników spoza grona osób zaprzyjaźnionych
- często wybór komunikacji pośredniej
- koncentracja na zadaniu, unikanie szczególnej oprawy spotkań
- nieprzywiązywanie uwagi do odrębności zachowań

KULTURY PROPARTNERSKIE

- nastawienie na długie trwanie spotkań
- ciekawość partnera
- nielimitowanie rozmowy
- niezbywalne budowanie relacji
- odsłonięcie prywatności
- preferencja dla pracy z rozpoznanymi ludźmi
- angażowanie rodziny
- kontakt przed kontraktem
- wymóg budowania zaufania, uczenie się zachowań
- dorastanie do wiarygodności



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.socsciproject.org/

KULTURY NIECEREMONIALNE



KULTURY CEREMONIALNE

WYMÓG STOSOWANIA ETYKIETY

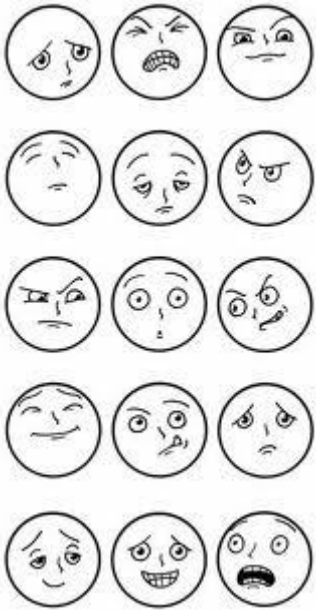
WAŻNOŚĆ OPRAWY SPOTKANIA

STOSOWNOŚĆ
UBIORU

STOSOWANIE
FORM
GRZECZNOŚCIO-
WYCH

BRAK
SPOUFALANIA

OKAZYWANIE
SZACUNKU



KULTURY EKSPRESYJNE

- dopuszczalna spontaniczność zachowań
- akceptowalne przerywanie wypowiedzi, dopowiadanie
- pozostawanie w niewielkim dystansie przestrzennym
- przyzwolenie dla dotyku
- głośność, ruchliwość, wylewność
- wyrazista mimika i gestykulacja
- nietolerancja ciszy
- patrzenie w oczy jako przejaw szczerości
- stosowanie *small talks*

KULTURY POWŚCIGAŁIWE

- - preferencja dla postawy opanowania, postawy zachowawczej
 - realizowanie założonego scenariusza działań
 - poszanowanie dla autonomii wypowiedzi, nieakceptacja wtrąceń
 - zachowanie kolejności wypowiedzi, wyczerpywanie tematu przed podjęciem kolejnego
 - brak uznania dla improwizacji
 - akceptacja milczenia
 - wymóg stosownego dystansu przestrzennego
 - unikanie patrzenia w oczy – patrzenie takie uznane za nazbyt natarczywe, a nawet prowokacyjne
 - unikanie wyrazistej gestykulacji
 - stonowana głośność

GESTY - W SIECI ZNACZEŃ



Znak rozpoznawany w Polsce jako oznaczenie zadowolenia, sukcesu, pomyślności, bywa gestem określającym jedynie cyfrę 1 (Francja, Austria, Niemcy). Na Sardynii jest uznawany za gest silnie obraźliwy, wulgarny, związany z seksualnością.



VICTORIA - znak odsyła do zwycięstwa, w polskiej historii przywołuje także wolność. Na terytorium byłego Imperium Brytyjskiego nie należy kierować ku odbiorcy grzbietu dłoni - nabiera wówczas obraźliwego charakteru, odsyła do historii wojny stuletniej, przywołuje lekceważący gest Francuzów.

GEST PRZYWOŁANIA (wyciągnięty i zgięty palec) – gest skłaniający do podejścia, stosowany wobec osób bliskich. Wobec nieznajomych – niestosowny. Bywa uznawany za gest kuszenia. W Indonezji, Australii i Ameryce Łacińskiej gestem tym wyraża się wolę skorzystania z usług prostytutki. W Azji stosowany jest jako przywołanie psa. Na Filipinach użycie tego gestu może skutkować złamaniem palca – gest ma obraźliwy charakter.





Vegeta (kółko ułożone z kciuka i palca wskazującego) – sygnalizuje w Polsce zadowolenie, stan pożądany. We Francji jest gestem degradującym – oznacza porównanie kogoś/czegoś do zera. W Japonii gest oznacza wymuszenie łapówki. Szczególnie silne i wulgarne znaczenie przypisują temu gestowi Brazylijczycy. Powinniśmy wystrzegać się użycia gestu w Niemczech, Grecji, Turcji, Belgii i Hiszpanii, gdzie uchodzi za obraźliwy. W Meksyku oznacza seks, a w Etiopii sygnalizuje homoseksualizm.



MOUTZA (uniesiona dłoń o rozstawionych palcach) – w Polsce sygnalizuję wolę uspokojenia rozmówcy, tonowania sporu. W krajach arabskich oznacza kategoryczne odmówienie zakupu. W Grecji należy unikać stosowania gestu – to *komunikat* zaczepny, konfrontacyjny (*zjesz moje fekalia*).



FIGA (kciuk wsunięty między palec wskazujący i środkowy) – sygnał odmówienia czegoś lub sygnalizowania znikomych szans na osiągnięcie czegoś. W Brazylii i Portugalii w ten sposób życzymy komuś powodzenia (talizmany w kształcie figi). Wulgarny gest w Turcji, Chinach, Indonezji.

KIWANIE GŁOWĄ, POTAKIWANIE, KRĘCENIE – w polskiej tradycji ruch głową na boki oznacza sygnalizowanie niezgody, a ruchy pionowe – aprobatę. Dokładnie odwrotne znaczenia przypisują tym ruchom Bułgarzy i Japończycy.

UDERZENIE OTWARTĄ DŁONIĄ W SZYJĘ – w Europie Środkowej i Wschodniej zaproszenie do picia alkoholu. We Włoszech przywołuje gilotynę i może być odczytane jako zagrożenie śmiercią.



TARRAGONA

<https://www.tarragonaturisme.cat/en/tarragona-city-human-towers>



LUDZKIE
WIEŻE



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License



www.sucti.gov.uk

INTERNACJONALIZACJA, czyli...



INTEGRACJA

MIĘDZYKULTUROWOŚĆ

WSPÓLNE PROGRAMY KSZTAŁCENIA

STRATEGIE UMIEDZYNARODOWIENIA

ZAGRANICZNY MARKETING AKADEMICKI

MOBILNOŚĆ

UCZESTNICTWO W MIĘDZYNARODOWYCH PROJEKTACH

BUDOWANIE WSPÓLNOTY
NAUKI

DOSTĘPNOŚĆ ŚWIATOWEGO RYNKU
WYDAWNICZEGO

PARTNERSTWA, SIECI
UCZESTNICTWO W KONFERENCJACH
NAUKOWYCH



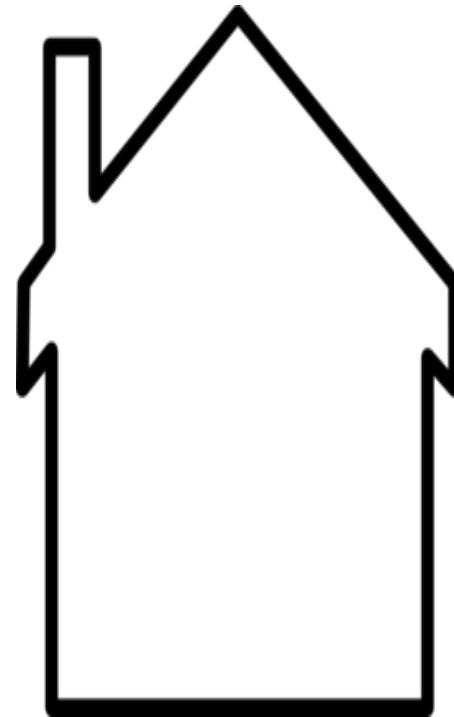
Parametry internacjonalizacji:

- liczba kierunków prowadzonych w językach obcych
- studiujący w językach obcych w relacji do ogólnej liczby studentów
- studenci cudzoziemcy
- liczba absolwentów obcokrajowców
- nauczyciele z zagranicy w stosunku do ogólnej liczby wykładowców
- mobilność akademicka: liczba studentów wyjeżdżających/przyjeżdżających z uczelni partnerskich w proporcji do ogólnej liczby studentów
- wielokulturowość środowiska studenckiego
- kwoty pozyskiwane dzięki realizacji międzynarodowych projektów

DEBATA



INTERNALIZACJA W DOMU



Formy wewnętrznej internacjonalizacji:

- zwiększanie oferty studiów prowadzonych w językach obcych
- uwzględnienie w programach studiów zajęć z komunikacji interkulturowej
- kształcenie postaw dialogowych, propagowanie szacunku wobec inności, traktowanie ciekawości jako naturalnej potrzeby człowieka
- dbałość o jakość i uznawalność kształcenia
- myślenie w kategoriach marki akademickiej
- organizowanie międzynarodowych szkół letnich
- intensyfikacja dostępności kursów językowych
- stała aktualizacja strony internetowej uczelni – sprawdzanie, na ile jest czytelna, skuteczna, pragmatycznie pomyślana, atrakcyjna wizualnie
- rozszerzenie możliwości e-learningowego kształcenia

- zapewnienie anglojęzycznej obsługi w dziekanatach
- organizowanie cyklu spotkań w ramach *pierwszych akademickich dni*
- wspieranie działań promocyjnych
- *uwewnętrznienie* pojęcia *internacjonalizacji w domu* – uznanie powszechnej odpowiedzialności za stan umiędzynarodowienia uczelni, uczynienie umiędzynarodowienia częścią codziennego doświadczenia
- stawianie pytań o charakter własnej aktywności w kontekście międzynarodowym (*Czy korzystam z umiędzynarodowienia? Czy mogę być beneficjentem internacjonalizacji? Czy mam wpływ na umiędzynarodowienie uczelni?*)
- budowanie świadomości uczestnictwa, poczucia bycia uwzględnianym, sprawczości, wpływu (*moja wizja uniwersytetu przyszłości*)
- uruchomienie perspektywy goszczącego: *Jesteśmy u siebie, przybywający boją się bardziej!*

Idea spotkania, przeświadczenie, że
jesteśmy gotowi na to spotkanie, że nasze
doświadczenie jest wystarczające, że czeka
nas poznawcza przygoda.





This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.suctionproject.org/

Universitas (łac.) *unus + versus*

(1.1) ogół, całość

(1.2) wszystek, wszechświat

(1.3) uniwersytet





This article is licensed under a
Creative Commons Attribution 4.0 International License



www.sucti.org/revista/index.php

- plan strategiczny uczelni
- priorytety internacjonalizacji
- wizja uniwersytetu
- UAM w cyfrach



- wypowiedź studentów zagranicznych
- dostępność mobilności dla kadry administracyjnej
- mentor/buddy
- orientation days
- ESN

**PONAD 5 MILIONÓW
ZAGRANICZNYCH STUDIUJĄCYCH
W 2018 ROKU**

**DO 2025 ROKU PRZEWIDYWANA
LICZBA**

9 MILIONÓW



This work is licensed under a

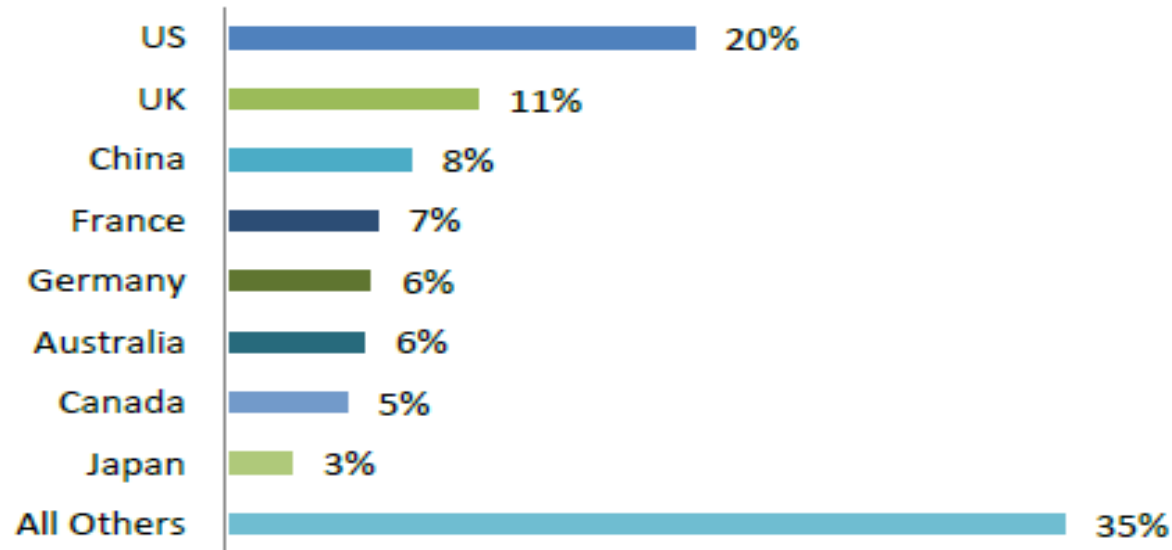
[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.sucti.gov.pl/en

2014

Worldwide: 4.5 million students



Source: *Atlas of Student Mobility*
<http://www.iie.org/projectatlas>



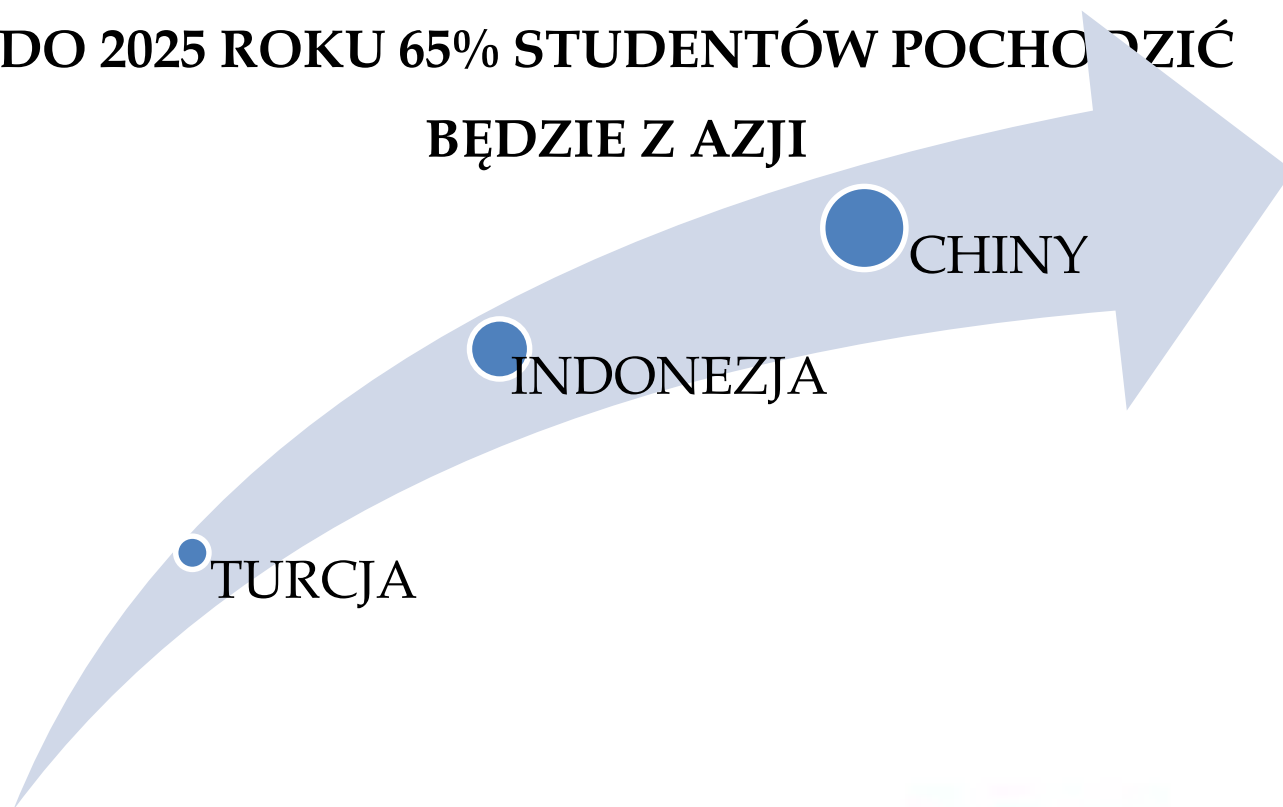
This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.sucti-project.eu

**DO 2025 ROKU 65% STUDENTÓW POCHODZIĆ
BĘDZIE Z AZJI**



UAM w cyfrach - cudzoziemcy stan z 31 grudnia 2017 r.
poza programami mobilnościowymi

724 osób

tryb studiowania:

- na studiach stacjonarnych: 699 osób
- na studiach niestacjonarnych: 25 osób

zasady studiowania:

- na zasadach odpłatności: 349 osób
- bez odpłatności i świadczeń stypendialnych: 3 osoby
- na zasadach obywateli polskich: 322 osób
- stypendyści RP: 49 osób
- stypendyści strony wysyłającej: 1 osoba

rodzaj studiów:

- I stopnia: 410 osób
- II stopnia: 279 osób
- na studiach jednolitych: 35 osób

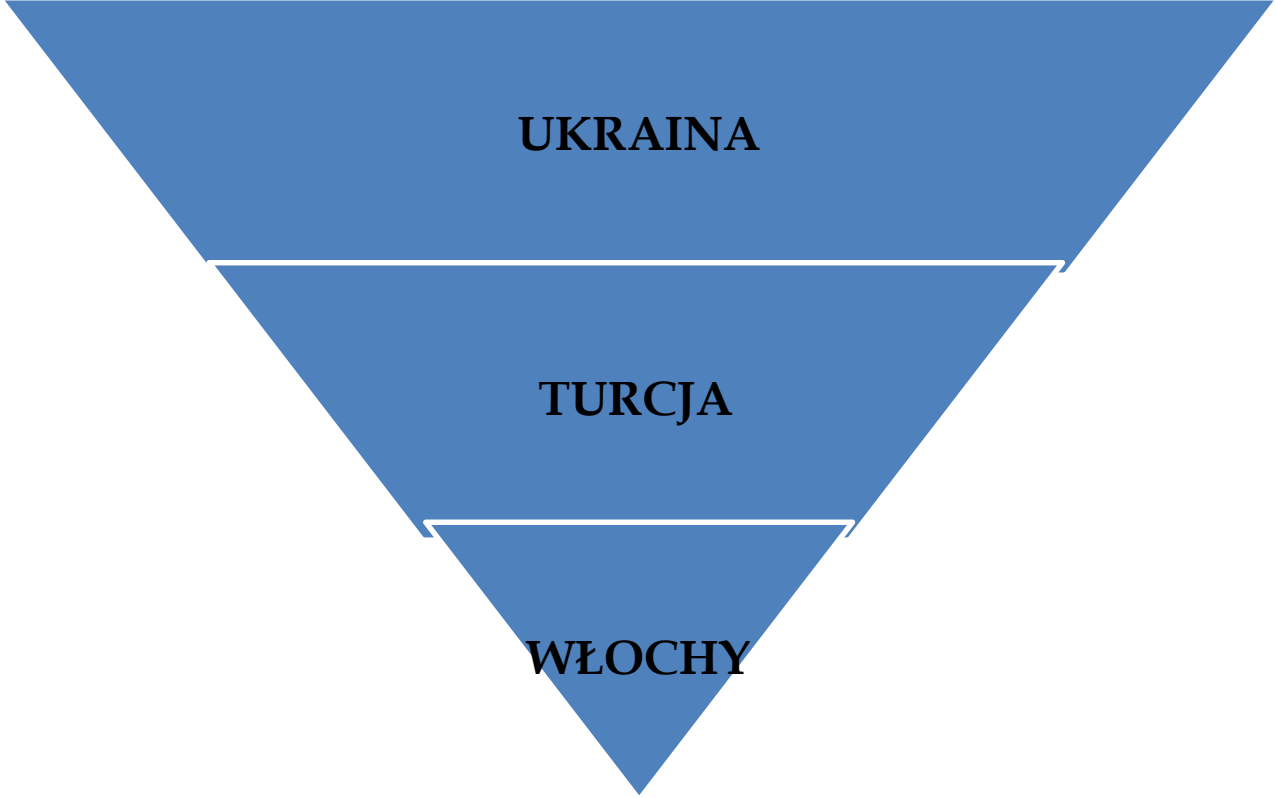


This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.sucti.gov.pl



UKRAINA

TURCJA

WŁOCHY



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.sucti-project.eu/

DLACZEGO AMU?

- 37630 STUDENTÓW POLSKICH
- 745 STUDENTÓW ZAGRANICZNYCH
- 2839 NAUCZYCIELI AKADEMICKICH
- 2238 PRACOWNIKÓW ADMINISTRACJI
 - 15 WYDZIAŁÓW
 - 217 KLUBÓW STUDENCKICH
 - 228 KIERUNKÓW STUDIÓW
- 19 KIERUNKÓW OFEROWANYCH W JĘZYKU ANGIELSKIM
- 313 KONFERENCJI ZORGANIZOWANYCH W 2016/2017

**ZADAJ OCZYWISTE, ALE JEDNOCZEŚNIE
KONIECZNE PYTANIA:**

- Dlaczego zagraniczni studenci wybierają naszą uczelnię?
- Co decyduje o ich wyborze?
- Jakie mogą mieć oczekiwania?
- Z jakimi trudnościami mogą się spotkać?
- Czy wymagają większej uwagi niż rodzimi studenci?
- Co wnoszą do oferowanej przez UAM edukacji?



INTERNACJONALIZACJA – NIE MÓJ PROBLEM!

Czy tylko Dział Współpracy z Zagranicą?

KSZTAŁCENIE	BADANIA	TRANSFER WIEDZY
INTERNACJONALIZACJA		

Ośrodek Edukacji Międzynarodowej (AMU-PIE)
Dział Programów Europejskich
Dział Nauczania
Samodzielna Sekcja ds. Studiów Doktoranckich
Biuro ds. Mobilności Transatlantyckiej
Centrum Marketingu (Sekcja Promocji)
Dział Finansowy
Dział Księgowości i Kosztów
Dział Kadr i Organizacji
Biuro Karier

INTERNACJONALIZACJA TO ZADANIE DLA MNIE!

ZOSTAŃ AMBASADOREM UMIEDZYNARODOWIENIA!

DOSTRZEŻ – POCZUJ – ZMIENŃ NASTAWIENIE!



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.suctiproject.org/



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.suctiproject.org/

Światowe i lokalne trendy w internacjonalizacji



This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).



www.suctiproject.com



Dzień 2

INTERNACJONALIZACJA



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License



www.suctiproject.org/

Gdzie jesteśmy?



- Jaki środek transportu najlepiej obrazuje instytucję, w której pracujesz?
- W jakim jest stanie?
- Jaką rolę pełnisz w tym pojeździe/statku?
- Dokąd Twoim zdaniem zmierza pojazd?
- Jak szybko się porusza?
- Jakich warunków pogodowych dostarcza?

Your Own Institution

- What does your university do in terms of internationalization?
- Does your university have a strategic plan? What about a strategic internationalization plan? What are the international priorities?
- The international vision of the university.
- Our university in figures (rankings, mobility numbers, international students, etc.)
- Experience of one or two international students (can be a live presentation or a video)
- What is the international brand/image of the university?
- What are the mobility opportunities for staff?
- What is the mentor programme? Is there a language buddy system in place?
- What does the university offer international students in terms of orientation?
- Are there student associations who deal with international issues?

CZY UAM MA PLAN STRATEGICZNY ?



GDZIE UMIEŚCIĆ UMIĘDZYNARODOWIENIE?



First Mission:
nauczanie

Second Mission:
badania naukowe

Third Mission:
relacje z otoczeniem

UMIĘDZYNARODOWIENIE



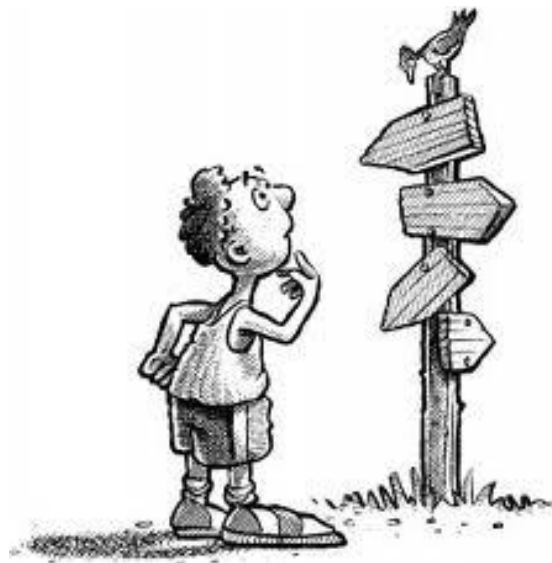
This article is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.sucti.gov.pl/en

SKĄD WIESZ, CO SIĘ DZIEJE NA UAM ?





Polsce. Podczas targów edukacyjnych Ambasadorzy UAM odpowiadają na wszystkie pytania związane z rekrutacją i studiowaniem. Na stoisku kandydaci otrzymują foldery rekrutacyjne, komplet informacji oraz gadzety.

Więcej...

MEZO GWIAZDA INAUGURACYJNEGO KONCERTU NA UAM

Wiadomość, opublikowana 03-10-2018

Z okazji 100-lecia Uniwersytetu Poznańskiego zapraszamy na koncert, który odbędzie się 3 października 2018 r. o godz. 18.00 w Auli Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (ul. Wieniawskiego 1). Koncert udzielną jeden z najpopularniejszych artystów młodego pokolenia: Mezo.

Więcej...

WYRÓŻNIENIE NA SKALE EUROPEJSKIEJ DLA STUDENCKIEGO KOŁA AAPG FUNKCJONUJĄCEGO PRZY INSTYTUCIE GEOLOGII UAM

Wiadomość, opublikowana 10-09-2018

Studenckie Koło Amerykańskiego Stowarzyszenia Geologów Naftowych, działające na Wydziale Nauk Geograficznych i Geologicznych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, zostało wyróżnione międzynarodową nagrodą - Outstanding European Student Chapter Award - przyznaną przez Europe Region Office of AAPG (American Association of Petroleum Geologists) w ramach pierwszej edycji tego wyróżnienia.

Więcej...

RUSZ SIĘ ZAPISY NA UNIWERSYTET OTWARTY

Wiadomość, opublikowana 06-09-2018

W tym roku, jak i w poprzednim, Uniwersytet Otwarty, już 7 września rozpoczyna zapisy na atrakcyjne kursy uniwersyteckie przeznaczone dla wszystkich chętnych powyżej 16 roku życia.

Więcej...

MOST NAUKOWY NAD ODRĄ - VIADRINA I UAM WSPÓLNIE STAWIAJĄ CZŁO WYZWANIOM SPOŁECZEŃSTWA CYFROWEGO

Wiadomość, opublikowana 06-09-2018

Uniwersytet Europejski Viadrina we Frankfurcie nad Odrą i Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu planują współpracę w ramach projektu pod nazwą „European New School for Digital Studies” w Collegium Polonicum w Ślubicach.

Więcej...



Debaty Akademickie UAM & UEP



Filmy promocyjne UAM Zapraszamy do oglądania!



Pobierz folder Rekrutacja 2019/2020



Kolorowy Uniwersytet UAM



Uniwersytet Otwarty



10 September 2018

Digital Entrepreneurship link between Poland and G...

READ MORE →



8 September 2018

Professor Jaskólski sparks international attention



10 September 2018

Outstanding European Student Award for AMU student...

We are happy to announce that the AMU Poznań Student Chapter of the American...

READ MORE →



6 September 2018

New University High School opened on AMU CP Campus



KONTAKT
Strona



Profesor Stefan Lis promował Śniadeckiego (wideo)

Profesor Stefan Lis z Wydziału Chemii UAM, główny organizator obchodów 250 rocznicy urodzin Józefa Śniadeckiego ma powołać do zadaniom. W Wilnie otwarto właśnie wystawę poświęconą wybitnemu badaczowi. To nie koniec obchodów. W październiku w Wilnie odbędzie się też międzynarodowa konferencja...

WYDZIAŁ CHEMII



Fascynujący świat miękczaków



Startuje II edycja Warsztatów dydaktycznych



Nasze diamenty. Marcin Mielewczyk



Torf tarcz przeciw globalnemu ociepleniu

Zobacz więcej



Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
@amupoznan

Strona główna

Posty

Filmy

Zdjęcia

Informacje

YouTube

Instagram

Study under a good trad...

Wydarzenia

Społeczność

Informacje i reklamy

Utwórz stronę



Pokaż wszystkie

Zdjęcia



Pokaż wszystkie

UNIWERSYTET IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU

BIULETYN UAM

Biuletyn UAM nr 124 (423)/09/2018 10-09-2018

Wiadomości

KOLEJNY ROK UNIWERSYTETU OTWARTEGO UAM

Wiadomość, opublikowana 06-09-2018

Uniwersytet Otwarty UAM znalazł już swoje miejsce w życiu naszej uczelni. Od października 2016 roku, kiedy to rozpoczęliśmy pierwsze zajęcia do dzisiaj, uruchomiliśmy 118 kursów dla blisko trzech tysięcy słuchaczy. Rozpoczynamy więc trzeci rok działalności.

Więcej...

MEAL DLA PROF. MIROSLAWA KRZYŻKI Z WYDZIAŁU MATEMATYKI I INFORMATYKI

Wiadomość, opublikowana 04-09-2018

Prof. Mirosław Krzyżko, emerytowany profesor Wydziału Matematyki i Informatyki, otrzymał medal im. Jerzego Szplawy-Heymana przyznany przez Kapitułę Polskiego Towarzystwa Statystycznego.

Więcej...

O POLSKICH BADAANIACH NAD GRIMMAMI W NIEHESKICH DZIENNIKU HNA (HESSISCHE/NIEDERSÄCHSISCHE ALLGEMEINE)

Wiadomość, opublikowana 03-09-2018

Nadażaj za trendami!

University World News

Issue 00268

THE GLOBAL WINDOW ON HIGHER EDUCATION

21 April 2013

Register to receive our free newsletter by email each week

SEARCH

» Global Edition / News / World Round-up / Features / Commentary / World Blogs / Student View / Academic Freedom

Special Reports » Special Editions » Africa Edition / Letters / Archives / HE Events Diary / About Us / Contact Us



Education at a Glance 2016
OECD INDICATORS



OECD



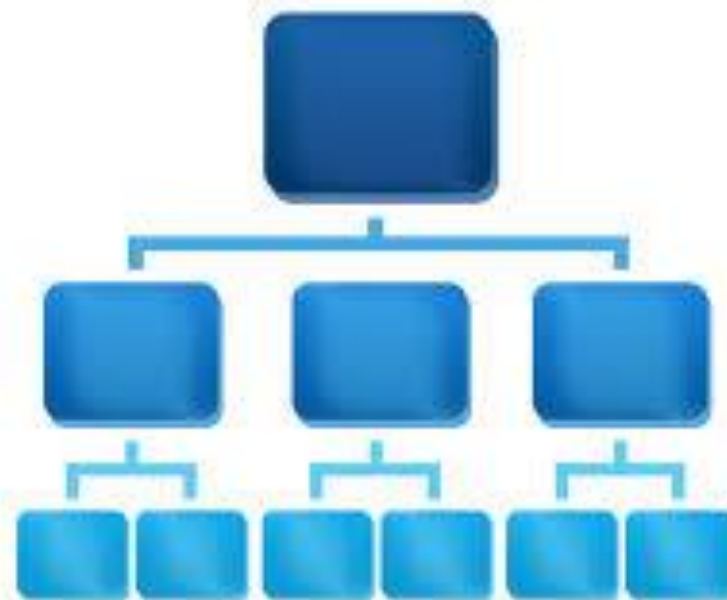
This article is licensed under a

Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license

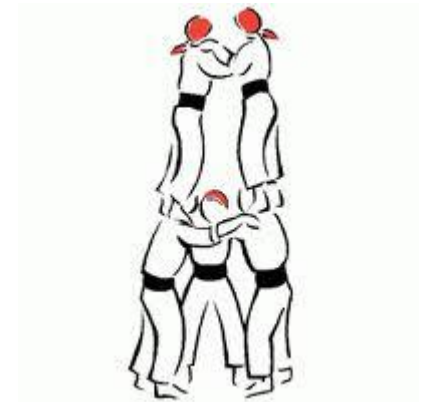
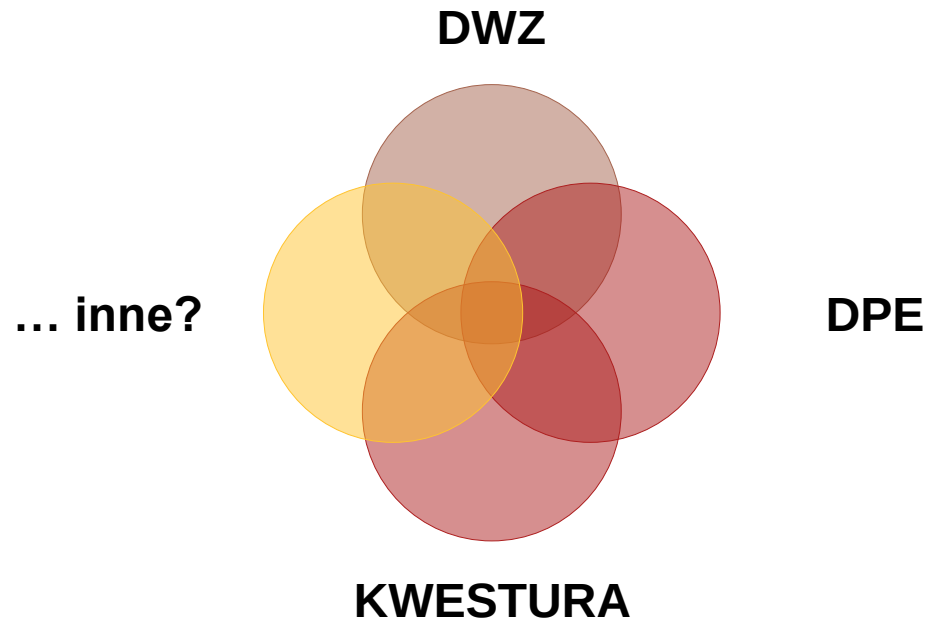
SUCTI

www.sucti.gov.pl

JAKIE DZIAŁY UCZESTNICZĄ W INTERNACJONALIZACJI NA UAM ?



DZIAŁY „MIĘDZYNARODOWE” UAM



Czy znasz te pojęcia?



Study abroad

Offshore campuses

International classroom

Internationalisation of the curriculum

Mobility

MOOCs



GLOBAL TRENDS

Co się dzieje na świecie w globalnych trendach szkolnictwa wyższego?

Czy znasz jakieś trendy w umiędzynarodowieniu?



Trendy w szkolnictwie wyższym na świecie:

Zmiany w światowej demografii

Zwiększenie globalnej mobilności studentów

Szkolnictwo wyższe jako rynek światowy

Spadek finansowania ze środków publicznych szkolnictwa wyższego

Student jako klient

Ponadnarodowe szkolnictwo wyższe

Strategiczne sojusze, partnerstwa i sieci



- Dalszy wzrost mobilności studenckiej



- Wzrost liczby uczelni technicznych



- Zmiany w hierarchii edukacji w Azji



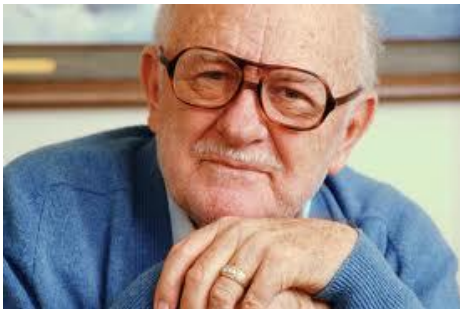
- Ogólna stabilność dla uniwersytetów w kontynentalnej Europie



- Lepsza widoczność uniwersytetów na świecie

1. Zmiany demograficzne

Co się dzieje z populacjami?



- ✓ Mniej urodzeń w krajach rozwiniętych
- ✓ Wiecej urodzeń w krajach rozwijających się
- ✓ Brak rąk do pracy (nie tylko „na zachodzie”)
- ✓ Rosnąca mobilna klasa średnia



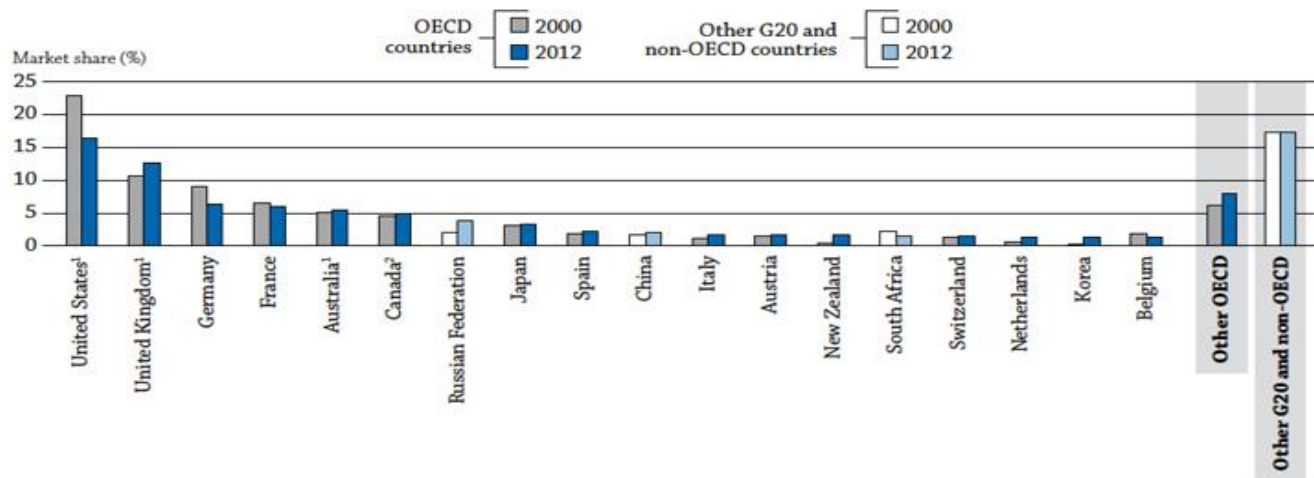
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



www.sucti-project.eu

2. Wzrost globalnej mobilności

- ✓ w 2014 (OECD 2015 report) ponad 5 mln studentów poza granicami własnych krajów
- ✓ Jeśli przyjąć wzrosty z lat 2006-2012 do roku 2025 liczba wzrośnie do 9 mln 2025 (65% to Azja)



3. Globalny rynek wyższej edukacji



- ✓ Popyt na studia przewyższa podaż
- ✓ Studia jako towar
- ✓ Student jako klient
- ✓ Studia to przemysł czy sektor usługowy?
- ✓ Wzrost znaczenia marketingu i sprzedaży
- ✓ Upowszechnienie j.angielskiego

4. Zmiana roli państw narodowych w sektorze

- ✓ Coraz mniej środków publicznych – płaci klient
- ✓ Prywatyzacja sektora wyższej edukacji (uczelnie fundacyjne, „na zamówienie”)
- ✓ Rządy korzystają także politycznie na coraz większej mobilności



5. Zmiana paradygmatu nauczania



- ✓ Filie poza granicami
- ✓ Studia na odległość, MOOCs – blended learning
- ✓ Twinning, joint degrees, franczyzy
- ✓ Różne modele mobilności

6. Strategiczne sojusze, partnerstwa i sieci

- ✓ Wymóg badań interdyscyplinarnych i wielokulturowych zespołów
- ✓ Partnerstwa, które wykraczają poza mobilność
- ✓ Jesteś tylko tak silny, jak silny jest Twój partner

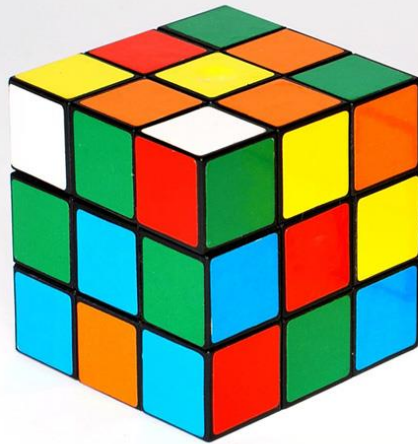


7. Zapotrzebowanie ze strony rynku pracy

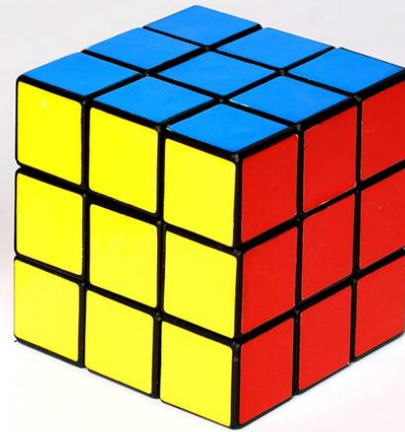
- ✓ Absolwenci z doświadczeniem zagranicznym poszukiwani na rynku
- ✓ Studia za granicą ułatwieniem znalezienia pracy
- ✓ Erasmus Impact Study
- ✓ Rynek pracy otwarty?



8. Polityka



MULTICULTURALISM



NATIONALISM

- ✓ Brexit
- ✓ Język
- ✓ „Trumpizm”
- ✓ Uchodźcy

Ilu studentów zagranicznych
jest na świecie?



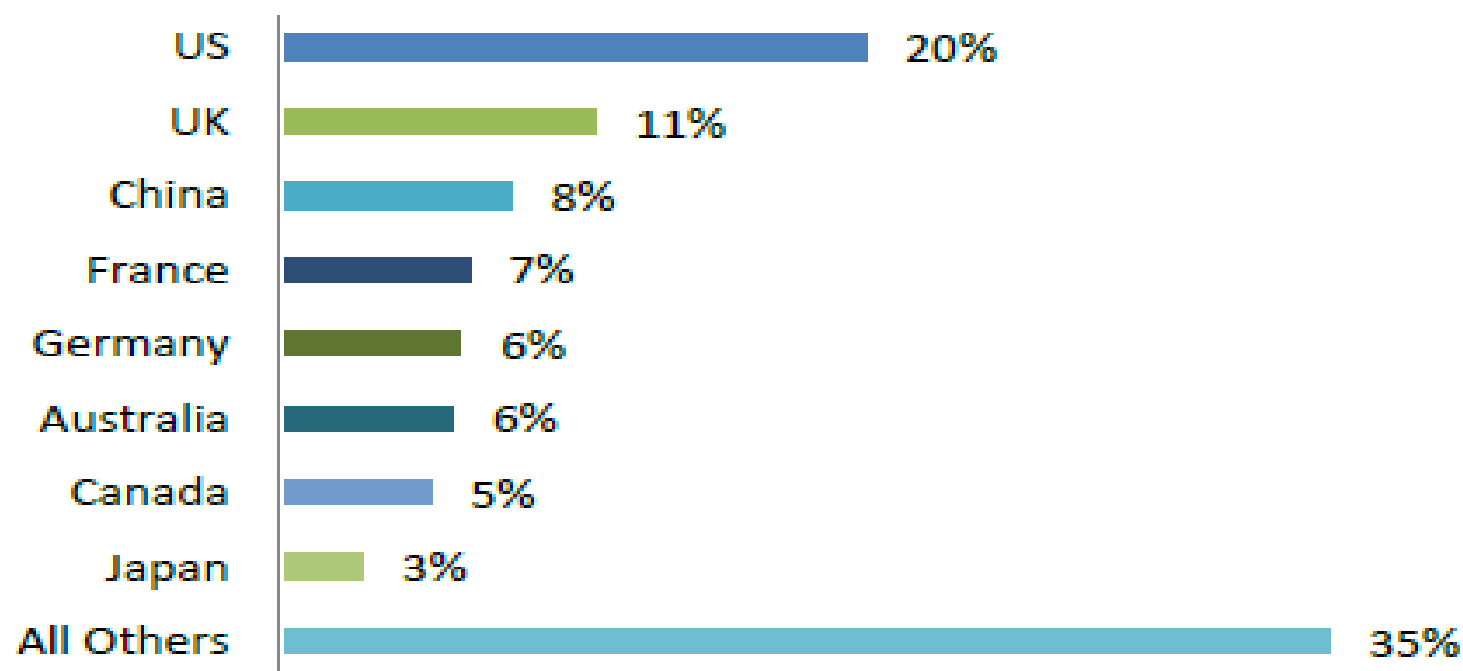
Dokąd wyjeżdżają?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

www.suctiproject.eu

2014



Source: *Atlas of Student Mobility*
<http://www.iie.org/projectatlas>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license.

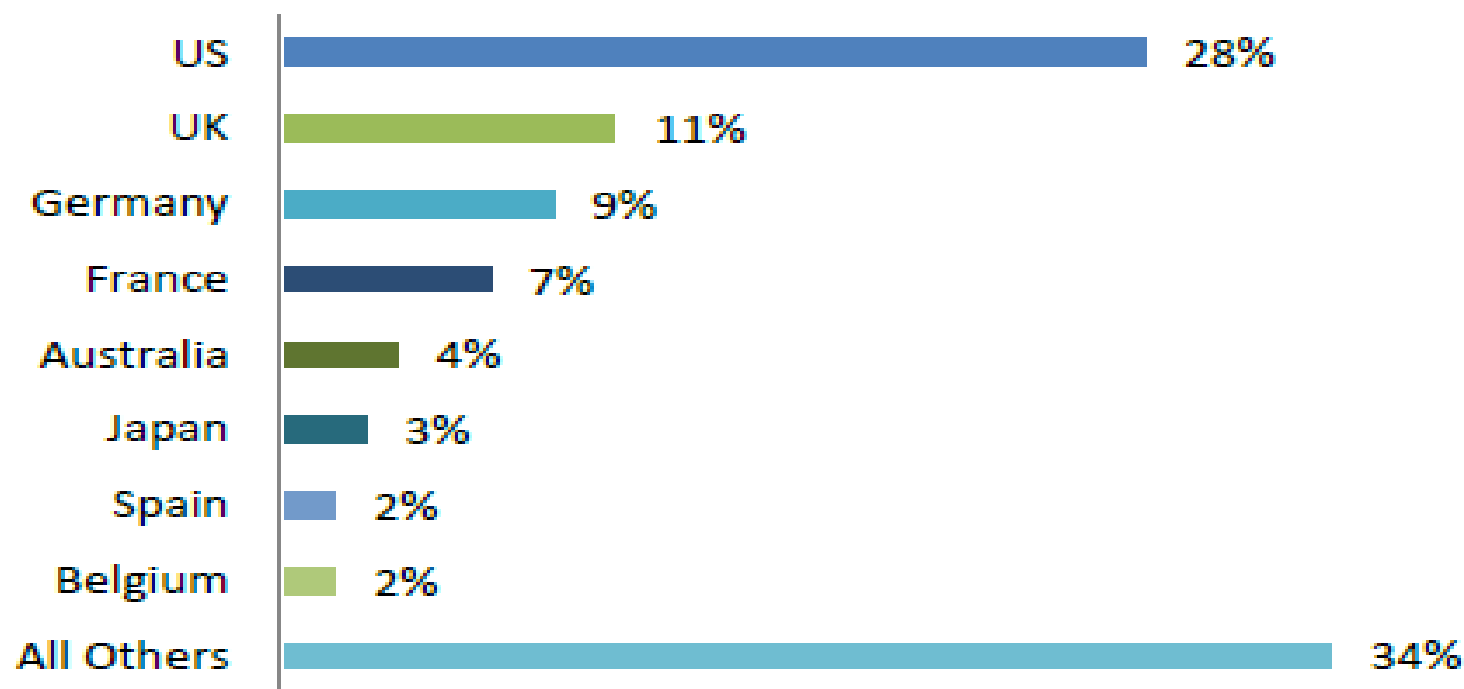


www.suctiproject.sucti.org

B. Top 8 Host Countries of Globally Mobile Students

2001

Worldwide: 2.1 million students



A jak wygląda to procentowo?



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.suctiproject.eu/

Najpopularniejsze kraje przyjmujące

Destination	2013 Total Int'l Students
United States	886,052
United Kingdom	481,050
China	356,499
France	295,092
Germany	282,201
Australia	247,093
Canada	237,635
Japan	135,519



A procentowy rozkład na kraje?



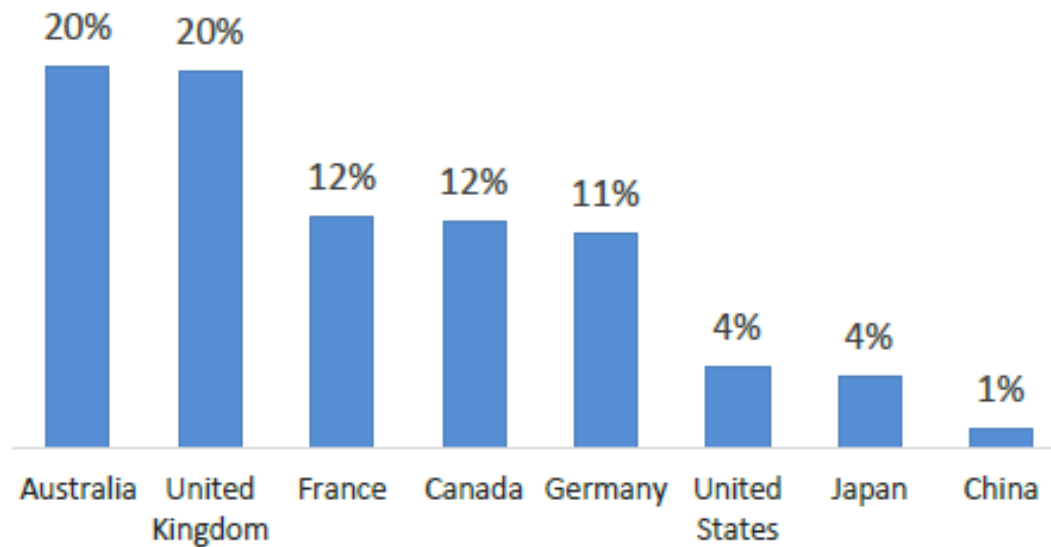
This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



www.sucti-project.eu/

C. International Enrollment as a Percentage of Total Higher Education Enrollment for Top Countries



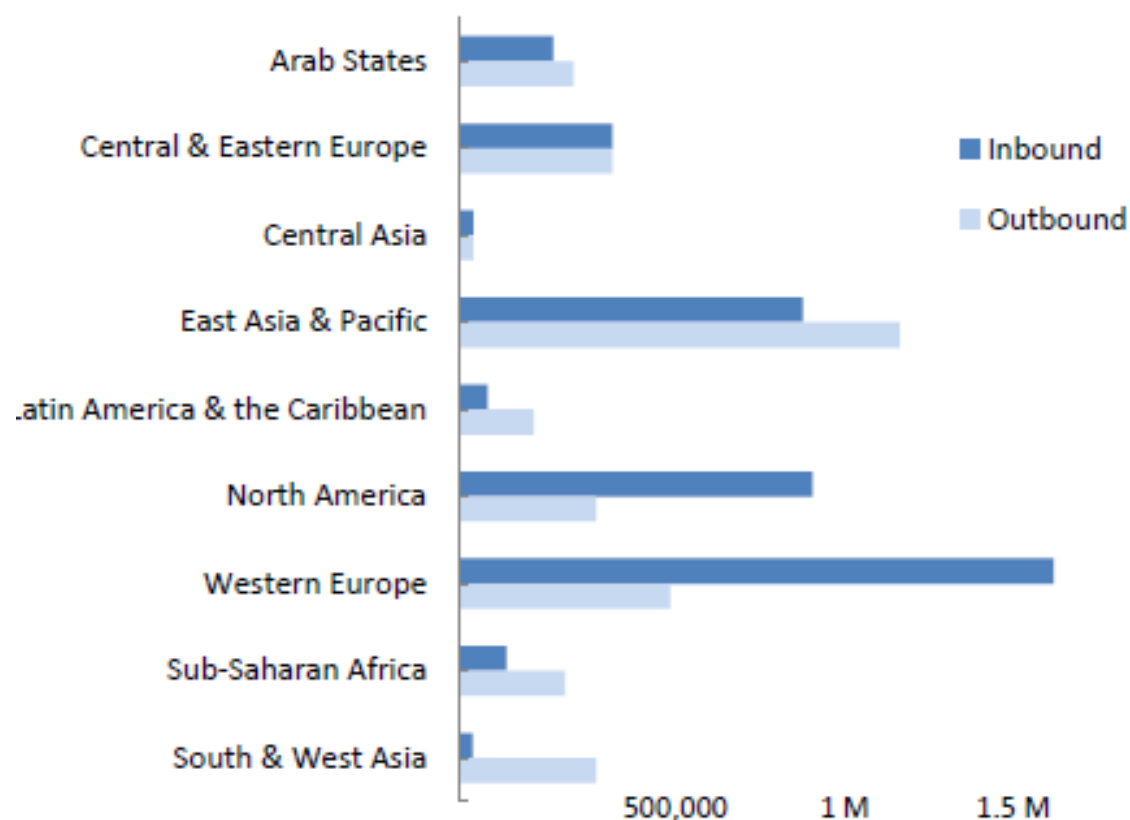
Source: *Atlas of Student Mobility*

Czy jest równowaga między przyjazdami a wyjazdami?



- Dla Polski?
- Dla Ameryki?
- Azji?

E. Global International Educational Exchange Balance, 2012



Source: *Atlas of Student Mobility* and UNESCO, 2014

Które kraje wykazują największe wzrosty?



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

www.sucti-project.eu/

Najszybciej rosnące kraje



- do 2020: Chiny, Indie, USA i Brazylia (już nie Rosja) będą wysyłać ponad połowę wszystkich studentów
- Indonesia, Turcja i Nigeria coraz silniejsze na rynku
- spadek udziału Rosji, Iranu, Korei Płd.
- Coraz więcej studentów płacących czesne

Czy te trendy są faktycznie globalne?



Europa

- ✓ Mniej udziału państwa, więcej udziału opłat czesnego
- ✓ Uniwersytety konkurują o komercyjnego studenta
- ✓ Zwiększa się równowaga mobilności
- ✓ Osie mobilności pn-pd, wsch-zach
- ✓ Język angielski zdominował nauczanie



Ameryka Północna



- ✓ USA tracą pozycję lidera na rzecz Europy w przyciąganiu studentów
- ✓ Względnie mało studentów wyjeżdżających i głównie na pobyty krótkie i szkoły letnie
- ✓ Duży nacisk na badania
- ✓ Ogromne różnice między instytucjami

Ameryka Południowa



- ✓ Inwestycje w programy stypendialne (Chile, Kolumbia, Ekwador)
- ✓ Programy stażowe i treningowe
- ✓ Inwestycje kapitału prywatnego w szkolnictwo wyższe
- ✓ Mobilność wyjazdowe głównie do Ameryki Płn, ale Europa rośnie

Azja



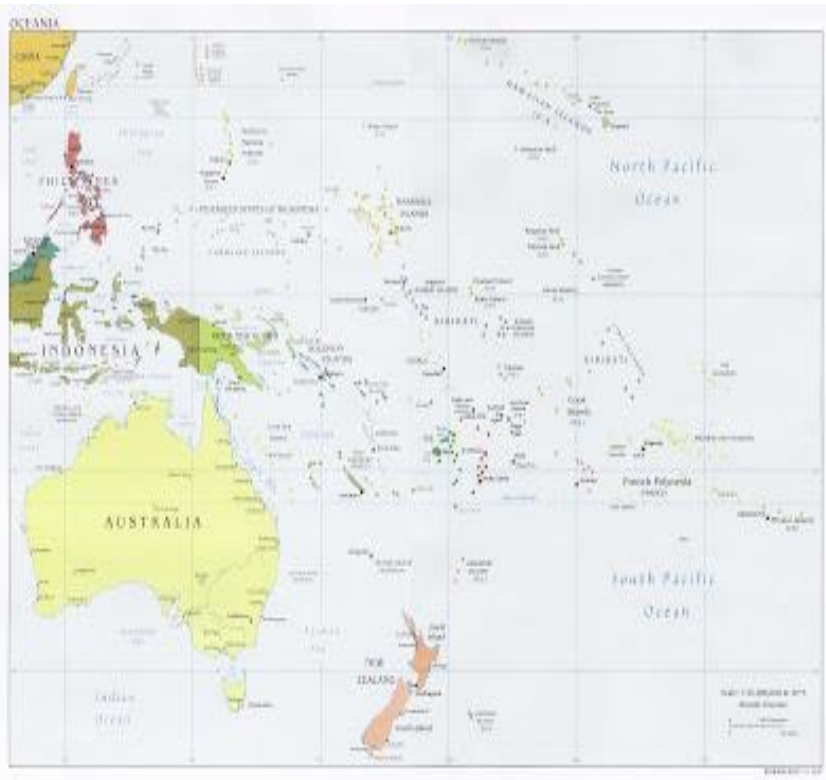
- ✓ Duże programy rządowe (Chiny, Kazachstan, Rosja)
- ✓ Japonia, Korea, Malezja – starzejące się społeczeństwa, preferują krótkie wyjazdy i powroty obowiązkowe do pracy
- ✓ Chiny bronią się przed drenażem mózgów
- ✓ Główne przepływy kierują się do Ameryki Płn, Australii i Wielkiej Brytanii (i reszty Europy)

Afryka



- ✓ The 17.5% of the total government expenditure spend on Education is highest of the world (12,2% in North America and Western Europe).
- ✓ Ongoing Brain drain, not only to Europe, also a brain drain in Africa
- ✓ Increasing number of people going to Gulf countries

Oceania



- ✓ Australia vs. Reszta regionu
- ✓ Od konkurencji do współpracy
- ✓ Programy przyciągania specjalistów
- ✓ Coraz większa uwaga na krajach Pacyfiku

Rankingi szkół wyższych



This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

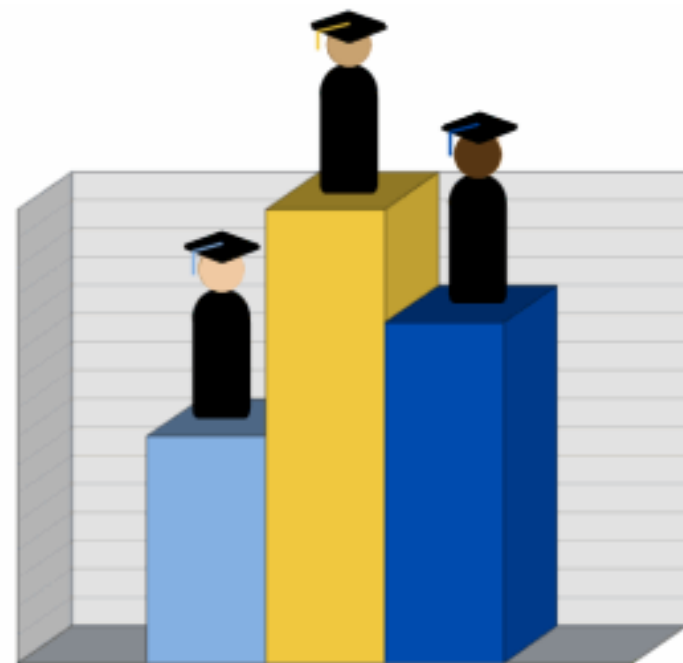


www.suctiproject.com

- Co oznacza hasło ranking?
- Znamy nazwy?
- Jakie są benefits „bycia” w rankingach?



- Porównanie z innymi Uczelniami
- Pozycja Uczelni na globalnym rynku
- Pozyskiwanie studentów



Najbardziej znane rankingi

- [Shanghai Jiao Tong University Ranking](#)
- [The Times World University Ranking](#)
- [QS Top Universities ranking](#)
- [Umultirank](#)

Jakie są najlepsze Uniwersytety? Z jakich krajów pochodzą?



Światowy ranking Uczelni wyższych (2017)

- Pierwsza 20 → tylko 4 z poza USA: UK 3 & Szwajcaria 1
- EU Uniwersytety w top 100: 34
- Pierwsze 100:
 - 48 USA
 - 5 Szwajcaria, 4 Niemcy, 3 Francja, 3 Szwecja, 2 Dania.
 - 9 Wielka Brytania
 - 6 Australia
 - 4 Kanada
 - 1 Chiny

Shanghai ranking 2017



World Top 500 Universities

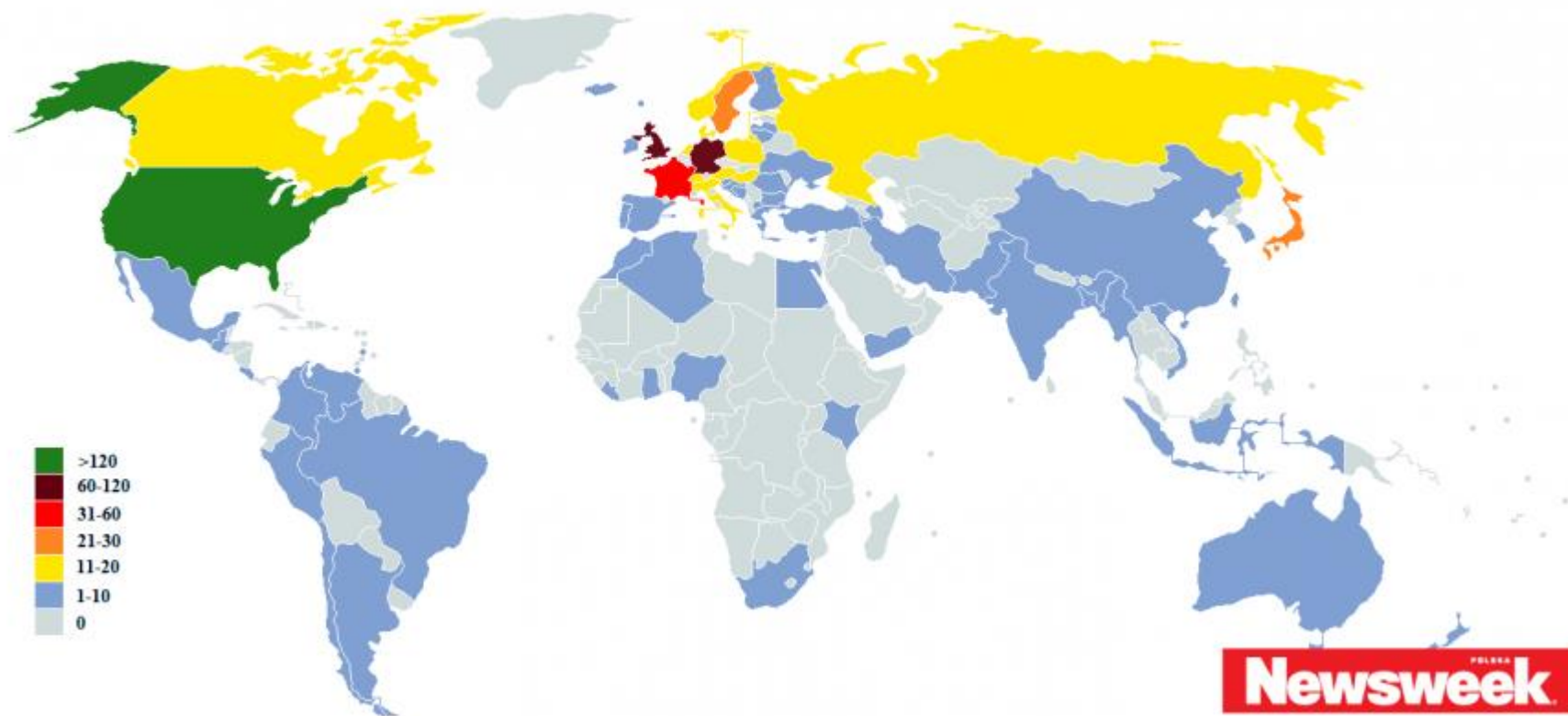
1	Harvard U.		6	Princeton U.	
2	Stanford U.		7	U.Oxford	
3	U.Cambridge		8	Columbia U.	
4	MIT		9	Caltech	
5	UC Berkeley		10	U.Chicago	

[More >](#)



And now?

Liczba laureatów Nagrody Nobla pod względem miejsca urodzenia



Ten artykuł jest udostępniony na

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

www.sucti.gov.pl

QS Ranking 2018



# RANK	UNIVERSITY	LOCATION
2018 ▼	University search	By location ▼
1	 Massachusetts Institute of Technology (MIT)	
2	 Stanford University	
3	 Harvard University	
4	 California Institute of Technology (Caltech)	
5	 University of Cambridge	
6	 University of Oxford	
7	 UCL (University College London)	
8	 Imperial College London	
9	 University of Chicago	
10	 ETH Zurich - Swiss Federal Institute of Technology	



This article is the author's creative work

under the Creative Commons license

www.sucti-project.org/

Czy polskie Uniwersytety znajdują się w Top 100?

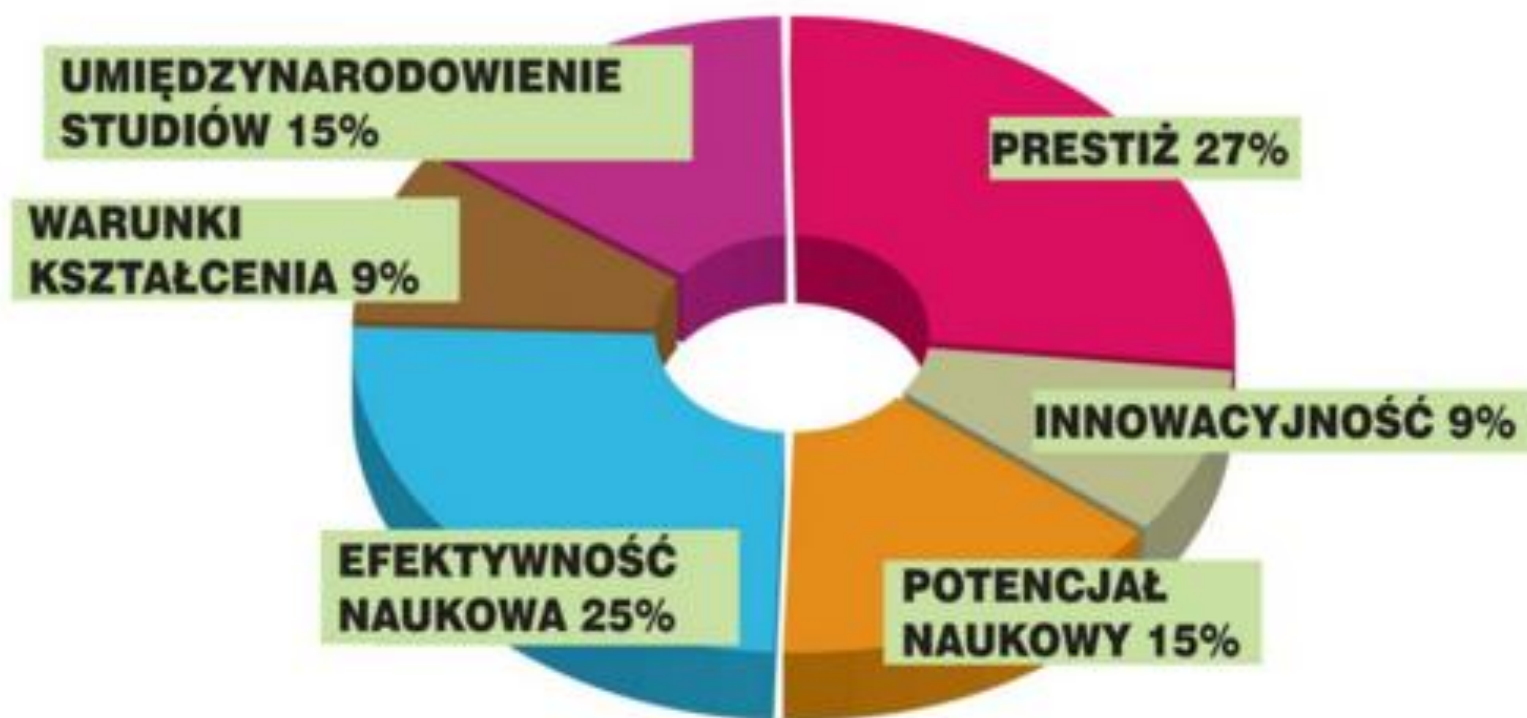


Top 100



Ranking krajowy Perspektywy





UMIĘDZYNARODOWIENIE 15%

Programy studiów w językach obcych – parametr liczony jako suma programów studiów prowadzonych w językach obcych w roku akad. 2015/16. (4%)

Studiujący w językach obcych – parametr mierzony liczbą studentów studiujących w j. obcych w roku akad. 2015/16 w odniesieniu do ogółu studentów. (4%)

Studenci cudzoziemcy – liczba studentów obcokrajowców w proporcji do ogólnej liczby studentów. (3%)

Nauczyciele akademicki z zagranicy – liczba nauczycieli akademickich cudzoziemców w stosunku do ogólnej liczby nauczycieli akademickich. (1%)

Wymiana studencka (wyjazdy) – liczba studentów wyjeżdżających w ramach wymiany zagranicznej, na co najmniej jeden semestr w roku akad. 2014/15, w ramach programu Erasmus, w proporcji do ogólnej liczby studentów. (1%)

Wymiana studencka (przyjazdy) – liczba studentów przyjeżdżających w ramach wymiany, na co najmniej jeden semestr w roku akad. 2014/15, w ramach programu Erasmus, w proporcji do ogólnej liczby studentów. (1%)

Wielokulturowość środowiska studenckiego – liczba krajów, z których pochodzi min 10 studentów cudzoziemców. (1%)

Kryterium - Umiejdzynarodowienie 2018

2018	Nazwa uczelni	WSK
1	Akademia Finansów i Biznesu Vistula	100.0
2	Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie	83.8
3	Collegium Civitas w Warszawie	82.2
4	Uczelnia Łazarskiego w Warszawie	68.5
5=	Politechnika Warszawska	60.1
5=	Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie	60.1
7	Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej	58.9
8	Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	58.2
9	Uniwersytet Medyczny w Lublinie	56.8
10	Społeczna Akademia Nauk z siedzibą w Łodzi	56.1
11=	Uniwersytet Warszawski	54.0
11=	Uniwersytet Jagielloński w Krakowie	53.7
13	Politechnika Wrocławska	48.1
14	Gdański Uniwersytet Medyczny	45.5
15	Uniwersytet Wrocławski	44.9
16	Politechnika Łódzka	42.9
17	Pomorski Uniwersytet Medyczny w Szczecinie	40.9
18	Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu	40.2
19=	Uniwersytet Medyczny im. Piastów Śląskich we Wrocławiu	38.2
19=	Politechnika Gdańska	

Ranking Uczelni Akademickich 2018

1=	Uniwersytet Warszawski	1	1	1	1	100
1=	Uniwersytet Jagielloński w Krakowie	1	2	1	2	99.6
3	Politechnika Warszawska	3	4	4	4	82.8
4	Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	4	3	3	3	81.6
5	Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie	6	6	6	6	78.6
6	Politechnika Wrocławska	4	5	4	5	75.6
7	Gdański Uniwersytet Medyczny	8	9	10	11	66.1
8	Uniwersytet Wrocławski	7	7	7	7	64.3
9=	Politechnika Gdańska	10	15	17	24	61.8
9=	Politechnika Śląska	13	19	22	23	61.3
11	Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu	9	10	9	9	59.6

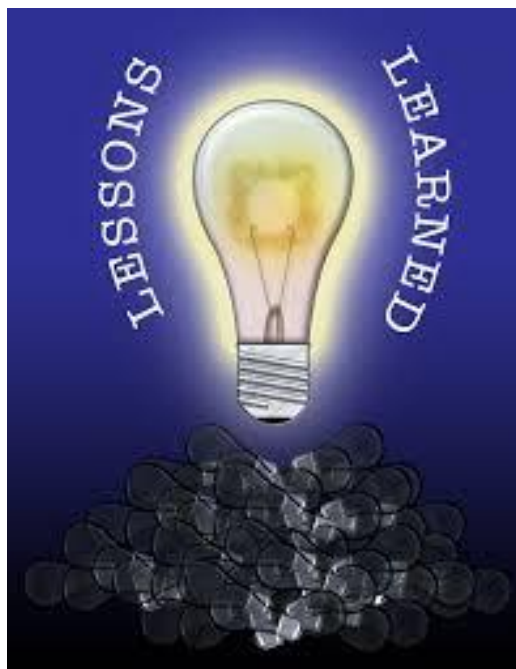
Prestiż akademicki 2018

1	Uniwersytet Jagielloński w Krakowie	100.0
2	Uniwersytet Warszawski	88.3
3	Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu	58.8
4	Politechnika Warszawska	46.5
5	Akademia Górniczo-Hutnicza im. Stanisława Staszica w Krakowie	44.4
6	Uniwersytet Wrocławski	36.0
7	Politechnika Wrocławska	30.5
8	Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu	25.5
9	Warszawski Uniwersytet Medyczny	24.9
10	Szkoła Główna Handlowa w Warszawie	19.0

Jak się czujesz?



- Jedna rzecz, która została w głowie.
- Jedna rzecz, która Ciebie zaskoczyła.
- Myśl dnia....



Dziękujemy za uwagę!



@suctiproject
#SUCTI

www.suctiproject.com
sucti@urv.cat



This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

www.suctiproject.com

Selected License

Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International



This is not a Free Culture License.



There may a newer version of this document.
Please check the project website for further references:
<http://www.suctiproject.com>