

Kamila Adamiak
Robert Kornatowski

Akademickie Biura Karier

Poradnik

Warszawa 2005

© Copyright by Ministerstwo Gospodarki i Pracy, 2005

ISBN 83-60302-30-8

Łamanie i druk: ZWP MGiP. Zam. 1479/05.

SPIS TREŚCI

Rozdział I.	DZIAŁANIA NA RZECZ OGRANICZANIA BEZROBOCIA MŁODZIEŻY W RAMACH PROGRAMU „PIERWSZA PRACA”	7
Rozdział II.	AKADEMICKIE BIURA KARIER – PODSTAWOWE INFORMACJE	10
	1. Co to są Akademickie Biura Karier?	10
	2. Krótka lekcja historii	11
	3. Jakie korzyści daje stworzenie akademickiego biura karier?	11
	4. Tworzymy akademickie biuro karier na naszej uczelni	13
	5. Profil i zakres usług świadczonych przez nasze biuro	13
	6. Założenia logistyczne, struktura organizacyjna i kadra	17
	7. Polityka promocyjna, czyli jak zachęcić do odwiedzania biura	21
	7.1. Strona internetowa	22
	7.2. Tablica informacyjna	23
	7.3. Otwarcie biura – pierwszy krok	24
	8. Finansowanie działalności akademickiego biura karier	25
	9. Partnerzy biura karier – otoczenie zewnętrzne	27
	9.1. Publiczne służby zatrudnienia	27
	9.2. Ogólnopolska Sieć Biur Karier	29
	9.3. Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości	30
	9.4. Agencje zatrudnienia	32
	9.5. Organizacje studenckie i kluby absolwentów	34
	9.6. Przedsiębiorstwa, organizacje pracodawców, związki zawodowe	35
	9.7. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	35
	9.8. Portale internetowe – partnerzy i źródło informacji	36
Rozdział III.	PORADY DLA PRACOWNIKÓW BIURA KARIER	37
	1. Jak zorganizować szkolenia?	37
	2. Targi pracy	39
	3. Jak przygotować warsztat menedżerski?	41
	4. Jak przygotować ofertę w celu pozyskania potencjalnego pracodawcy?	44
	5. Budowanie bazy danych biura karier	46
	5.1. Gromadzenie informacji	46
	5.2. Jak zbudować optymalną i łatwą w korzystaniu bazę danych?	48
	5.3. Budujemy bazy danych o studentach i absolwentach	49
	5.4. Budujemy bazę danych potencjalnych pracodawców i partnerów	50
	6. Biblioteczka akademickiego biura karier	50
Rozdział IV.	BIZNESPLAN DLA ABK	52
	1. Czym jest biznesplan?	52
	2. Struktura i zawartość biznesplanu	53
	2.1. Spis treści, streszczenie projektu przedsięwzięcia	53
	2.2. Dane o przedsiębiorstwie, profil i zakres działania biura, krótka historia biura, dane o osobach tworzących	54
	2.3. Założenia planu strategicznego przedsięwzięcia, opis przedsięwzięcia	54
	2.4. Plan techniczny	54
	2.5. Plan marketingowy	54
	2.6. Plan organizacyjny – plan funkcjonowania biura	54
	2.7. Plan finansowy	55
	2.8. Załączniki	55
	3. Analiza SWOT – szansa na podnoszenie jakości działań biura	55

PODSUMOWANIE	59
<u>Załączniki:</u>	
Załącznik nr 1 – Wykaz Biur Karier w Polsce	61
Załącznik nr 2 – Wykaz Centrów Informacji i Planowania Kariery Zawodowej	94
Załącznik nr 3 – Deklaracja przystąpienia do OSBK	103
Załącznik nr 4 – Wykaz wybranych portali internetowych związanych z rynkiem pracy	104
Załącznik nr 5 – Wzór listu „Nawiązanie kontaktu”	115
Załącznik nr 6 – Wzór listu ofertowego	116
Załącznik nr 7 – Pozyskiwanie informacji do bazy danych o studentach – ankieta	117

Szanowni Państwo,

W ostatnich latach, wraz ze wzrostem liczby wyższych uczelni w Polsce, rozszerzeniem oferty edukacyjnej i łatwiejszym dostępem absolwentów szkół średnich do kontynuowania nauki oraz wzrastającymi oczekiwaniami i ambicjami młodzieży – znacznie zwiększyła się liczba studentów uczelni wyższych i absolwentów legitymujących się wyższym wykształceniem.

Wykształcenie jest traktowane obecnie jak inwestycja, która może zapewnić satysfakcjonujące wynagrodzenie i perspektywy zawodowe oraz zmniejsza istotne ryzyko zagrożenia bezrobociem. Ze wzrostem poziomu wykształcenia zwiększa się możliwość uzyskania pracy, wyższych płac i rośnie mobilność zawodowa pracowników. Dyplom wyższej uczelni zapewne ułatwia poruszanie się na rynku pracy i daje większe możliwości, nie gwarantuje jednak uzyskania zatrudnienia.

Wobec znacznego bezrobocia absolwentów wyższych uczelni, ważną część systemowych rozwiązań na polskim rynku pracy zaczynają stanowić specjalistyczne placówki pomocy dla studentów i absolwentów szkół wyższych nazywane biurami karier. Biura karier jako jednostki organizacyjne tworzone przez wyższe uczelnie, funkcjonują na świecie od wielu lat. Ich głównym zadaniem jest szeroko rozumiana pomoc kierowana do studentów i absolwentów poszukujących właściwego zatrudnienia. Wysoki poziom bezrobocia, zwłaszcza wśród młodych ludzi, będących absolwentami wyższych uczelni, skłonił nas do przygotowania opracowania mającego na celu ułatwienie młodym ludziom dostępu do możliwości podjęcia pracy i jej utrzymania lub podjęcia własnej działalności gospodarczej poprzez rozwój akademickich biur karier.

Niniejszą autorską publikację przygotowaną przez przedstawicieli Fundacji Rozwoju Nauk Społecznych i Ekonomicznych „Pro Futura” kierujemy do wszystkich osób, które angażują się w działania na rzecz studentów i absolwentów. Wyrażamy przekonanie, że publikacja ta będzie przydatna zarówno dla tych, którzy planują rozpoczęcie działalności związanej z prowadzeniem biura karier, jak też dla pracowników działających biur.

Życzymy Państwu sukcesów w prowadzeniu akademickich biur karier. Jednocześnie zwracamy się z uprzejmą prośbą o zgłaszanie uwag i propozycji, które w przyszłości umożliwią nam wzbogacenie kolejnych edycji tego opracowania.

Departament Rynku Pracy

Rozdział I

DZIAŁANIA NA RZECZ OGRANICZANIA BEZROBOCIA MŁODZIEŻY W RAMACH PROGRAMU „PIERWSZA PRACA”

Tworzenie nowej placówki – akademickiego biura karier (ABK) czy usprawnianie funkcjonowania biura karier wymaga wielu umiejętności oraz solidnej i rzetelnej wiedzy, a przede wszystkim zrozumienia konieczności istnienia takiej placówki.

Rozdział ten poświęcamy krótkiemu omówieniu działań, mających na celu zmniejszanie bezrobocia wśród absolwentów szkół (w tym: absolwentów szkół wyższych).

Po to, by pokazać, że problemowi bezrobocia wśród absolwentów szkół wyższych w Polsce można i należy przeciwdziałać.

Tuż przed ukończeniem szkoły wyższej studenci na ogół nie potrafią sobie wyobrazić siebie w roli bezrobotnego. Wręcz przeciwnie, większość z nich uważa, że plany dotyczące przyszłej kariery zawodowej będą miały odzwierciedlenie w rzeczywistości. Niestety, obecna sytuacja na rynku pracy tego nie potwierdza. Absolwentów uczelni przybywa – miejsc pracy jest natomiast niewspółmiernie mniej. Uzyskanie dyplomu nie daje już gwarancji na zdobycie wymarzonej posady. Niekiedy miesiącami trzeba czekać na swoją szansę od losu.

Dlatego też w działaniach administracji rządowej i samorządowej szczególny nacisk skierowano na pomoc ludziom młodym w aktywnym poszukiwaniu pracy i zaistnieniu na rynku pracy. Programy, które wspomagają ograniczenie zjawiska bezrobocia wśród młodzieży, realizowane są w Polsce od wielu lat, zaś najbardziej znanym wśród wyższych uczelni i działających w ich strukturach akademickich biur karier jest, według naszej obserwacji, Program Aktywizacji Zawodowej Absolwentów „Pierwsza Praca”.

Ze względu na społeczną wagę problemu pozostawania bez pracy osób młodych w roku 2002 podjęto decyzję o upowszechnieniu ogólnopolskiej inicjatywy zintegrowanych działań na rzecz ograniczenia bezrobocia wśród młodych ludzi wchodzących na rynek pracy. W tym celu opracowano oraz wdrożono Program Aktywizacji Zawodowej Absolwentów „Pierwsza Praca”, który zaadresowany został do osób bezrobotnych mających status absolwenta. Program ten stanowi integralną część programu społeczno-gospodarczego Rządu oraz jest uzupełnieniem programu „Przede wszystkim przedsiębiorczość”.

Podstawowym celem Programu „Pierwsza Praca” jest niedopuszczenie do tego, aby młodzi ludzie stawali się oraz pozostawali osobami bezrobotnymi. Program ma zatem charakter prewencyjny i stanowi uzupełnienie działań publicznych służb zatrudnienia na rzecz ograniczania bezrobocia ludzi młodych.

Przystąpienie do Programu „Pierwsza Praca” umożliwia młodym ludziom uzyskanie wiedzy o współczesnym rynku pracy, uczy planowania kariery zawodowej, wyposaża w umiejętności praktyczne niezbędne w skutecznym poszukiwaniu pracy, motywuje do dalszego podnoszenia kwalifikacji zawodowych oraz co najważniejsze umożliwia zdobycie doświadczenia zawodowego oraz podjęcie pierwszej pracy.

W ramach Programu „Pierwsza Praca” oferuje się młodym ludziom wsparcie, którego instrumentarium określone zostało w ustawie o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku:

- (a) usługi rynku pracy: pośrednictwo pracy, usługi EURES, poradnictwo zawodowe i informacja zawodowa, pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy, organizacja szkoleń.
- (b) instrumenty rynku pracy: programy takie m.in. jak: staż i przygotowanie zawodowe, zatrudnienie w ramach prac interwencyjnych, zatrudnienie w ramach robót publicznych, przyznanie środków na podjęcie działalności gospodarczej, refundowanie pracodawcy kosztów wyposażenia i doposażenia stanowiska pracy dla skierowanego bezrobotnego, stypendium dla kontynuujących naukę.

Poprzez działania w ramach programu „Pierwsza Praca” pobudzana jest aktywność lokalna w kreowaniu projektów aktywizacji zawodowej. Program uruchamia mechanizmy, które wspomagają rozwiązywanie lokalnych problemów społecznych poprzez angażowanie młodych osób do pracy w organizacjach pozarządowych w charakterze wolontariuszy. Podczas pracy jako wolontariusze młodzi ludzie dostają możliwość poruszania się po rynku pracy i zdobywania różnicowanego doświadczenia zawodowego. Wspomniane możliwości nie tylko przyczyniają się do zapoznawania młodych z rynkiem pracy, ale już bezpośrednio wzmacniają u młodych ludzi zdolności do samodzielnego poruszania się po rynku pracy, do samokształcenia, do kreatywności. Działania takie jak wolontariat, zawarte w programie promują mechanizmy prozatrudnieniowe, chociażby czasowe obniżenie kosztów dodatkowego zatrudnienia absolwentów, co może wpływać na wzrost rozwoju gospodarczego.

Na potrzeby realizacji programu uruchomiono wiele przedsięwzięć promujących zarówno wśród młodych ludzi, jak i pracodawców możliwości jakie daje uczestnictwo w Programie, takich jak: – stronę internetową, specjalny numer telefoniczny, serię zeszytów metodycznych pt: „Vademecum dobrych praktyk” czy „Wyprawka maturzysty” – przewodnik ku karierze.

Uwzględniając potrzeby osób młodych, mających trudności w zdobyciu zatrudnienia, a nie posiadających już statusu absolwenta, podjęta została decyzja o rozszerzeniu w roku 2003 kręgu beneficjentów Programu „Pierwsza Praca” o osoby długotrwale bezrobotne, dotychczas niepracujące w wieku 18–24 lata. W okresie od czerwca 2002 roku do maja 2004 roku główne instrumentarium oferowanego wsparcia w ramach Programu „Pierwsza Praca” regulowała ustawa z dnia 14 grudnia 1994 roku o zatrudnieniu i przeciwdziałaniu bezrobociu oraz ustawa z dnia 18 września 2001 roku o ułatwieniu zatrudnienia absolwentom szkół. Od dnia 1 czerwca 2004 nastąpiły niezwykle istotne zmiany w realizacji Programu „Pierwsza Praca”, związane z wdrażaniem ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 roku o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, która rozszerzyła krąg beneficjentów programu oraz w znaczący sposób wzmocniła oferowane instrumentarium wsparcia. Od tego dnia bowiem Program „Pierwsza Praca” adresowany jest do osób bezrobotnych do 25 roku życia oraz dodatkowo do osób bezrobotnych do 27 roku życia (w przypadku osób kończących wyższe uczelnie kierowanych na staż) dotychczas niepracujących.

Łącznie od momentu wdrożenia Programu „Pierwsza Praca” w czerwcu 2002 roku do marca 2005 roku aktywnymi programami rynku pracy objęto **578 075** osób. Z informacji uzyskiwanych z wojewódzkich urzędów pracy wynika, że zatrudnienie podjęło 183 tys. młodych ludzi objętych aktywnymi programami rynku pracy w ramach Programu „Pierwsza Praca”. Dodatkowo realizacja Programu „Pierwsza Praca” pomogła **1 872,2 tys.** młodym ludziom w wejściu na rynek pracy poprzez objęcie działaniami wspomagającymi, głównie w obszarze pośrednictwa pracy, informacji

zawodowej oraz doradztwa zawodowego. Dla tych osób zorganizowano: **58,1 tys.** spotkań informacyjnych, **388,5 tys.** indywidualnych spotkań z doradcą, **35,8 tys.** zajęć w ramach poradnictwa grupowego i **21,7 tys.** zajęć w zakresie informacji zawodowej, **11,8 tys.** zajęć warsztatowych w ramach budowania indywidualnych planów działania, **11,5 tys.** spotkań w ramach giełd i targów pracy.

Realizacja Programu „Pierwsza Praca” zaangażowała do działań na rzecz młodych ludzi wchodzących na rynek pracy wiele podmiotów poza służbami zatrudnienia. Stworzenie podstaw organizacyjnego rozszerzania działalności prozatrudnieniowej skutkuje wieloma nowymi projektami podejmowanymi wspólnie z partnerami rynku pracy. Nawet jeżeli dany projekt nie zawsze daje młodym ludziom wymierny efekt w postaci stałej pracy, to umożliwia zdobycie przez osoby uczestniczące w projektach wiedzy i umiejętności zwiększających szanse na zatrudnienie.

W ramach programu podjęto wspólnie z partnerami rynku pracy szereg inicjatyw adresowanych nie tylko do osób bezrobotnych, ale także do młodych ludzi będących jeszcze na etapie pobierania edukacji szkolnej i akademickiej. Celem tych projektów jest umożliwienie płynnego wejścia na rynek pracy osobom, które już są na rynku pracy i mają problemy w znalezieniu zatrudnienia, ale także ukierunkowanie na wprowadzanie rozwiązań, które wyposażą młodych ludzi już na etapie nauki szkolnej i akademickiej w narzędzia i umiejętności niezbędne w dotarciu do zatrudnienia po zakończeniu nauki.

Właśnie dzięki realizacji Programu „Pierwsza Praca”: utworzono **816** Gminnych Centrów Informacji, dofinansowano **276** projektów na tworzenie i rozwój Akademickich Biur Karier (w tym 73 projekty tworzenia nowych biur), sfinansowano utworzenie **233** Szkolnych Ośrodków Kariery, uruchomiono **49** Mobilnych Centrów Informacji Zawodowej, w ramach projektu „Praca dla absolwenta” oraz „Praca dla młodych” udzielono młodym ludziom **465** pożyczek na podjęcie własnej działalności gospodarczej oraz **277** pożyczek dla pracodawców na utworzenie 589 miejsc pracy dla młodych ludzi, wsparto **19** projektów umożliwiających młodzieży poznanie różnych form gospodarczych, a zwłaszcza promowanie zasad i wartości spółdzielczych, ułatwiono wejście na rynek pracy licznej grupie osób z orzeczoną znaczną, umiarkowaną lub lekką stopniem niepełnosprawności, podjęto działania mające na celu utworzenie na terenie całego kraju sieci kiosków multimedialnych. w ramach programu „Moja gmina w Unii Europejskiej” w **2495** gminach powołano do życia Gminne Ośrodki Informacji Europejskiej (GOIE), w których objęto stażami **4997** absolwentów szkół wyższych i średnich o kierunkach humanistycznych, w ramach programu „Zielone miejsca pracy” zaktywizowano **5,2 tys. osób**, w tym na staż skierowano 1,6 tys. absolwentów, zaś w ramach robót publicznych zatrudnienie uzyskało 3,6 tys. osób bezrobotnych.

Dotychczasowe wyniki realizacji potwierdzają, że dzięki programowi, znajdująca się w trudnej sytuacji na rynku pracy młodzież może uzyskać wiedzę i umiejętności niezbędne w płynnym wejściu na rynek pracy, jak również zdobyć doświadczenie zawodowe oraz podjąć pierwszą pracę, zamiast zasilić szeregi bezrobotnych.

Ponadto istotnym jest fakt, że Program „Pierwsza Praca” jest pozytywnie postrzegany przez środowisko najbardziej zainteresowane zdobyciem pierwszego doświadczenia zawodowego, a w konsekwencji uzyskaniem i utrzymaniem zatrudnienia, tj. młodych ludzi wchodzących na rynek pracy, jak również cieszy się wielką popularnością wśród pracodawców oczekujących bezpośredniego wsparcia w tworzeniu nowych miejsc pracy. Wszystkim tym, którzy chcieliby zapoznać się szerzej ze szczegółowymi działaniami w ramach Programu „Pierwsza Praca” proponujemy odwiedzenie strony internetowej **www.1praca.gov.pl**.

Rozdział II

AKADEMICKIE BIURA KARIER

– PODSTAWOWE INFORMACJE

1. Co to są akademickie biura karier?

Akademickie biura karier (ABK) to jednostki działające na rzecz aktywizacji zawodowej studentów i absolwentów szkoły wyższej, prowadzone przez szkołę wyższą lub organizację studencką.

Specjalistyczne placówki pomocy studentom i absolwentom szkół wyższych, określane jako akademickie biura karier, funkcjonują pod różnymi nazwami własnymi – najczęściej w ramach uczelni wyższych i są ukierunkowane na studentów i absolwentów danej uczelni. Istnieje także kilka biur prowadzonych przez organizacje działające na rzecz aktywizacji absolwentów szkół wyższych (organizacje studenckie, fundacje, stowarzyszenia).

Do podstawowych zadań biur karier, należy prowadzenie różnorodnych form poszukiwania pracy dla przyszłych i aktualnych absolwentów wyższych uczelni, m.in. poprzez nawiązywanie stałych kontaktów z przedsiębiorcami krajowymi i zagranicznymi, gromadzenie informacji o kursach, stypendiach, studiach podyplomowych i studiach zagranicznych. Biura karier pomagają również studentom i absolwentom w planowaniu ścieżek kariery zawodowej.

Określenia „akademickie biuro karier” lub „biuro karier” przez wiele lat funkcjonowały zamiennie i nie były w pełni doprecyzowane. Ujednoliconą definicja w tym zakresie została wprowadzona ustawą z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. z 2004 r. Nr 99, poz. 1001, z późn. zm.). Zgodnie z tą ustawą do zadań, które stoją przed akademickimi biurami karier zalicza się w szczególności:

- a) dostarczanie studentom i absolwentom szkoły wyższej informacji o rynku pracy i możliwościach podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- b) zbieranie, klasyfikowanie i udostępnianie ofert pracy, staży i praktyk zawodowych,
- c) prowadzenie bazy danych studentów i absolwentów uczelni zainteresowanych znalezieniem pracy,
- d) pomoc pracodawcom w pozyskiwaniu odpowiednich kandydatów na wolne miejsca pracy oraz staże zawodowe,
- e) pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy.

Zadania akademickich biur karier określone w ustawie z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy są między innymi – działaniami z zakresu pośrednictwa pracy i poradnictwa zawodowego, a ich prowadzenie wymaga uzyskania wpisu do rejestru agencji zatrudnienia, prowadzonego przez ministra właściwego ds. pracy – odpowiednio jako agencji pośrednictwa pracy i jako agencji poradnictwa zawodowego.

Dokonywanie wpisu do rejestru agencji zatrudnienia jest bezpłatne. O uzyskanie wpisu do rejestru agencji zatrudnienia mogą ubiegać się podmioty posiadające osobowość prawną. W związku z tym, biura karier nie mogą być samodzielnymi wnioskodawcami o wpis do rejestrów.

Działania w celu uzyskania wpisów powinien podjąć podmiot prowadzący akademickie biuro karier tj. uczelnia lub organizacja studencka. Szczegółowe regulacje dotyczące uzyskiwania wpisu do rejestru agencji zatrudnienia zawarte są w rozporządzeniu Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 1 grudnia 2004 r. w sprawie rejestru agencji zatrudnienia (Dz.U. z 2004 r. Nr 262, poz. 2608), a informacje dla podmiotów zainteresowanych uzyskaniem wpisu i wnioski o wpis dostępne są na stronie internetowej Ministerstwa Gospodarki i Pracy (www.praca.gov.pl).

2. Krótka lekcja historii¹

Wielka Brytania to kolebka powstania pierwszych działań na rzecz aktywizacji pracy studentów i absolwentów uczelni wyższych poprzez Biura Karier (Careers Services).

Namiastki pierwszych biur karier zaczęły powstawać już w XIX wieku w Wielkiej Brytanii. Przez wiele lat swojego funkcjonowania angielskie Biura Karier (Careers Services) doskonaliły sposoby działania, wypracowywały standardy i procedury ułatwiające studentom i absolwentom podjęcie zatrudnienia.

W połowie XX wieku, opierając się na wzorcach brytyjskich, zaczęto tworzyć takie biura w Kanadzie, Australii, Nowej Zelandii, a także w Stanach Zjednoczonych. W większości krajów Europy Zachodniej powstały one głównie w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku. Po przemianach ustrojowych, jakie zaszły w krajach Europy Środkowej, potrzeba tworzenia Biur Karier dotarła także do Polski, Rumunii i Węgier.

W Polsce pierwsze Biuro Karier powstało w 1993 r. na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu, we współpracy z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Toruniu oraz dzięki wsparciu merytorycznemu udzielonemu przez Johna C. Franksa – dyrektora Biura Karier na uniwersytecie w Hull. W cztery lata później dzięki projektowi TEMPUS PHARE powstało osiem kolejnych Biur Karier na uczelniach w całym kraju, tworząc zaczątek nieformalnej organizacji, jaką jest Ogólnopolska Sieć Biur Karier (OSBK). W Polsce w roku akademickim 2004/2005 zarówno na publicznych, jak i niepublicznych uczelniach działało 202 biura karier, spośród których w Ogólnopolskiej Sieci Biur Karier zrzeszonych jest ponad 100 biur karier. Wykaz działających biur karier zamieszczono w załączniku nr 1.

3. Jakie korzyści daje stworzenie akademickiego biura karier?

Działalność akademickich biur karier to nie tylko pomoc w ograniczaniu bezrobocia, to również pomoc w budowaniu wizerunku uczelni dbającej o studenta i absolwenta oraz wsparcie procesu rekrutacji na studia.

Chcąc utworzyć na uczelni akademickie biuro karier powinniśmy pamiętać, że decyzję o jego powstaniu wydają wyłącznie władze uczelni. Na wielu uczelniach wyższych, doceniając

¹ Na podstawie opracowania WUP w Warszawie „Akademickie Biuro Karier. Absolwent wyższej uczelni na rynku pracy” pod red. Jolanty Wanielisty.

znaczenie biur karier, władze uczelni same wychodzą z inicjatywą utworzenia takiej placówki, aktywizując do pracy własnych studentów lub absolwentów oraz angażując etatowych pracowników, zaangażowanych dotychczas w inne działania.

W przypadku, gdy inicjatywa zmian wychodzi od studentów czy też absolwentów czy też innych osób nie związanych z władzami danej uczelni, w pierwszej kolejności należy przekonać środowisko rektorskie czy też kanclerskie (na uczelni niepublicznej) o celowości utworzenia takiej placówki. W tym celu należy profesjonalnie przygotować się do rozmowy, która przekona władze uczelni do uruchomienia lub też rozwoju biura karier.

Głównym hasłem w prowadzonych rozmowach z władzami uczelni powinna być zasada obopólnych korzyści. To właśnie uczelnia będzie finansowała pierwsze kroki biura i zabezpieczała jego działania w przyszłości. Wiarygodność osób prowadzących rozmowy jest niepodważalna. Powinny one opierać się na mocnych argumentach, przekonujących do realizacji tego projektu. Poniżej przedstawiamy główne korzyści, jakie płyną dla uczelni z działalności biura.

Główne korzyści, związane z działalnością akademickiego biura karier na uczelni:

- akademickie biuro karier służyć będzie studentom i absolwentom dostępem do innowacyjnych programów, zwiększających szanse na podjęcie i utrzymanie pracy. To tu generowane będą wszystkie informacje o dostępnych na rynku programach, wspomagających skuteczne poruszanie się po rynku pracy.
- akademickie biuro karier służyć będzie pracodawcom poszukującym odpowiednich, dobrze przygotowanych kandydatów na praktyki, staże oraz wolne miejsca pracy. Działalność akademickiego biura karier podnosi rangę uczelni wśród pracodawców, których firmy stają się najczęściej pierwszym miejscem, do którego trafiają studenci i absolwenci uczelni. To pracodawcy weryfikują w praktyce jakość i skuteczność kształcenia na danej uczelni, a także wystawiają wiarygodne oceny dla procesu kształcenia i kadry, która przygotowuje młodzież do życia zawodowego.
- akademickie biuro karier pozwoli zwiększyć możliwości i wskaźnik zatrudnienia naszych absolwentów. Szerokie zainteresowanie zatrudnieniem studentów, a przede wszystkim absolwentów danej uczelni wzmacnia jej wartość na rynku edukacyjnym, a to wpływa na wzrost liczby studentów i pomoc w procesie rekrutacji. Bardzo często jedno z pierwszych pytań, które stawia absolwent szkoły średniej przy wyborze uczelni, dotyczy możliwości zatrudnienia absolwentów oraz czy łatwo uzyskać zatrudnienie po ukończeniu danej uczelni. Aby spełnione zostały oczekiwania należy szybko osiągnąć i utrzymywać wysoką aktywność działalności akademickiego biura karier.

Dzięki istnieniu akademickiego biura karier można także lepiej promować uczelnię i dzięki temu uzyskiwać wyższe miejsca w rankingach. Im skuteczniej i szerzej działa nasze biuro karier, tym więcej informacji o uczelni wyższej przedostaje się na rynek, budując wizerunek uczelni dynamicznej i dbającej o studenta i absolwenta. Należy o tym pamiętać, zwłaszcza że w wielu rankingach przy ocenie uczelni zwraca się uwagę, ile czasu poświęca się na przyszłość studenta kończącego edukację w danej uczelni.

Jeśli uda się nam zachęcić do pomysłu i przekonać władze uczelni – dalsze działania związane z utworzeniem akademickiego biura karier nie powinny sprawić organizatorom tego przedsięwzięcia zbyt dużych trudności.

4. Tworzymy akademickie biuro karier na naszej uczelni

Najważniejsze to stworzyć plan działania i konsekwentnie go realizować.

Akademickie biura karier nie są placówkami w pełni samodzielnymi i niezależnymi finansowo. Decyzję o utworzeniu biura karier wydają wyłącznie władze uczelni, które określają usytuowanie nowej jednostki w strukturze organizacyjnej, decydują o liczbie zatrudnionych pracowników, podstawowym zakresie zadań oraz jej nazwie własnej.

Większość biur karier działa jako autonomiczne jednostki uczelni wyższych powołane decyzją Senatu danej uczelni, podległe rektorom lub prorektorom, w kilku przypadkach biura działają na zasadzie porozumienia władz uczelni i wojewódzkich urzędów pracy. Niezależnie od rozwiązań organizacyjnych biura karier nie są instytucjami komercyjnymi. Finansowane są głównie z funduszy uczelni. Przeciętnie zatrudniają 3–4 osoby. Dysponują zapleczem technicznym – biura mają własne pomieszczenia, komputery, w większości dostęp do internetu oraz sale szkoleniowe.

Występują jednak pewne określone normy, które jednostki te powinny spełniać, aby jak najlepiej wykonywać swoje zadania.

W niniejszym poradniku w następnych rozdziałach przedstawiamy etapy, które należy przejść, aby utworzyć dobrze funkcjonujące biuro lub poprawić funkcjonowanie biura już istniejącego, które przyczyni się do poprawy sytuacji studentów i absolwentów na rynku pracy oraz do wzrostu roli naszej uczelni wyższej w procesie aktywnego planowania kariery zawodowej przez młodzież akademicką.

5. Profil i zakres usług świadczonych przez nasze biuro

Chcemy, aby nasza oferta była skierowana do studentów i absolwentów naszej uczelni. Będziemy dążyć do tego, aby w przyszłości kierować ich do pracy i na praktyki do najlepszych firm na polskim rynku, budować bazy danych ofert pracy oraz bazy danych pracodawców, z którymi będziemy starali się utrzymywać stały kontakt. Równocześnie Będziemy również prowadzić szkolenia i doradztwo w zakresie poszukiwania pracy i tworzenia własnej ścieżki kariery.

Podstawowe usługi, które powinno świadczyć akademickie biuro karier to:

- a) pozyskiwanie i udostępnianie studentom i absolwentom szkoły wyższej informacji o rynku pracy i możliwościach podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
- b) zbieranie, klasyfikowanie i udostępnianie ofert pracy, staży i praktyk zawodowych,
- c) prowadzenie bazy danych studentów i absolwentów uczelni zainteresowanych znalezieniem pracy,
- d) pomoc pracodawcom w pozyskiwaniu odpowiednich kandydatów na wolne miejsca pracy oraz staż zawodowy,
- e) pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy poprzez:
 - doradztwo indywidualne,
 - doradztwo zbiorowe,
 - warsztaty doskonalące umiejętności,

- pomoc w znajdowaniu praktyk,
- organizowanie i opieka nad praktykami studenckimi,
- udostępnianie ofert pracy stałej, czasowej.

Do podstawowych działań akademickiego biura karier należy także współpraca z instytucjami administracji rządowej i samorządowej oraz organizacjami pozarządowymi i innymi partnerami w zakresie:

- wspólnej realizacji inicjatyw i przedsięwzięć mających za cel promowanie zatrudnienia i przeciwdziałanie zjawisku bezrobocia,
- organizacji wspólnych szkoleń dla klientów biura oraz szkoleń dla pracowników akademickiego biura karier,
- przekazywania ofert pracy pomiędzy biurem karier i urzędami pracy oraz pomiędzy innymi biurami karier,
- przekazywania informacji o sytuacji na rynku pracy.

W dalszej części rozdziału opisujemy płaszczyzny działalności i usługi świadczone przez działające biuro karier.

Założenia programowe naszej działalności powinny być spójne z celami działalności uczelni, powinny się uzupełniać i dawać możliwości zwiększenia efektywności naszej pracy.

Działalność akademickiego biura karier jest ściśle związana z działalnością uczelni wyższych, a zwłaszcza funkcjami, które pełnią uczelnie w gospodarce rynkowej. Program działania akademickiego biura karier może składać się z czterech opisanych poniżej płaszczyzn:

- działań skierowanych na aktywizację zawodową studentów i absolwentów,
- działań skierowanych na podnoszenie kwalifikacji studentów i absolwentów,
- działań skierowanych na podnoszenie poziomu wiedzy o rynku pracy i możliwościach, które rynek pracy stwarza naszym studentom i absolwentom,
- działań skierowanych do potencjalnych pracodawców i pomocy w znalezieniu osób na konkretne stanowisko pracy.

Płaszczyzna pierwsza

Działania skierowane na aktywizację zawodową studentów i absolwentów to:

- zbieranie ofert pracy stałej i czasowej w kraju i za granicą,
- zbieranie ofert pracy w instytucjach użyteczności publicznej,
- dostarczanie informacji o rynku pracy, o potencjalnych pracodawcach zatrudniających absolwentów (warto wyszczególnić tych pracodawców, którzy chętnie zatrudniają absolwentów naszej uczelni),
- dostarczanie informacji o targach pracy, stażach i praktykach zawodowych,
- współpraca z instytucjami administracji państwowej i samorządowej oraz organizacjami pozarządowymi.

Płaszczyzna druga

Działania skierowane na podnoszenie kwalifikacji studentów i absolwentów to:

- dostarczanie informacji o kursach i szkoleniach podnoszących kwalifikacje ogólne i zawodowe,
- organizacja kursów i szkoleń podnoszących kwalifikacje,
- organizacja praktyk zawodowych na terenie uczelni i organizacji zewnętrznych.

Płaszczyzna trzecia

Działania skierowane na podnoszenie poziomu wiedzy o rynku pracy i możliwościach, które stwarza rynek pracy naszym studentom i absolwentom to:

- prowadzenie doradztwa zawodowego (indywidualnego i zbiorowego),
- prowadzenie rozmów doradczych,
- udzielanie informacji na temat: Jak skutecznie znaleźć pracę?

W ramach działań związanych z podnoszeniem poziomu wiedzy o rynku pracy i umiejętności powinniśmy wyodrębnić i prowadzić poniższe działy informacji:

- a) dział „CV i list motywacyjny”, w którym osoba korzystająca z usług biura powinna uzyskać następujące informacje:
 - CV – co to takiego?
 - co powinno zawierać CV,
 - główne zasady pisania CV; przykładowe CV;
 - list motywacyjny;
 - cechy dobrego listu motywacyjnego.
- b) dział „Rozmowa kwalifikacyjna”, w którym osoba korzystająca z usług biura powinna uzyskać następujące informacje:
 - jak przygotować się do rozmowy kwalifikacyjnej?
 - ubranie – „druga skóra”,
 - „Mowa ciała”,
 - rozmowa kwalifikacyjna,
 - jak „oblać” rozmowę kwalifikacyjną?
- c) dział „Poznaj siebie samego”, w którym osoba korzystająca z usług biura powinna uzyskać pomoc w uświadomieniu sobie celu życia i dokonaniu samooceny.
- d) dział „Metody poszukiwania pracy”, w którym osoba korzystająca z usług biura powinna uzyskać informacje przydatne przy poszukiwaniu pracy, w tym o znaczeniu różnych źródeł informacji o wolnych miejscach pracy:
 - osobach bliskich i znajomych,
 - środkach masowego przekazu i internecie,
 - targach i giełdach pracy, akademickich biurach pracy, urzędach pracy,
 - kontaktach z pracodawcami.
- e) dział „Pierwsza praca”, gdzie osoba korzystająca z usług biura uzyskałaby informacje i porady z zakresu:
 - gdzie szukać pierwszej pracy?
 - na czym polegają praktyki i jak najlepiej je wykorzystać?
 - pierwszy dzień w nowej pracy,
 - charakterystyka umów o pracę,
 - znaczenie anglojęzycznych nazw stanowisk,
 - informacje zawarte na stronie www.lpraca.gov.pl
- f) dział „Planowanie ścieżki kariery”, w którym osoba korzystająca z usług biura powinna uzyskać pomoc w nauczaniu się jak:
 - gospodarować swoim czasem,
 - wybierać sobie cele,

- planować swój czas,
- podejmować decyzje,
- dokonywać wyboru zawodu

oraz co robić, po zaplanowaniu własnej ścieżki kariery zawodowej.

- g) dział „Prawa i obowiązki osób bezrobotnych”, w którym osoba korzystająca z usług biura powinna mieć możliwość zapoznania się z:
- ustawą z 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy oraz aktami wykonawczymi do tej ustawy,
 - informacjami przydatnymi dla osób zgłaszających się do urzędu pracy w celu rejestracji,
 - informacjami o usługach świadczonych przez publiczne służby zatrudnienia i instrumentach aktywizacji zawodowej,
 - świadczeniami z tytułu bezrobocia.
- h) dział „Jak założyć własną firmę?”, w którym osoba korzystająca z usług biura powinna mieć możliwość zapoznania się z informacjami i pomocą w następujących obszarach:
- decyzja o wyborze rodzaju działalności gospodarczej,
 - wymogi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej,
 - proste formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej,
 - analiza rynku,
 - biznesplan,
 - ubezpieczenie społeczne i zdrowotne przedsiębiorcy,
 - kierowanie firmą i jej reprezentowanie,
 - księgowość w firmie,
 - marketing w przedsiębiorstwie,
 - zatrudnianie i zwalnianie pracowników,
 - czas pracy, urlopy i wynagrodzenia w firmie,
 - umowa sprzedaży wyrobów i towarów,
 - umowy o świadczenie usług,
 - podatki w działalności gospodarczej.

Płaszczyzna czwarta

Działania w tej płaszczyźnie skierowane są do potencjalnych pracodawców i mają na celu pomoc w znalezieniu osób na konkretne stanowisko pracy. W zakresie tej płaszczyzny powinniśmy zaoferować pracodawcom:

- wyszukiwanie wśród naszych studentów i absolwentów pracowników o konkretnych umiejętnościach,
- promocję pracodawcy, w tym:
 - redagowanie i zamieszczanie ogłoszeń na stronach internetowych, tablicach informacyjnych ABK oraz w gablotach,
 - organizowanie prezentacji firmy na terenie uczelni lub stronach www,
 - udostępnianie i dystrybucję materiałów reklamowych o firmie w bibliotece ABK;
- udział studentów w praktykach i umożliwienie kontaktu pracodawcy z naszymi studentami i absolwentami oraz delegowanie ich na praktyki.

6. Założenia logistyczne, struktura organizacyjna i kadra

Tworząc strukturę organizacyjną i przygotowując bazę lokalową, należy pamiętać o podejmowaniu racjonalnych decyzji. To one pozwolą stworzyć odpowiednie warunki do skutecznego działania i realizacji postawionych celów, które będą stać lub już stoją przed biurem karier na uczelni wyższej.

Przygotowując utworzenie akademickiego biura karier – w celu osiągnięcia wysokiej efektywności funkcjonowania – powinniśmy przyjąć niżej opisane założenia. Pamiętajmy, iż są to założenia optymalne. Oczywiście, szczegółowe rozwiązania uzależnione są od środków finansowych, którymi dysponuje uczelnia oraz fazą działalności, w jakiej znajduje się nasze biuro. Poniżej wymieniono kilka punktów, które mogą być pomocne przy organizowaniu biura:

- Powierzchnia biurowa powinna składać się z dwóch pomieszczeń – jedno przeznaczone do obsługi ogólnej naszych klientów oraz drugie – do rozmów i konsultacji indywidualnych. W jednym pokoju powinny znajdować się biurka, przy których pracują operacyjnie pracownicy biura, w drugim zaś stół, przy którym prowadzi się rozmowy z klientami biura. Należy pamiętać, aby wygląd oraz wyposażenie biur były przyjazne i nie szokowały odwiedzających.
- Pomieszczenia biura powinny posiadać dwie linie telefoniczne (jedna linia służy do prowadzenia rozmów, druga natomiast obsługuje numer faxu), dwa aparaty telefoniczne, w tym jeden powinien posiadać fax. Konieczny jest także co najmniej jeden telefon komórkowy, niezbędny w czasie przedsięwzięć organizowanych przez biuro poza jego siedzibą.
- Biuro powinno dysponować co najmniej jednym komputerem z odpowiednim oprogramowaniem i dostępem do internetu, drukarką, skanerem, kserokopiarką, tablicą informacyjną, tablicą flipchart (wykorzystywaną przy spotkaniach i szkoleniach), niezbędnymi materiałami biurowymi (papier do drukarki, papier do faxu itp.). Pamiętajmy, że poprzez internet skutecznie, szybko i stosunkowo niedrogo kontaktujemy się z otoczeniem zewnętrznym, a dzięki sprzętowi i systemom informatycznym możemy skutecznie wykorzystywać globalne zasoby informacji i zarządzać bazami danych, którymi posługuje się nasze biuro.

Jak wspominaliśmy wcześniej, zapewnienie odpowiedniego wyposażenia i zabezpieczenia merytorycznego biura uzależnione jest od możliwości finansowych danej uczelni, jak również – i należy o tym pamiętać – od kreatywności i zaangażowania osób odpowiedzialnych za utworzenie i późniejsze funkcjonowanie biura.

Skuteczna działalność akademickiego biura karier wymaga zaplanowania i ułożenia odpowiedniej struktury organizacyjnej. Wskazane jest, aby docelowa struktura organizacyjna składała się ona z czterech komórek:

- komórki ds. kontaktów ze studentami i absolwentami,
- komórki ds. kontaktu z pracodawcami / koordynator,
- komórki ds. szkoleń,
- komórki ds. informacyjnych.

Zaprezentowana struktura zapewni kompleksową obsługę studentów i absolwentów danej uczelni. Komórki te skupiają w sobie wszystkie informacje potrzebne do działalności biura. Mamy

w niej ludzi odpowiedzialnych za sprawy studenckie, kontakty z pracodawcami, specjalistę ds. szkoleń oraz specjalistę do spraw przetwarzania i przekazywania informacji na zewnątrz. Struktura ta umożliwia również szybki przepływ informacji między poszczególnymi komórkami i pozwala utrzymywać stały kontakt z otoczeniem zewnętrznym biura karier.

Z punktu widzenia efektywności działania, wyżej wymienione komórki zapewniają optymalny rozwój działalności na rzecz studentów i absolwentów danej uczelni. Należy jednak zaznaczyć, iż wprowadzenie takiej struktury organizacyjnej wiąże się ze zwiększonymi wydatkami uczelni na działalność biura.

W zależności od możliwości finansowych danej uczelni rozwój akademickiego biura karier może odbywać się sukcesywnie. W początkowej fazie działalności możemy mieć problemy z utworzeniem i organizacją wszystkich wspomnianych wyżej komórek, a zadania poszczególnych komórek realizować będzie jedna lub dwie osoby. W dalszej części rozdziału przedstawimy pewne propozycje i możliwości, opisując każdą z komórek.

- **Akademickie biuro karier (ABK) z wyodrębnioną komórką ds. kontaktów ze studentami**

Rozpoczynające lub działające już biuro powinno dysponować wykwalifikowanym pracownikiem, mającym doświadczenie w kontaktach ze studentami i absolwentami. Powinna być to osoba, która:

- posiada umiejętność pracy z młodzieżą,
- potrafi wytworzyć przyjazny klimat do rozmów z młodymi ludźmi,
- wykazuje dużą cierpliwość,
- zna potrzeby młodych ludzi,
- posiada odpowiednie wykształcenie.

Podstawowe obowiązki pracownika ds. kontaktów ze studentami:

- a) pełnienie dyżurów, podczas których może przeprowadzać rozmowy ze studentami,
- b) utrzymywanie stałego kontaktu z prorektorem ds. studenckich,
- c) utrzymywanie stałego kontaktu z władzami samorządu studenckiego,
- d) dokonywanie analiz o potrzebach studentów związanych z rynkiem pracy,
- e) utrzymywanie stałych kontaktów z innymi wyżej wymienionymi organizacjami studenckimi.

Dla biur karier, które dopiero rozpoczynają działalność, stosunkowo dobrym rozwiązaniem jest wydelegowanie pracownika uczelni, który miał już doświadczenie, związane ze sprawami studenckimi i był np. zatrudniony wcześniej w dziekanacie uczelni.

Komórka ds. kontaktu ze studentami powinna ściśle współpracować z prorektorem ds. studenckich danej uczelni, samorządem studentów i organizacjami studenckimi działającymi na danej uczelni, klubem lub klubami absolwentów, Parlamentem Studentów RP oraz Stowarzyszeniem MONSSUN (Międzyuczelniane Ogólnopolskie Stowarzyszenie Studentów Uczelni Niepaństwowych). Pracownik ds. kontaktów ze studentami i absolwentami powinien podlegać bezpośrednio koordynatorowi ABK.

- **ABK z wyodrębnioną komórką ds. kontaktu z pracodawcami**

Komórka ds. kontaktu z pracodawcami jest strategiczną komórką dla działalności biura. Pracownik zajmujący się działaniami w ramach tej komórki nawiązuje i utrzymuje kontakty z przedsiębiorstwami i innymi organizacjami będącymi potencjalnymi pracodawcami dla studentów lub absolwentów uczelni. Osoba pełniąca tą funkcję powinna charakteryzować się:

- łatwością w nawiązywaniu kontaktu z ludźmi,
- posiadaniem szerokich kontaktów w środowisku pracodawców,
- posiadaniem nienagannego wyglądu.

Podstawowe obowiązki pracownika ds. kontaktów z pracodawcami:

- a) nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi pracodawcami,
- b) utrzymywanie kontaktów z pracodawcami współpracującymi z biurem i innymi partnerami,
- c) dokonywanie analiz o potrzebach pracodawców,
- d) uczestniczenie w spotkaniach okolicznościowych i innych przedsięwzięciach, organizowanych przez potencjalnych pracodawców, tj. firmy, instytucje zraszające przedsiębiorców,
- e) uczestniczenie w spotkaniach organizowanych przez władze uczelni z organizacjami współpracującymi z uczelnią na innych płaszczyznach,
- f) utrzymywanie stałego kontaktu z klubami absolwentów.

Komórka ds. kontaktu z pracodawcami powinna utrzymywać stały kontakt z pracodawcami oraz dotychczasowymi i potencjalnymi partnerami biura. To stanowisko powinno charakteryzować się małą fluktuacją. Jest to bardzo istotne, aby w związku ze zmianą osób zajmujących się tym zagadnieniem nie tracić kontaktu z pracodawcami i innymi partnerami.

Osoba pełniąca funkcję pracownika ds. kontaktów z pracodawcami może pełnić jednocześnie funkcję koordynatora ABK, zwłaszcza że funkcja wiąże się ściśle z reprezentowaniem biura na zewnątrz i koordynowaniem współpracy z otoczeniem zewnętrznym. Jest to jedna z możliwości ograniczania kosztów działalności biura.

- **ABK z wyodrębnioną komórką ds. szkoleń**

Wyodrębniona komórka ds. szkoleń jest znakomitym uzupełnieniem struktury tworzonego lub działającego już akademickiego biura karier. Jest miejscem, do którego spływają wszystkie informacje z komórek ds. studentów i ds. kontaktów z pracodawcami. Tu właśnie przygotowuje się projekty późniejszych szkoleń, seminarijnych, warsztatów dla studentów i absolwentów. Szczegółowe informacje przydatne do działań związanych z organizacją szkoleń znajdują się w rozdziale „Jak zorganizować szkolenie?”

Osoba odpowiadająca za działania w ramach tej komórki powinna posiadać:

- doświadczenie i umiejętności związane z przygotowywaniem i pozyskiwaniem programów szkoleniowych,
- umiejętności organizacyjne w celu przeprowadzania szkoleń, seminariów i warsztatów,
- szeregowe kontakty z specjalistami z zakresu aktywnego poszukiwania pracy itp.

Podstawowe obowiązki pracownika ds. szkoleń:

- a) zbieranie i analiza informacji na temat organizowanych szkoleń, seminariów, warsztatów aktywnego poszukiwania pracy, planowania kariery itp,
- b) utrzymywanie stałych kontaktów z firmami, organizacjami szkoleniowymi,
- c) wymiana informacji z agencjami pośrednictwa pracy,
- d) udzielanie informacji na temat szkoleń z zakresu doskonalenia zawodowego,
- e) planowanie i organizowanie szkoleń, seminariów, warsztatów dla studentów, absolwentów z zakresu aktywnego poszukiwania pracy itp.

Pożądanym pracownikiem komórki ds. szkoleń będzie osoba, która pracowała już wcześniej w instytucjach szkoleniowych lub innych instytucjach zajmujących się działalnością oświatową. Pracochłonność tego stanowiska wymaga zatrudnienia pracownika na pełen etat.

W przypadku, gdy uczelnia ma ograniczone możliwości finansowe dla akademickiego biura karier, biuro – w porozumieniu z władzami uczelni – może korzystać z usług instytucji lub organizacji szkoleniowych, działających w bliskim otoczeniu biura. Mogą być to firmy szkoleniowe, którym w ramach prowadzonych szkoleń można zaproponować możliwości promocji danej firmy podczas organizowanych przez uczelnię konferencji, imprez studenckich, targów pracy itp. Korzystnym rozwiązaniem może być także zwrócenie się o pomoc do wojewódzkiego czy powiatowego urzędu pracy, które – poza profesjonalną i doświadczoną kadrą – dysponują informacjami o instytucjach szkoleniowych działających na danym terenie i prowadzących szkolenia osób bezrobotnych.

Warto wspomnieć, iż przy organizacji szkoleń pomocnymi osobami mogą być nauczyciele akademicy naszej uczelni, np. wykładowcy prowadzący wykłady lub zajęcia z zakresu psychologii, zarządzania kadrami lub przedmiotów pokrewnych. Władze uczelni mogą wydelegować takiego pracownika w celu pomocy i wsparcia działalności komórki ds. szkoleń.

• **ABK z wyodrębnioną komórką ds. informacyjnych i informatycznych**

Komórka ta powinna być miejscem, do którego wpływają wszystkie informacje z pozostałych trzech komórek w celu ich przetworzenia i udostępnienia na zewnątrz. Powinna ona stanowić swoistą bazę danych, zawierającą wszystkie informacje o działalności akademickiego biura karier, a także o jego partnerach. Do zakresu działalności tej komórki należy zaliczyć również opiekę nad stroną internetową biura, która w dzisiejszych czasach jest pierwszym narzędziem kontaktu z otoczeniem zewnętrznym. Osoba kierująca pracami tej komórki powinna charakteryzować się:

- umiejętnością przetwarzania danych,
- umiejętnością tworzenia i obsługi baz danych,
- umiejętnością obsługi komputera, a w szczególności programów zarządzających bazami danych.

Do obowiązków pracownika tej komórki należy przede wszystkim:

- a) pozyskiwanie, gromadzenie i segregowanie informacji o targach pracy, szkoleniach, targach branżowych,
- b) generowanie i przetwarzanie informacji o rynku pracy na potrzeby analizy i projektowania działań danego biura karier,

- c) budowanie i zarządzanie bazami danych pracodawców lub organizacji współpracujących z biurem (rozszerzone informacje na ten temat znajdują się w rozdziale „Budowanie bazy danych biura karier”.
- d) przygotowywanie potrzebnych danych do działalności pozostałych komórek biura,
- e) opieka nad stroną internetową biura,
- f) opieka nad tablicami informacyjnymi biura (porady na ten temat zostały opisane w rozdziale „Polityka promocyjna, czyli jak zachęcić do odwiedzania biura”).

Koniecznym warunkiem dla potrzeb działalności tej komórki jest bezpośredni dostęp do internetu, komputer wyposażony w legalnie pozyskane oprogramowanie i wydzielone miejsce w biurze. Z tej właśnie komórki powinny wypływać wszystkie informacje o działalności biura. Pomocny w koordynacji działań tej części biura może być pracujący na uczelni informatyk, ale przed zwróceniem się o tę pomoc należałoby wstępnie ustalić jej zakres i warunki z władzami uczelni.

Przedstawiona struktura organizacyjna wiąże się z określonymi potrzebami finansowymi na jej funkcjonowanie. Niestety, niektóre uczelnie nie mają środków finansowych na tak dobrze rozbudowaną strukturę działalności. W przypadku gdy uczelnia nie posiada lub nie planuje przeznaczyć większych środków, osoba odpowiedzialna za działalność biura powinna – za wiedzą i zgodą władz uczelni – postarać się o dofinansowanie zewnętrzne lub ubiegać o sponsoring różnych przedsięwzięć i innych organizacji zewnętrznych. Szersze informacje na temat możliwości dofinansowania działalności akademickiego biura karier się znajdują w rozdziale „Finansowanie działalności biura”.

7. Polityka promocyjna czyli jak zachęcić do odwiedzania biura²

Istotą osiągnięcia sukcesu w działalności naszego biura jest umiejętne komunikowanie się z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym. Powinniśmy dbać o pozytywny wizerunek naszego biura, a przede wszystkim – aby postrzegano ją jako skuteczną w działaniu. Należy dołożyć wszelkich starań, aby biuro było widoczne i dostępne dla otoczenia. W tym celu powinniśmy zapożyczyć i wykorzystać odpowiednie narzędzia, stosowane przez działy marketingu różnych firm.

Przyjmując promocyjny punkt widzenia i nie wdając się w metodologiczne rozważania, można wyodrębnić kilka rodzajów promocji, które mogą być zastosowane w działalności akademickiego biura karier, skutecznie wspomagając jego rozwój.

Komunikowanie się pomiędzy pracownikami biura karier a jego odbiorcami docelowymi, mające na celu oddziaływanie na postawy i zachowania w stosunku do usług biura, może odbywać się za pomocą różnorodnych form i metod promocji. Do form promocji działalności akademickiego biura karier na uczelni, wśród pracodawców i wśród innych biur karier, należą:

- targi pracy;
- organizacja imprez zawodoznawczych (seminaria),
- organizacja prezentacji firm na terenie uczelni,

² Na podstawie publikacji prof. dr hab. Stanisława Kuśnierskiego i Tomasza Karwatki.

- opracowywanie publikacji o działalności danego biura karier, rozprowadzanych na uczelniach, w wojewódzkich i powiatowych urzędach pracy, instytucjach współpracujących oraz wśród pracodawców,
- utrzymywanie stałych kontaktów z przedstawicielami prasy lokalnej i studenckiej,
- dobrze działająca, aktualna strona internetowa,
- tablica ogłoszeń przed biurem, z aktualnymi informacjami.

Z przeprowadzonych rozmów wśród pracowników biur i ich obserwacji wynika, że działające biura karier dobrze radzą sobie z pierwszymi pięcioma punktami. Wynika to z faktu, iż wspomniane wyżej przedsięwzięcia są zazwyczaj organizowane przez biura karier dysponujące wieloletnim doświadczeniem, we współpracy z nimi lub profesjonalne firmy, a nowopowstałe akademickie biura karier są często ich uczestnikiem lub współorganizatorem i stopniowo nabywają doświadczenia w samodzielnym organizowaniu różnych przedsięwzięć.

Dwa pozostałe punkty pozostawiają – w ocenie autorów – wiele do życzenia. Dlatego też pokusiliśmy się o sporządzenie listy porad przydatnych pracownikom biur karier: Jak stworzyć dobrą stronę internetową na potrzeby biura oraz jak stworzyć i jak zarządzać informacją na tablicy ogłoszeń? Opis pierwszych pięciu punktów znajduje się w kolejnych rozdziałach poradnika: „Jak przygotować targi pracy?”, „Jak przygotować warsztaty menedżerskie?”, „Partnerzy akademickiego biura karier”.

7.1. Strona internetowa

Strona internetowa akademickiego biura karier może stanowić bardzo skuteczne narzędzie w kontaktowaniu się z otoczeniem oraz promowaniu działalności biura. Przygotowując się do uruchomienia strony, do której połączenie (link) może znajdować się na stronie głównej uczelni powinniśmy pamiętać o następujących zagadnieniach:

- użyteczności,
- pierwszym wrażeniu,
- czytelnej konstrukcji,
- spójności,
- zawartości.

PO PIERWSZE – użyteczność

Nasza strona powinna być przede wszystkim użyteczna. Użyteczność to nauka, która czerpie z wielu dziedzin – znajduje się gdzieś na pograniczu psychologii, socjologii, ergonomii, informatyki, designu i marketingu. Użyteczność może odnosić się zarówno do oprogramowania, jak i serwisów www czy obsługi urzędów – w praktyce do wszystkich systemów interaktywnych, z których korzystamy. Praca z produktem o wysokiej użyteczności jest bardziej efektywna, łatwiejsza, przyjemniejsza oraz nie powoduje uczucia frustracji czy zagubienia.

PO DRUGIE – pierwsze wrażenie

Od strony głównej zaczyna się zazwyczaj podróż w głąb witryny. Jest to wizytówka naszego serwisu i najważniejsza jego część. Jeśli źle skonstruujemy powitalną stronę – możemy zostać źle zrozumiani i cały przekaz strony zostanie zamazany.

PO TRZECIE – czytelna konstrukcja

Z pewnością na górze strony umieszczamy logo uczelni i logo naszego biura karier. Przyjęło się, że znajduje się ono po lewej stronie i jest jednocześnie linkiem do strony głównej. Jeśli ktoś zgubi się na witrynie – jedno „kliknięcie” w logo i znów jest na stronie głównej. Przed zagubieniem na naszych stronach chroni internautę informacja o tym, gdzie się aktualnie znajduje. Może to być jakieś wyróżnienie (np. pogrubienie) opcji menu, która jest aktualnie aktywna.

PO CZWARTE – spójność

Wszystkie podstrony naszego serwisu powinny się charakteryzować spójnością ze stroną główną. Mogą wyglądać nieco inaczej, jednak – jak to tylko możliwe – powinniśmy starać się zachować układ menu i innych elementów nawigacyjnych.

Skupienie się nad dopracowaniem użyteczności i dostępności stron jest wysiłkiem, który pozwala w pełni wykorzystać potencjał naszych stron. Nie tylko ułatwiamy współpracę z naszym serwisem, ale i budujemy pozytywny wizerunek organizacji, która dba o użytkowników i przestrzega standardów.

PO PIĄTE – zawartość

Na stronie internetowej akademickiego biura karier powinniśmy zbudować następujące działy:

- działalność biura karier,
- historia biura karier,
- akademickie biura karier w Polsce,
- OSBK,
- oferty pracy,
- oferty praktyk,
- szkolenia,
- targi, warsztaty, seminaria,
- porady,
- forum użytkowników,
- aktualności z życia biura karier,
- prawo, w tym akty prawne dotyczące zagadnień rynku pracy,
- ciekawe linki – w tym do stron Ministerstwa Gospodarki i Pracy i programu „Pierwsza Praca”, urzędów pracy, instytucji i organizacji wspierających ograniczanie bezrobocia wśród studentów i absolwentów uczelni wyższych,
- kontakt do naszego biura.

7.2. Tablica informacyjna

Tablica informacyjna biura karier jest najprostszą formą komunikacji z otoczeniem. Tablica zawierająca aktualne informacje zapewnia pełny kontakt między pracownikami akademickiego biura karier a studentami i absolwentami, którzy mogą mieć stały dostęp do działań planowanych przez biuro. Tablica informacyjna powinna mieć prosty układ informacji. Ważne jest to, aby jedna tablica informacyjna umieszczona została przy pomieszczeniach akademickiego biura karier.

W sytuacji kiedy pomieszczenia biura znajdują się w miejscu oddalonym od głównego ciągu komunikacyjnego, biuro powinno dysponować drugą tablicą, zlokalizowaną w miejscu łatwo dostępnym, oświetlonym, widocznym i co najważniejsze najczęściej uczęszczanym (np. przy głównym wejściu do uczelni).

Informacje, które powinny się znaleźć na tablicy informacyjnej to:

- oferty pracy,
- oferty praktyk,
- zawiadomienia o szkoleniach, warsztatach, spotkaniach, seminariach, targach pracy,
- kontakt z biurem,
- godziny pracy biura.

Należy pamiętać i bezwzględnie tego przestrzegać, by informacje na tablicy były wymieniane na bieżąco!!!

7.3. Otwarcie biura – pierwszy krok

Najbardziej skuteczną formą zapoznania zarówno studentów jak też i pracowników uczelni z nowo powstałą jednostką na uczelni i zachęcenia do jej odwiedzenia będzie zaproszenie ich na wielkie otwarcie biura i na poprzedzający to wydarzenie wykład poświęcony problematyce rynku pracy w Polsce. Celem wykładu będzie zapoznanie studentów z aktualnymi problemami i trendami na rynku pracy, zwłaszcza w odniesieniu do warunków polskiej gospodarki, oraz z trudnościami, z którymi mogą się spotkać absolwenci poszukujący zatrudnienia. Pozwoli to słuchaczom na bliższe poznanie problemów związanych z zatrudnieniem i problemami bezrobocia w Polsce i uświadomi potrzebę istnienia akademickiego biura karier – biuro ma przecież za zadanie m.in.: pomoc w przygotowaniu studentów do wejścia na rynek pracy i łagodniejszym starcie w życie zawodowe.

Wykład wprowadzający powinien poprowadzić specjalista, którego życie zawodowe związane jest z problematyką rynku pracy. Sugerujemy zwrócić się z taką propozycją do dyrektora odpowiedniego terytorialnie Wojewódzkiego Urzędu Pracy lub do wykładowców z naszej uczelni (np. z Katedry Socjologii czy Polityki Regionalnej). Proponowane zagadnienia programowe wykładu:

- Pojęcie, rodzaje i przyczyny bezrobocia,
- Charakterystyka rynku pracy w Polsce (zróżnicowanie regionalne bezrobocia, grupy zagrożone bezrobociem),
- Sytuacja młodzieży na polskim rynku pracy (skala i stopa bezrobocia młodzieży, przyczyny bezrobocia młodzieży, przeciwdziałanie bezrobociu młodzieży, oczekiwania i wymagania pracodawców),
- Przeciwdziałanie bezrobociu w Polsce, w szczególności wśród młodzieży,
- Rynek pracy w Polsce na tle integracji z UE – korzyści i zagrożenia dla młodzieży polskiej z tytułu członkostwa w UE.

Podczas uroczystego otwarcia osoba odpowiedzialna za działalność biura powinna zaprezentować przede wszystkim personel, który będzie na stałe pracował na rzecz akademickiego biura karier oraz przedstawić program działalności na najbliższy rok akademicki.

Uroczyste otwarcie biura nie byłoby w pełni uroczyste, gdyby zabrakło na nim naszych partnerów, np.: przedstawicieli wojewódzkiego urzędu pracy czy pracodawców. Bardzo ważna jest obecność władz uczelni, które swoją działalnością wspierają działalność biura karier na uczelni.

Pamiętajmy również, aby zaprosić przedstawicieli innych działających na naszym obszarze akademickich biur karier i przedstawicieli najbliższych nam terytorialnie powiatowych urzędów pracy. Nie zapomnijmy także o przedstawicielach mediów o co najmniej regionalnym zasięgu.

8. Finansowanie działalności akademickiego biura karier

Tak jak na każde przedsięwzięcie, tak i na utworzenie oraz na działalność akademickiego biura karier potrzebne są określone środki finansowe. Bardzo ważne w tym obszarze jest racjonalne podejście do wydatków i kosztów działalności biura. Osoby odpowiedzialne za uruchomienie i działalność biura powinny pamiętać o efekcie rzadkości w ekonomii. Nie można mieć wszystkiego i należy mądrze wybierać, tak aby zoptymalizować funkcjonowanie każdej komórki i każdego pracownika biura.

W związku z tym, iż działalność biura z założenia jest projektem nie ukierunkowanym na osiągnięcie zysku, staje się więc dla uczelni kosztem. A jeżeli tak, to powinniśmy bardzo racjonalnie podchodzić do wydatków związanych z utworzeniem, jak i funkcjonowaniem naszego biura. Należy bardzo odpowiedzialnie zaplanować pierwsze inwestycje na wyposażenie. Osoba odpowiedzialna za uruchomienie i działalność biura powinna przedstawić władzom uczelni minimum sprzętu, który niezbędny jest do rozpoczęcia działalności. W kosztorysie przedstawianym władzom uczelni należy uwzględnić:

- komputer, drukarkę, skaner;
- aparaty telefoniczne/fax;
- kserokopiarkę;
- podłączenie linii telefonicznych;
- podłączenie do internetu;
- wyposażenie biura (możemy tu wspomóc się na początek zapasami, które zapewne posiada uczelnia – np. biurka, krzesła, stoły);
- materiały biurowe;
- koszty związane z zatrudnianiem minimum jednego pracownika biura.

Wyżej wymienione pozycje stanowią minimum potrzebne do postawienia pierwszych kroków naszego biura. Powinniśmy pamiętać, iż ustalając z władzami uczelni środki finansowe, należy pokazać, jak zamierzamy zrekompensować uczelni wydatki poniesione na uruchomienie, a w perspektywie na funkcjonowanie biura. Powinniśmy założyć, że w przyszłości – wraz z rozwojem – koszty utrzymania będą rosły. W tym celu powinniśmy podnosić efektywność naszej działalności związanej z pozyskiwaniem funduszy zewnętrznych.

Argumenty przemawiające za inwestycją uczelni w działalność akademickiego biura karier:

- biuro karier poszerza kontakty uczelni wśród firm, które mogą delegować swoich pracowników na studia, studia podyplomowe, szkolenia, konferencje organizowane na uczelni;
- biuro karier wspomaga proces rekrutacyjny. Dotyczy to szczególnie uczelni niepublicznych i w coraz większym stopniu publicznych. Młodzież wybiera tę uczelnię, która oferuje swoim studentom możliwość praktyk zawodowych, staży oraz pomoc w zdobyciu pracy po ukończeniu uczelni;
- biuro karier utrzymuje kontakty z absolwentami. Absolwenci, którym biuro pomogło uzyskać pracę po ukończeniu uczelni, chętnie wspomogą różnego rodzaju przedsięwzięcia swojej Alma Mater;
- biuro karier jako jednostka wspomagająca public relations uczelni.

Tworząc akademickie biuro karier, a w przyszłości rozwijając jego działalność, nie powinniśmy opierać się tylko na pomocy finansowej ze strony uczelni. Istnieje wiele innych różnych sposobów pozyskiwania funduszy zewnętrznych lub dotacji rzeczowych od firm, jak również od organizacji wspomagających ograniczanie zjawiska bezrobocia wśród absolwentów uczelni wyższych.

Działalność akademickich biur karier wspomagają urzędy administracji państwowej czy samorządowej, ogłaszając np. konkursy pozwalające uzyskiwać granty na konkretne przedsięwzięcia realizowane przez akademickie biuro karier. Konkursy ogłaszane są przez Ministerstwo Gospodarki i Pracy oraz Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Istnieje także możliwość pozyskania środków z Europejskiego Funduszu Społecznego.

Namawiamy również do rynkowych sposobów finansowania biura. Mając szeroką strukturę kontaktów z firmami, w których nasi studenci odbywają praktyki bądź zdobywają pracę poprzez działalność naszego biura, możemy również bardzo szybko uzyskać wsparcie finansowe bądź rzeczowe od przedsiębiorstw.

Nawiązując do rozdziału „Jak przygotować ofertę w celu pozyskania potencjalnego pracodawcy”, w naszej działalności powinniśmy pamiętać o zachowaniu obopólnych korzyści we współpracy z naszymi partnerami. Możemy zaproponować im różnego rodzaju wspólne przedsięwzięcia, które mogą być wspierane z budżetów tych firm.

W zamian za reklamę pracodawcy lub jego produktów wśród studentów naszej uczelni możemy starać się o pomoc w finansowaniu części kosztów działalności biura lub o pomoc rzeczową. Namawiamy koordynatorów akademickich biur karier do urynkowienia niektórych obszarów działalności. Firmy chętnie skorzystają z tego typu propozycji, ponieważ taniej będzie im pozyskać pracownika przez akademickie biuro karier niż przez komercyjną agencję pośrednictwa pracy. Nawiązując do podrozdziału „Analiza SWOT – szansą w podnoszeniu jakości działalności biura”, dla akademickiego biura karier jest to silna strona działalności – oferuje tańsze koszty pozyskania potencjalnego pracownika przez daną firmę. Każde z biur może wykorzystać tę cechę na swoją korzyść.

Znakomitą grupą, do której może zwrócić się nasze biuro o pomoc finansową są kluby absolwenckie zrzeszające absolwentów danej uczelni. Pomocy powinni udzielić szczególnie chętnie ci absolwenci, którzy znaleźli pracę poprzez działalność naszego biura.

9. Partnerzy biura karier – otoczenie zewnętrzne

Ważnym zadaniem dla każdego akademickiego biura karier jest umiejętność komunikowania się z innymi uczestnikami rynku, na którym działa nasze biuro. Nawiązywanie i poszerzanie kontaktów jest gwarancją osiągnięcia sukcesu i realizacji postawionych sobie celów działalności. Pamiętajmy, aby stale utrzymywać kontakt z otoczeniem zewnętrznym i budować relacje z potencjalnymi partnerami rynku pracy, bez których działalność biura nie ma celu.

W każdym kraju o gospodarce rynkowej istnieje wiele różnych instytucji zajmujących się zagadnieniami rynku pracy, wspieraniem jego rozwoju i działaniami na rzecz ograniczania bezrobocia. Zakres działalności instytucji rządowych i pozarządowych obejmuje przede wszystkim:

- określanie i realizację polityki państwa wobec rynku pracy,
- wprowadzanie w życie przepisów regulujących rynek pracy,
- prowadzenie akcji informacyjnej na temat możliwości poruszania się po rynku pracy (o możliwościach danego rynku pracy, przepisach prawnych, zwyczajach),
- reprezentowanie interesów pracowników wobec pracodawców i gremiów gospodarczych,
- promowanie przedsiębiorstw uważanych za najlepszych pracodawców,
- analizowanie polityki realizowanej przez państwo i możliwości dostępu do rynku pracy,
- kontrolowanie podmiotów gospodarczych zajmujących się doradztwem i pośrednictwem na rynku pracy,
- współpracę i rozwój specjalistycznej pomocy wybranym grupom osób zainteresowanych podjęciem pracy.

W niniejszym rozdziale opisujemy instytucje i organizacje, z którymi warto nawiązać kontakt i które skutecznie mogą przyczynić się do rozwoju działalności naszego biura.

9.1. Publiczne służby zatrudnienia

Wraz z ustawą z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. z 2004 r. Nr 99, poz. 1001 z późn. zm.) pojawiło się pojęcie instytucji rynku pracy. Instytucje rynku pracy to publiczne służby zatrudnienia, Ochotnicze Hufce Pracy, agencje zatrudnienia, instytucje szkoleniowe oraz instytucje dialogu społecznego i partnerstwa lokalnego.

Dla akademickich biur karier bardzo korzystnym partnerem mogą być szczególnie publiczne służby zatrudnienia. Wskazana wyżej ustawa określa definicję publicznych służb zatrudnienia jako systemu powiatowych i wojewódzkich urzędów pracy powoływanych przez władze samorządowe odpowiedniego szczebla i funkcjonujących w ramach samorządów oraz struktur ministra właściwego do spraw pracy, realizujących zadania związane bezpośrednio z rynkiem pracy. Koordynację nadzoru w zakresie metod działania, wykorzystania instrumentów polityki rynku pracy i efektywności działań, podejmowanych przez publiczne służby zatrudnienia wykonuje minister właściwy do spraw pracy. Zadania ministra właściwego ds. pracy realizowane są przez Ministerstwo Gospodarki i Pracy. Szczegółowe informacje o zadaniach i działalności ministerstwa można znaleźć na stronie internetowej www.mgip.gov.pl.

Do kompetencji publicznych służb zatrudnienia na poziomie województwa (wojewódzkich urzędów pracy) należy realizacja zadań w zakresie: określania regionalnej polityki rynku pracy i rozwoju zasobów ludzkich w odniesieniu do polityki krajowej, podziału środków na działania aktywizujące i stymulujące rozwój zasobów ludzkich zgodnie z priorytetami Regionalnego Planu Działań na Rzecz Zatrudnienia, prowadzenia analiz rynku pracy i badania popytu na pracę oraz prowadzenia monitoringu zawodów deficytowych i nadwyżkowych, badania efektywności programów rynku pracy, realizacji zadań z obszaru koordynacji systemów zabezpieczenia społecznego (instytucja właściwa), opracowywania, gromadzenia, aktualizowania i upowszechniania informacji zawodowych.

Za szczególnie istotne i przydatne dla działalności akademickich biur karier zadania realizowane przez wojewódzkie urzędy pracy należałoby uznać zadania z zakresu: organizowania i koordynowania rozwoju usług poradnictwa zawodowego i informacji zawodowej na terenie województwa – w tym obowiązkowe prowadzenie Centrów Informacji i Planowania Kariery Zawodowej, realizacji zadań z obszaru swobody przepływu osób (instytucja właściwa oraz świadczenie usług EURES), koordynowania wspólnie z organami właściwymi do spraw oświaty działań w zakresie kształcenia młodzieży i ustawicznego kształcenia zawodowego pracowników i osób bezrobotnych.

Centra Informacji i Planowania Kariery Zawodowej Wojewódzkich Urzędów Pracy (CIiPKZ) ukierunkowane są na świadczenie pomocy w zakresie poradnictwa zawodowego dla osób dorosłych, które zostały zwolnione i muszą znaleźć nowe miejsce pracy, są absolwentami przygotowującymi się do podjęcia pracy zawodowej, są zatrudnione, ale przygotowują się do przekwalifikowania bądź zmiany miejsca pracy czy też stoją przed wyborem zawodu lub specjalizacji. W centrach pracują zazwyczaj osoby, dla których poradnictwo zawodowe jest zarówno pasją, profesją jak i powołaniem. W centrum można liczyć na wszechstronną pomoc – trzeba jednak pamiętać o tym, że pomoc doradcy to przede wszystkim współuczestnictwo w procesie podejmowania decyzji przez klienta. Centra są wartościowym partnerem, od którego nasze biuro może się uczyć. Zapewne centrum chętnie wspomogę działalność biura i umożliwi na przykład kontakt naszym studentom z fachowcami zajmującymi się poradnictwem zawodowym. Możemy również zwrócić się do centrów w celu przeszkolenia naszej kadry pracującej na co dzień w biurze. Wykaz Centrów Informacji i Planowania Kariery Zawodowej WUP zamieszczono w załączniku nr 2.

Do kompetencji publicznych służb zatrudnienia na poziomie powiatu (powiatowych urzędów pracy) należy realizacja zadań w zakresie: rejestracji osób bezrobotnych i osób poszukujących pracy, przyznawania i wypłacania zasiłków dla bezrobotnych, pośrednictwa pracy i poradnictwa zawodowego, organizowania i finansowania szkoleń i wspierania kontynuacji nauki przez młodych bezrobotnych, starających się o podjęcie pierwszej pracy, prowadzenia zajęć aktywnego poszukiwania pracy w ramach klubów pracy, organizowania i finansowania zatrudnienia subsydiowanego oraz staży, pomocy dla bezrobotnych za pomocą innych instrumentów o charakterze wspierającym, współpracy przy świadczeniu usług z zakresu EURES, udzielania wsparcia pracodawcom zamierzającym tworzyć dodatkowe miejsca pracy, wspierania pracodawców w realizacji strategii rozwoju kadr i rozwoju szkoleń, realizacji programów zwolnień monitorowanych (outplacement) – podejmowania działań na rzecz osób objętych zwolnieniami grupowymi, współpracy ze szkołami i placówkami oświatowymi w zakresie udostępniania informacji o lokalnym rynku pracy.

Jednym z zadań urzędów pracy jest udzielanie osobom bezrobotnym pomocy w aktywnym poszukiwaniu pracy. W ramach powiatowych urzędów pracy zadanie to realizowane jest przez kluby pracy.

W czasie zajęć w klubie pracy uczestnicy uzyskują wiedzę i zdobywają umiejętności, które pomagają w rozwiązywaniu problemów związanych z ich własną sytuacją zawodową. Klub pracy wykorzystuje trzy formy działania:

1. Szkolenia w zakresie aktywnego poszukiwania pracy, przeznaczone przede wszystkim dla osób które nie mają żadnego doświadczenia w poszukiwaniu pracy, osób które przez pewien czas były zawodowo nieaktywne, a teraz chcą znowu podjąć pracę czy też osób zniechęconych długotrwałym brakiem pozytywnych efektów swoich starań o pracę.
2. Zajęcia aktywizacyjne – krótkie zajęcia dla osób, które mają określone deficyty wiedzy i umiejętności potrzebnej w aktywnym poszukiwaniu pracy – realizowane w formie warsztatów.
3. Dostęp do informacji – udostępnianie wszelkich materiałów i źródeł, zawierających informacje, wiedzę szczegółową i różnego rodzaju dane przydatne w poszukiwaniu zatrudnienia lub innej pracy zarobkowej.

W szkoleniach i zajęciach aktywizacyjnych uczestniczyć mogą bezrobotni oraz osoby poszukujące pracy. Z informacji i baz danych korzystać może każda zainteresowana osoba, niezależnie od tego czy zarejestrowała się w urzędzie.

Kluby pracy mogą stanowić wsparcie dla działalności biur karier, a szczególnie pomagać tym osobom, wobec których pomoc biura okazała się niewystarczająca. Szczegółowe informacje na temat działalności i kontaktu z klubami pracy można uzyskać w powiatowych urzędach pracy, właściwych terytorialnie dla siedziby biura karier.

Usługi rynku pracy świadczone przez publiczne służby zatrudnienia oraz realizowane przez nie instrumenty są finansowane z budżetu państwa, z budżetów samorządów terytorialnych, Funduszu Pracy, a wraz z wejściem w struktury UE zaistniała możliwość korzystania z dofinansowania Europejskiego Funduszu Społecznego.

Akademiczne biura karier mogą i powinny współpracować z urzędami pracy. Dzięki tym urzędom możemy uzyskać pomoc organizacyjną czy merytoryczną w organizacji niektórych przedsięwzięć, takich jak targi pracy, organizowane pod patronatem, któregoś z ww. urzędów. Podniesie to rangę targów oraz zaangażowanie władz w organizację, co znacznie pomoże zrealizować projekt. Zapewne istnieje wiele punktów stycznych w działalności z tymi partnerami; należy je efektywnie wykorzystać. Namawiamy do kontaktów z urzędami pracy w regionach, w których prowadzi działalność nasze biuro. Szersze informacje o działaniach wojewódzkich i powiatowych urzędów pracy oraz adresy urzędów dostępne są na stronach internetowych: www.praca.gov.pl i www.1praca.gov.pl.

9.2. Ogólnopolska Sieć Biur Karier

Ogólnopolska Sieć Biur Karier (OSBK) została utworzona w grudniu 1998 roku. Głównym celem sieci jest wymiana doświadczeń i informacji oraz pomoc w organizowaniu nowych biur. Dzięki tej współpracy każdy ośrodek zapewnia swoim studentom skuteczną pomoc, która powinna pomagać wchodzić w aktywne życie zawodowe.

Wszystkie biura mają wspólny cel i funkcjonują według określonego zestawu standardów, lecz każdy ośrodek wypracowuje również indywidualne metody pracy. Wymianie tych doświadczeń sprzyjają cykliczne spotkania członków OSBK – grudniowe konferencje w Krakowie i letnie spotkania szkoleniowe w różnych regionach Polski.

Biura karier należące do sieci spełniają określone standardy programowe:

- prowadzą doradztwo zawodowe indywidualne i grupowe,
- dostarczają informacje o rynku pracy i możliwościach podnoszenia kwalifikacji,
- zbierają, klasyfikują i udostępniają oferty pracy, staży i praktyk zawodowych,
- prowadzą bazy danych studentów zgłaszających się w poszukiwaniu pracy,
- nawiązują i utrzymują kontakty z pracodawcami,
- promują ideę biur karier i przyczyniają się do powoływania biur przy innych uczelniach.

Biura należące do sieci spełniają także określone standardy logistyczne i organizacyjne:

- zatrudniają pracowników etatowych,
- dysponują stałym, wydzielonym lokalem,
- prowadzą działalność przez minimum 3 miesiące przed przystąpieniem.

Biura zrzeszone w sieci zobowiązane są do:

- promocji idei biur karier w środowisku akademickim i biznesowym,
- uczestniczenia przynajmniej raz w roku w spotkaniu Ogólnopolskiej Sieci Biur Karier
- wymiany informacji, kontaktów i przyjacielskiej współpracy z innymi biurami zrzeszonymi w sieci.

Biura karier działające w sieci stanowią znaczny potencjał, biorąc pod uwagę doświadczenia i wiedzę, jak i aspekt organizacyjny i logistyczny. Nawiązują współpracę z wszystkimi partnerami w działaniach, których celem jest ograniczenie bezrobocia wśród absolwentów szkół wyższych. Aktualny wykaz akademickich biur karier należących do Ogólnopolskiej Sieci Biur Karier dostępny jest na stronach internetowych prowadzonych przez sieć – **www.biura-karier.net**.

Jeżeli jako biuro chcemy przystąpić do sieci – należy wypełnić i przesłać do Biura Karier Politechniki Krakowskiej deklarację (wzór deklaracji znajduje się w załączniku nr 3). Namawiamy do tego wszystkie akademickie biura karier, ale przede wszystkim te w fazie tworzenia lub rozwoju. Członkostwo w OSBK jest źródłem doświadczeń, wiadomości, a także powinno zwiększyć możliwości rozkwitu i sukcesów naszego biura.

Poprzez kontakt z innymi biurami karier nie tylko możemy zdobywać kontakty – jest to również szansa na poznanie innych niż własne rozwiązań, czynności, form zdobywania kontaktów z potencjalnymi pracodawcami itd.

Przyłączenie się do OSBK pozwala poza tym na wspólne uczestnictwo w targach pracy, seminariach czy warsztatach współorganizowanych przez OSBK oraz na zaistnienie na wspólnej stronie internetowej czy w publikacjach. Powinniśmy pamiętać, iż inne funkcjonujące akademickie biura karier nie są konkurencją w stosunku do siebie. Wszystkie biura skupione w sieci łączy jedna wspólna idea „Ograniczanie bezrobocia wśród absolwentów uczelni wyższych”.

9.3. Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości

Projekt „Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości” (AIP) to pierwsza tego rodzaju inicjatywa w Polsce – zainicjowana przez Studenckie Forum Business Center Club oraz Fundację Przedsiębiorczość Ponad Podziałami. Projekt AIP jest największą inicjatywą studencką ostatnich lat

mającą na celu pobudzenie świadomości w dziedzinie przedsiębiorczości wśród grupy młodych i rokujących na przyszłość młodych Polaków. Dzięki niej ma szansę powstać kilkaset nowych firm, którymi kierować będą młodzi ludzie. Działania projektu skierowane są do słuchaczy studiów dziennych, zaocznych oraz wieczorowych uczelni wyższych w Polsce, stanowią oni grupę o największym potencjale wiedzy, kreatywności i innowacji.

Powstanie AIP jest wynikiem badań przeprowadzonych przez Studenckie Forum Business Centre Club i Ośrodek Badań Wyborczych w 2001 roku. Badania te pokazały, iż 68% studentów polskich uczelni pragnie założyć i prowadzić własną firmę.

Istnieje jednak wiele barier w naszym kraju takich jak biurokracja, wysokie opłaty dla zakładających firmy, comiesięczne składki na ubezpieczenia społeczne, a przede wszystkim niska świadomość młodych ludzi w dziedzinie przedsiębiorczości.

W projekcie AIP uwaga skupiona jest na dostarczaniu studentom jak najwięcej praktycznej wiedzy i dobrych przykładów. Studenci kończąc uczelnię posiadają ogromną wiedzę teoretyczną, a tą praktyczną najczęściej muszą zdobywać sami.

Poprzez inkubator mogą oni bez wielkich nakładów finansowych założyć własną wymarzoną firmę, która za kilka lat może stać się potężnym przedsiębiorstwem, dającym miejsca pracy setkom Polaków. Dla wielu studentów działalność w inkubatorze może stać się sposobem zarabiania na studia oraz zdobywania praktycznej wiedzy na temat przedsiębiorczości.

Czym są Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości?

Inkubatory, to miejsca na uczelniach, gdzie studenci dzienni, zaocznicy oraz wieczorowi mogą otrzymać niezbędną pomoc w założeniu i prowadzeniu własnych firm. W inkubatorach będą mieli możliwość skorzystania z różnych form pomocy. Osoba zainteresowana prowadzeniem firmy przychodząc do inkubatora może liczyć na:

1. Udostępnienie pomieszczeń przeznaczonych do prowadzenia działalności gospodarczej.
2. Dostęp do telefonu, faksu, komputera, drukarki i podstawowych urządzeń biurowych.
3. Działanie na zasadzie pionu w inkubatorze umożliwiające rozwijanie własnych pomysłów najniższym kosztem. Dzięki temu rozwiązaniu początkowo osoba nie musi zakładać własnej firmy i ponosić dużych kosztów z tym związanych.
4. Prowadzenie księgowości firmy przez biuro rachunkowe (wspólne biuro rachunkowe, księgową, dla wszystkich podmiotów w obrębie jednego inkubatora), w tym darmowe porady prawno-podatkowe doradców podatkowych.
5. Pozyskiwanie kontraktów głównie dzięki współpracy z lożami regionalnymi Business Centre Club.
6. Korzystanie z systemu szkoleń dla osób prowadzących firmy w inkubatorze.
7. Pomoc w promocji i reklamie, przy pomocy agencji PR-owych i marketingowych dla większych przedsięwzięć.
8. Pomoc w pozyskiwaniu funduszy na inwestycje (fundusze państwowe, samorządowe, UE, venture capital, business angels, kredyty komercyjne).
9. Korzystanie z systemu stypendialnego inkubatorów, w ramach których osoba działająca w inkubatorze może zdobyć niezbędną do prowadzenia firmy pomoc finansową i rzeczową.
10. Możliwość promocji za pośrednictwem mediów studenckich i za pomocą portalu inkubatory.pl.
11. Doradztwo w zakresie tworzenia własnej firmy oraz doradztwo bieżące w trakcie okresu inkubacji, porady marketingowe, porady prawne, księgowe.

12. Pomoc administracyjno-prawna, w tym darmowe konsultacje i porady najlepszych kancelarii prawnych w Polsce oraz pomoc w przygotowywaniu umów i dokumentów.
13. Dostęp do specjalistycznej prasy i opracowań biznesowych.

O przyznanie pomocy przez inkubator mogą wystąpić w szczególności studenci danej uczelni, na której znajduje się inkubator oraz absolwenci tej uczelni, w okresie jednego roku od dnia obrony pracy licencjackiej, inżynierskiej lub magisterskiej.

Dwa razy w roku, będzie organizowany na uczelniach nabór do Inkubatorów Przedsiębiorczości. Nabór ten – w postaci konkursu – będzie ogłaszany cyklicznie na początku każdego semestru. Pierwszy konkurs w ramach AIP ogłoszono 18 października 2004 r. Student zainteresowany działalnością w inkubatorze przesyła do siedziby inkubatora na danej uczelni, krótki opis swojego planowanego przedsięwzięcia – do 3 stron formatu A4. Tzw. Rada inkubatorów – złożona z władz uczelni, przedsiębiorców i studentów oceni projekty i wyłania tych studentów, których krótkie biznesplany rokują największe szanse. Wyróżnieni studenci mogą przystąpić do Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości i korzystać z całego zaplecza merytorycznego i infrastruktury.

Wraz z inauguracją projektu Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości ruszył portal internetowy **www.inkubatory.pl** poświęcony w całości działalności i funkcjonowaniu inkubatorów. Pod tym adresem wszyscy zainteresowani znajdą adresy Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości działających w Polsce, szczegółowe informacje o funkcjonowaniu inkubatorów, informacje o konkursach ogłaszanych w ramach naborów do Inkubatorów oraz regulamin przystąpienia do projektu. Patronat honorowy nad realizacją programu objęło między innymi Ministerstwo Gospodarki i Pracy.

9.4. Agencje zatrudnienia

Na rynku działa wiele podmiotów, które mogą być partnerami w działalności biura i mogą stanowić źródło informacji o rynku pracy. Istotnym partnerem dla biur karier mogą być agencje zatrudnienia. Zgodnie z ustawą o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. z 2004 r. Nr 99 poz. 1001, z późn. zm.) agencje zatrudnienia to takie podmioty, które prowadzą usługi w zakresie pośrednictwa pracy na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, pośrednictwa obywateli polskich do pracy za granicą u pracodawców zagranicznych, doradztwa personalnego, poradnictwa zawodowego czy pracy tymczasowej i świadczą je na zasadach określonych w ustawie, po uzyskaniu wpisu do rejestru agencji zatrudnienia. Gromadzenie w postaci elektronicznej i udostępnianie informacji o wolnych i poszukiwanych miejscach pracy w internecie nie wymaga wpisu do rejestru agencji zatrudnienia.

Zasady prowadzenia agencji zatrudnienia:

1. Agencja zatrudnienia ma obowiązek informowania ministra właściwego do spraw pracy o każdej zmianie siedziby, otwarciu i likwidacji oddziałów lub filii, zaprzestaniu działalności, a także okoliczności faktycznej lub prawnej mającej znaczenie dla jej działalności;
2. Przetwarzanie danych przez agencję zatrudnienia odbywa się zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych;
3. Agencja zatrudnienia nie może dyskryminować ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, pochodzenie etniczne, narodowość, orientację seksualną, przekonania polityczne i wyzna-

nie religijne ani ze względu na przynależność związkową osób, dla których poszukuje zatrudnienia lub innej pracy zarobkowej;

4. Agencja zatrudnienia ma obowiązek przedstawiania ministrowi właściwemu do spraw pracy oraz marszałkowi województwa i wojewodzie informacji o działalności w okresach rocznych, w terminie do dnia 31 stycznia;
5. Agencja zatrudnienia ma obowiązek współpracować z organami zatrudnienia w zakresie realizacji polityki rynku pracy;
6. W dokumentach, ogłoszeniach i ofertach agencja zatrudnienia podaje numer wpisu do rejestru, a agencja pracy tymczasowej podaje ponadto określenie „agencja pracy tymczasowej”. Oferty pracy ogłaszane przez agencję pracy tymczasowej są oznaczane jako oferty pracy tymczasowej.

Zgodnie z ustawą o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy kierowanie do pracy za granicą u pracodawców zagranicznych za pośrednictwem agencji pośrednictwa pracy odbywa się na podstawie umowy zawieranej przez te agencje z obywatelami polskimi. Umowa ta powinna określać w szczególności:

- zagranicznego pracodawcę;
- okres zatrudnienia lub innej pracy zarobkowej;
- rodzaj oraz warunki pracy i wynagradzania, a także przysługujące osobie kierowanej do pracy świadczenia socjalne;
- warunki ubezpieczenia społecznego oraz od następstw nieszczęśliwych wypadków i chorób tropikalnych;
- obowiązki i uprawnienia osoby kierowanej do pracy oraz agencji pośrednictwa pracy;
- zakres odpowiedzialności cywilnej stron w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy zawartej między agencją pośrednictwa pracy a obywatelem polskim, w tym stronę pokrywającą koszty dojazdu i powrotu osoby skierowanej do pracy w przypadku nie wywiązania się pracodawcy zagranicznego z warunków umowy oraz tryb dochodzenia związanych z tym roszczeń;
- kwotę należną agencji pośrednictwa pracy z tytułu faktycznie poniesionych kosztów związanych ze skierowaniem do pracy za granicą;
- informację o trybie i warunkach dopuszczania cudzoziemców do rynku pracy w państwie wykonywania pracy;
- inne zobowiązania stron.

Ponadto agencja pośrednictwa pracy ma obowiązek zawierania z pracodawcą zagranicznym, do którego zamierza kierować obywateli polskich do pracy za granicą, umowy określającej w szczególności: liczbę miejsc pracy, okres zatrudnienia, rodzaj oraz warunki pracy, zasady wynagradzania, a także przysługujące osobom podejmującym pracę świadczenia socjalne, zakres odpowiedzialności cywilnej stron.

Agencja pośrednictwa pracy jest obowiązana do przestrzegania międzynarodowych umów, porozumień i programów dotyczących zatrudnienia wiążących Rzeczpospolitą Polską oraz obowiązujących w państwie zatrudnienia przepisów o zatrudnieniu.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami zabronione jest pobieranie opłat od osób, dla których agencja zatrudnienia poszukuje zatrudnienia lub innej pracy zarobkowej lub którym udziela pomocy w wyborze odpowiedniego zawodu i miejsca zatrudnienia.

Dopuszczalne jest pobieranie od osób opłat z tytułu faktycznie poniesionych kosztów związanych ze skierowaniem do pracy za granicą np. kosztów: przejazdu za granicę, wizowania paszportów, dodatkowego ubezpieczenia, badań lekarskich, tłumaczenia niezbędnych dokumentów osób wyjeżdżających, szkolenia zgodnego z wymogami pracodawcy zagranicznego, opłat związanych z uzyskaniem zaświadczenia o niekaralności itp. – pod warunkiem wyspecyfikowania tych opłat w umowie.

Zabronione jest natomiast pobieranie przez agencję opłat od osób kierowanych do pracy za granicę z tytułu wyszukiwania i wskazania pracodawcy zagranicznego, w szczególności: przedpłat, kaucji, opłat eksploatacyjnych, wynagrodzenia pracowników, opłat z tytułu wynajmu lokalu, wyjazdów pracowników agencji, rekrutacji, usług pocztowo-telekomunikacyjnych, druków, reklamy i ogłoszeń prasowych. Natomiast dozwolone jest pobieranie opłat z tytułu prowadzonej działalności w zakresie pośrednictwa pracy od pracodawców. Wykaz agencji zatrudnienia posiadających wpis do rejestru możemy znaleźć pod adresem internetowym www.praca.gov.pl.

9.5. Organizacje studenckie i kluby absolwentów

Działające biura karier powinny nawiązywać kontakty i utrzymywać współpracę z różnymi organizacjami studenckimi, stowarzyszeniami studenckimi czy klubami, działającymi na uczelni i o szerszym niż nasza uczelnia zasięgu. Organizacje te pełnią kluczową rolę w promocji biura karier w środowisku studenckim, pomagają w organizacji targów czy konferencji. Akademickie biuro karier powinno stale konsultować z nimi swoje przedsięwzięcia i ściśle współdziałać, gdyż w ten sposób mogą najszybciej otrzymać rzetelną informację zwrotną o swoich programach i pomysłach. Organizacje studenckie działają na rzecz tego samego środowiska studenckiego, a często prowadzą zbliżoną do biur karier działalność: zajmują się pomocą w podejmowaniu pracy sezonowej i posiadają dostęp do propozycji praktyk oraz ofert pracy dla studentów i absolwentów.

Niezastąpionym partnerem akademickiego biura karier, które również może być inicjatorem powstania klubu są działające czynnie kluby absolwentów danej uczelni. Są to organizacje będące najbliżej naszego biura nie tylko działalnością, ale i duchem. To w nich zrzeszają się absolwenci uczelni, chcąc utrzymać z nią kontakt, a także nie tracić znajomości zdobytych podczas studiów.

Kluby absolwentów są znakomitą partnerem, który może najszybciej i efektywnie wspomóc działalność biura. Często zdarza się, że absolwenci danej uczelni pełnią ważne stanowiska w firmach lub instytucjach rządowych lub samorządowych, wielu z nich prowadzi zapewne własne przedsiębiorstwa. Ich emocjonalny związek z uczelnią ułatwi negocjacje w nawiązaniu współpracy z naszym biurem.

Akademickie biuro karier jako organizacja pośrednicząca między studentami i absolwentami a rynkiem pracy może śmiało pomagać absolwentom – zrzeszonym w klubie – znaleźć odpowiednią kadrę do ich przedsiębiorstw czy instytucji, w których pracują.

Absolwentów będących członkami danego klubu można również zapraszać na organizowane warsztaty menedżerskie, na których mogą podzielić się swoją wiedzą i doświadczeniami zawodowymi ze studentami uczelni.

9.6. Przedsiębiorstwa, organizacje pracodawców, związki zawodowe

Przedsiębiorstwa, firmy, zakłady pracy są bardzo ważnym i zarazem znaczącym partnerem w realizacji działań akademickiego biura karier. Namawiamy do nawiązywania bezpośrednich kontaktów z działami kadr oraz innymi komórkami w poszczególnych przedsiębiorstwach. Każde z nich raczej chętnie powinno udzielić informacji o potrzebach dotyczących zatrudniania nowych pracowników.

Warto budować sieć bezpośrednich kontaktów z firmami oraz – co najważniejsze – pielęgnować je. Przedsiębiorstwa są przecież największym odbiorcą usług, które świadczą akademickie biura karier.

Każde akademickie biuro karier powinno posiadać bazę danych zaprzyjaźnionych przedsiębiorstw, organizacji rządowych i pozarządowych. Wyżej wspomniane organizacje chętnie nawiązują kontakt z takimi jednostkami jak biura karier, ponieważ mogą być dla nich źródłem dopływu pracowników. Osoby kierujące działalnością akademickiego biura karier powinny wziąć to pod uwagę przy planowaniu działalności na rzecz studentów i absolwentów swojej uczelni.

Ważnymi, choć jeszcze mało zauważalnymi przez akademickie biura karier organizacjami, mogącymi być znakomitym partnerem i jednocześnie źródłem informacji o potrzebach rynku pracy mogą być izby rzemieślnicze czy izby gospodarcze. Izby zrzeszają przede wszystkim firmy sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Wiele z tych izb jest organizacjami bilateralnymi, posiadającymi przedstawicielstwa w różnych krajach.

Współpraca z izbami może przyczynić się do nawiązania bezpośredniego kontaktu z pracodawcami, którzy być może chętnie zatrudnią studentów na praktyki w swoich firmach. Również same izby potrzebują i chętnie korzystają z usług, które mogą świadczyć na ich rzecz studenci poprzez praktyki, staże i inne formy współpracy. W czasie takich praktyk studenci mogą szybko znaleźć pracę na przyszłość, w firmach zrzeszonych w izbach.

Ważne jest również utrzymywanie kontaktów z różnymi związkami zawodowymi. Są to organizacje opiniotwórcze i mające w naszym kraju wpływ na kształtowanie polityki rządu wobec rynku pracy oraz postępowania pracodawców. Są to organizacje dbające przede wszystkim o przestrzeganie prawa pracy, przestrzeganie przepisów oraz zasad bezpieczeństwa i higieny pracy w danym zakładzie.

Związki zawodowe reprezentują zbiorowe interesy i prawa pracowników, występują również w indywidualnych sprawach pracowniczych. Związki zawodowe kierują działalnością społecznej inspekcji pracy i współdziałają z państwową inspekcją pracy. W swojej działalności poświęcają wiele uwagi warunkom życia emerytów i rencistów.

Związki zawodowe mogą być interesującym źródłem informacji o problemach, które mogą napotykać studenci i absolwenci podczas pracy zawodowej. Osoby kierujące pracami akademickiego biura karier powinny zwrócić uwagę również na współpracę z tymi organizacjami.

9.7. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Istotnym partnerem biura karier może być Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). Celem działania PARP jest udział w realizacji programów rozwoju gospodarki, w szczególności w zakresie wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, eksportu, spójności społeczno-gospodarczej kraju.

Agencja realizuje wiele programów pomocowych, m.in. udziela dotacji przeznaczonych zarówno na inicjatywy wspierające rozwój małej i średniej przedsiębiorczości, jak i bezpośrednio dla przedsiębiorców. Działania PARP finansowane są z budżetu państwa oraz ze środków Unii Europejskiej.

W regionach PARP współpracuje z siecią ponad 150 ośrodków doradczych skupionych w Krajowym Systemie Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw (KSU), które są objęte systemem akredytacji. Szczegółowe zadania PARP oraz informacje o działaniach agencji dostępne są na stronie internetowej **www.parp.gov.pl**.

9.8. Portale internetowe – partnerzy i źródło informacji

Potencjalnymi partnerami do współpracy oraz źródłem informacji o rynku pracy i potrzebnym w działalności akademickiego biura karier są portale internetowe. Zaletą tego nośnika jest szybki i prawie nieograniczony dostęp do informacji.

Obecnie ważnym czynnikiem, który powinny wziąć pod uwagę akademickie biura karier, jest fakt obecności Polski w strukturach Unii Europejskiej. W związku z tym biuro karier nie powinno ograniczać swych kontaktów tylko do biur karier, przedsiębiorstw czy firm z terytorium Rzeczypospolitej. Pojawiło się w ostatnim czasie wiele możliwości edukacji i zatrudnienia dla studentów i absolwentów uczelni wyższych na terenie krajów całej Unii Europejskiej. Korzystając z internetu warto nawiązać kontakty z organizacjami odpowiadającymi działalności naszego biura karier. Poszerzy to krąg podmiotów zainteresowanych zatrudnianiem studentów i absolwentów polskich uczelni wyższych. Zestawienie wybranych adresów stron internetowych, związanych z rynkiem pracy, planowaniem kariery czy traktujących o rynku pracy w Polsce i poza granicami kraju, znajduje się w załączniku nr 4.

Rozdział III

PORADY DLA PRACOWNIKÓW BIURA KARIER

1. Jak zorganizować szkolenia?

Szkolenia to sposób na przekazanie niezbędnej wiedzy i umiejętności w zakresie aktywnego, a przede wszystkim skutecznego, szukania pracy, motywowania i pomocy dla studentów i absolwentów. Do tych przedsięwzięć warto zaprosić specjalistę, który profesjonalnie pomoże dobrać program szkoleniowy.

Krok 1. Zaplanowanie szkolenia

Proces szkoleniowy zaczyna się z chwilą podjęcia decyzji o konieczności jego przeprowadzenia. Na tym etapie osoba zajmująca się organizacją przedsięwzięcia powinna:

- ustalić dokładny temat szkolenia,
- znaleźć osoby prowadzące (wykładowcę czy eksperta w dziedzinie, w której będziemy przeprowadzali szkolenie),
- przygotować ofertę szkolenia, na którą składa się:
 - a) słowo wstępne,
 - b) zarys programowy,
 - c) termin i miejsce szkolenia,
 - d) liczba miejsc.

Jednym z ważniejszych elementów tego kroku jest rozpoznanie i analiza potrzeb szkoleniowych samych uczestników. W tym celu niezbędne jest przeprowadzenie rozmów z kilkoma potencjalnymi uczestnikami szkolenia i zweryfikowanie programu szkolenia w kontekście ich uwag.

Krok 2. Przygotowanie szkolenia

Przebieg tego etapu trwa od momentu podjęcia decyzji o przeprowadzeniu szkolenia i rozpoznania potrzeb szkoleniowych do chwili rozpoczęcia szkolenia. Polega on na dokładnym określeniu następujących elementów:

– Jaki ma być efekt szkolenia?

Aby określić efekt szkolenia, powinniśmy ustalić, jaką wiedzę i umiejętności mają nabyć uczestnicy oraz to, w jaki sposób będą one przez nich wykorzystywane.

– Kto ma być szkolony?

W punkcie tym określamy, jak liczna ma być grupa szkoleniowa oraz jak zróżnicowana pod względem wieku i specjalizacji naukowej.

– Jak zdobyć uczestników na szkolenie?

Najprostszym i najbardziej popularnym sposobem jest umieszczenie stosownych informacji na tablicy informacyjnej oraz na stronach internetowych. Wskazane jest także wysłanie

zaproszenia na szkolenie e-mailem do studentów. Osoba zapisująca się na szkolenie powinna wypełnić kartę zgłoszeniową i przesłać ją faksem lub przynieść osobiście. Po zgłoszeniu się słuchacza należy poinformować go, że dotarła karta zgłoszeniowa. Poprosić o podanie jego danych, których zapomniał wpisać i poinformować, że za chwilę zostaną przesłane informacje organizacyjne. W końcu wszystkich uczestników szkolenia trzeba wprowadzić do bazy danych szkolonych studentów.

– Jaki ma być jego rodzaj, a jaka forma?

Należy właściwie zaplanować sesje szkoleniowe i wybrać najbardziej efektywne formy. Będą one w dużej mierze zależeły od tematu szkolenia - jego złożoności i stopnia trudności realizacji, a także od składu grupy, umiejętności poszczególnych uczestników oraz od czasu, jaki postanowiliśmy poświęcić na szkolenie.

– W jakim czasie będzie ono zrealizowane?

Bardzo ważnym momentem na tym etapie jest stworzenie harmonogramu szkolenia. Zastanawiając się nad układem sesji i zaplanowaniem czasu na realizację jej poszczególnych punktów, należy pamiętać o kilku podstawowych zasadach:

- najtrudniejsze tematy realizujemy w godzinach porannych,
- mniej więcej co 1,5 godziny róbmy 10–15-minutowe przerwy (tzw. kawowe),
- przerwę obiadową (min. 1 godzina) zróbmy między 12.00 a 14.00; w tym czasie wielu uczestników może przeżywać kryzys psychofizyczny,
- bezpośrednio po obiedzie omawiamy łatwiejsze zagadnienia.

– Gdzie należy je przeprowadzić?

Najlepszym miejscem do przeprowadzenia szkolenia będzie sala uczelniana. Obniży to koszty szkolenia, gdyż nie ma potrzeby dodatkowego wynajmowania pomieszczeń i sprzętu.

– Jakie są potrzebne środki i budżet, aby osiągnąć cele szkoleniowe?

W tym przypadku bierzemy pod uwagę koszt usług wykładowcy oraz wydatki związane z przygotowaniem materiałów szkoleniowych dla uczestników.

Krok 3. Zawiadomienie uczestników o terminie i miejscu przeprowadzenia szkolenia

W tym celu przygotowujemy informacje organizacyjne (miejsce, data i godzina rozpoczęcia szkolenia oraz szczegółowy harmonogram), które następnie przesyłamy lub przekazujemy słuchaczowi.

Krok 4. Przygotowanie materiałów szkoleniowych

Przygotowanie materiałów szkoleniowych powinno nastąpić co najmniej na 3 dni przed szkoleniem. Materiały szkoleniowe stanowią konspekt wykładowcy, ewentualnie ćwiczenia do zajęć.

Krok 5. Przygotowanie sali szkoleniowej

Przygotowanie sali szkoleniowej polega na zagwarantowaniu odpowiedniej infrastruktury, na powieszeniu kierunkowskazów oraz na przygotowaniu poczęstunku.

Krok 6. Przeprowadzenie szkolenia

Krok ten polega na otwarciu szkolenia, przywitaniu słuchaczy w imieniu akademickiego biura karier i uczelni oraz przedstawieniu osób prowadzących szkolenie i przekazaniu im głosu. Po rozpoczęciu szkolenia należy sprawdzić listę obecności, a po jego zakończeniu przygotować i wręczyć zaświadczenia o ukończeniu szkolenia.

Krok 7. Ocena szkolenia

Po zakończonym szkoleniu należy przeprowadzić krótką, anonimową ankietę wśród uczestników, która pozwoli nam dokonać właściwej oceny szkolenia. Ankieta powinna zawierać pytania dotyczące kadry wykładowej, programu szkolenia, przydatności szkolenia oraz strony organizacyjnej.

Nie ulega wątpliwości, że należycie zaplanowane działania – związane z realizacją szkoleń – przyniosą wiele satysfakcji zarówno samym uczestnikom, jak i pracownikom akademickiego biura karier.

2. Targi pracy

Targi pracy to możliwość bezpośredniego kontaktu z pracodawcą. Jednak należy go przekonać, aby wziął udział w naszym przedsięwzięciu. Pamiętajmy o zasadzie obopólnych korzyści dla pracodawcy i pracownika.

Przystępując do realizacji zadania związanego z organizacją targów pracy dla naszych studentów czy absolwentów, bardzo ważne jest, abyśmy również pamiętali o zasadzie korzyści obu stron. W tym przypadku naszych studentów, dla których to robimy, oraz tych najważniejszych partnerów akademickiego biura karier – PRACODAWCÓW, bez których zaangażowania i udziału nie zrealizowalibyśmy naszego przedsięwzięcia.

Podchodząc do organizacji targów, powinniśmy wczuć się w rolę potencjalnego pracodawcy, który podejmie lub nie decyzję o wykupieniu stoiska na naszych targach. Udział w targach dla każdego przedsiębiorcy czy firmy zajmującej się pośrednictwem pracy to inwestycja i musi być dobrze przemyślana, aby przyniosła wymierne korzyści. Nasze biuro jako organizator targów powinno dołożyć wszelkich starań, aby pracodawcom opłacało się nawiązać z nami współpracę.

Przystępując do tego przedsięwzięcia nie możemy zapomnieć również o korzyściach dla naszych studentów i absolwentów. Targi nie mogą być jedynie suchą prezentacją ofert pracodawców. Aby zachować frekwencję na odpowiednim poziomie, powinniśmy zadbać o imprezy towarzyszące, które uatrakcyjnią nasze przedsięwzięcie.

Tak jak w działaniach dla zwykłej firmy, poruszającej się w gospodarce wolnorynkowej tak i dla naszego akademickiego biura karier, które traktujemy trochę jak działającą na rynku firmę, żadne inne narzędzie nie pozwala na jednoczesną realizację tylu zamierzonych celów. Żadne inne przedsięwzięcie nie zbliży studentów czy absolwentów z potencjalnymi pracodawcami. Targi pracy pozwalają na tworzenie i w konsekwencji na podtrzymywanie nawiązanych kontaktów osobistych, które – nie ukrywajmy – są czynnikiem sukcesu w dzisiejszym świecie.

Przystępując do realizacji tego zadania powinniśmy również dokonać szybkiej analizy SWOT (przykład, jak zrobić analizę SWOT danego przedsięwzięcia, przedstawimy w następnym rozdziale), która pozwoli nam odpowiedzieć na kilka istotnych pytań:

1. Jakim potencjałem organizacyjnym dysponuje nasze biuro?
2. Gdzie mogą pojawić się zagrożenia uniemożliwiające realizację targów?
3. Jakie korzyści przyniosą targi pracy poszczególnym podmiotom, zaangażowanym w projekt?
4. W jaki sposób wyeliminujemy nasze słabe strony?

W związku z tym, iż targi pracy są przedsięwzięciem łączącym dwa rynki: pracodawcy i pracownicy, a także innych pośredników rynku pracy, projekt ten musi być starannie zaplanowany i zrealizowany.

W miarę możliwości danego ośrodka akademickiego wskazanym jest zawiązywanie komitetów organizacyjnych, w skład których może wejść od dwóch nawet do kilku współpracujących ze sobą akademickich biur karier. Wspólnie można zrealizować przedsięwzięcie o szerszym zakresie, a tym samym atrakcyjniejsze. Również ryzyko niepowodzenia rozkłada się na kilka podmiotów a i możliwości organizacyjne wzrastają.

Przystępując do organizacji targów pracy i realizacji zadań powinniśmy:

1. Ustalić szczegółowe cele, które stawiamy sobie do realizacji podczas targów pracy i po ich zakończeniu. Celami tymi mogą być:
 - Zapoznanie się z systemami rekrutacji w różnych firmach,
 - Jak przygotować się do rozmowy kwalifikacyjnej,
 - Jak sporządzić odpowiednie dokumenty,
 - Szansa na znalezienie interesującego miejsca na staż czy też praktykę zawodową,
 - Szansa na nawiązanie bezpośrednich kontaktów z potencjalnymi pracodawcami.
2. Wybrać miejsce, w którym je zrealizujemy.

Bardzo dobrym rozwiązaniem jest tu teren na przykład naszej uczelni. Obniża to znacznie koszty organizacyjne.
3. Ustalić terminy i czas trwania targów pracy.

Należy uwzględnić szczególnie okresy sesji egzaminacyjnych na uczelniach jako najmniej wskazane do organizacji targów.
4. Zorganizować szkolenie dla osób pomagających przy realizacji projektu.

Bardzo ważne jest właściwe rozdzielenie kompetencji na poszczególne osoby i jednostki organizacyjne.
5. Przygotować oferty dla potencjalnych wystawców.

Potencjalnych wystawców powinniśmy powiadomić o planowanym przedsięwzięciu i zaprosić do współpracy z odpowiednio dużym wyprzedzeniem czasowym.
6. Przygotować kampanię informacyjną o targach w zależności od możliwości finansowych komitetu organizacyjnego.

Po ustaleniu wyżej wymienionych punktów możemy przystąpić do realizacji projektu o nazwie „Targi pracy”. Bardzo ważną sprawą, o której już wcześniej wspomnieliśmy, jest atrakcyjność imprezy. Zwiększa to frekwencję, a jednocześnie obie strony mają z tego korzyści. Pracodawca – bo ma do dyspozycji szeroką paletę potencjalnych pracowników czy praktykantów, a studenci – zapoznanie się z rzeczywistymi i aktualnymi oczekiwaniami pracodawcy oraz większą możliwość wyboru ofert.

Aby uatrakcyjnić nasze targi pracy, możemy:

- przeprowadzić warsztaty z autoprezentacji, preferencji zawodowych, aktywnego poszukiwania pracy,
- zorganizować spotkania z absolwentami, którym udało się odnieść sukces lub podjąć pracę,
- zorganizować konkurs na najlepszego pracodawcę.

Możliwości uatrakcyjnienia tego typu przedsięwzięć jest wiele. Ich stworzenie i zastosowanie zależy tylko od pomysłowości i determinacji organizatorów.

Ważne jest również to, abyśmy po zakończeniu projektu:

- przeprowadzili uczciwą analizę i ocenę pobytu na targach pracy wszystkich podmiotów w nich uczestniczących,
- dokonali pomiarów wyników – porównania celów zamierzonych z osiągniętymi,
- pozostawili ślad targów w prasie, radiu czy nawet telewizji.

Zwracamy również uwagę, iż targi pracy nie kończą się w momencie likwidacji stoisk i powrotem studentów czy absolwentów do ich domów. Ważne, a może nawet i najważniejsze są działania będące efektem organizacji i udziału w targach.

3. Jak przygotować warsztat menedżerski?

Podczas warsztatu menedżerskiego praktycy dzielą się swoimi doświadczeniami i wiedzą na temat planowania własnej ścieżki kariery, technik wykorzystywanych przy jej tworzeniu, refleksji o podjętej pracy. Podczas warsztatów studenci mogą uzyskać odpowiedzi na nurtujące ich pytania.

Podstawowym celem organizacji warsztatów menedżerskich jest zapoznanie studentów, absolwentów z praktyczną stroną prowadzenia działalności gospodarczej lub pełnienia poszczególnych stanowisk w firmie.

Na warsztaty zaprasza się praktyków życia gospodarczego. Podczas nich prezentują oni swoje firmy, a także opisują swoje stanowisko pracy. Opowiadają o swoich doświadczeniach, wyrażają poglądy, radzą.

Warsztat powinien być realizowany w formie partnerskiej. Prowadzący warsztat powinien traktować swoich rozmówców nie jak studentów, którym wyklada, ale jako kolegów, którym doradza. Studenci podczas warsztatu muszą mieć możliwość zadania pytań i wyrażenia swoich opinii.

Warsztaty możemy organizować w różnych konfiguracjach tematycznych. Mogą one dotyczyć poszczególnych działów firmy, mogą dotyczyć poszczególnych stanowisk: tych niskich, średnich, jak i wysokich.

Krok 1. Zaplanowanie warsztatu

Na tym etapie osoba zajmująca się organizacją warsztatu powinna:

- ustalić dokładny temat lub zdefiniować problem który będzie omawiany na warsztacie;

- znaleźć eksperta w dziedzinie, w której będziemy przeprowadzali warsztat. Możemy skorzystać z własnych baz danych lub popytać wśród znajomych przedsiębiorców bądź studentów, absolwentów, którzy prowadzą już własną działalność gospodarczą;
- przygotować ofertę warsztatu, czyli zaproszenie dla studentów; powinno ono zawierać niżej wymienione informacje:
 - data, godzina, miejsce, gdzie zostanie przeprowadzony warsztat,
 - temat warsztatu,
 - kto z praktyków życia gospodarczego będzie go prowadził, jaka firma przyjęła patronat merytoryczny,
 - liczba miejsc – ograniczona lub nieograniczona.

Warto zadbać, aby zaproszenie, oferta była atrakcyjna graficznie (mobilizuje to uczestników do aktywnego udziału).

Jednym z ważniejszych elementów tego kroku jest rozpoznanie i analiza potrzeb samych uczestników. W tym celu niezbędne jest przeprowadzenie rozmów z kilkoma studentami lub absolwentami i zweryfikowanie tematu w kontekście ich uwag. Można też przeprowadzić krótką ankietę wśród braci studenckiej.

Krok 2. Przygotowanie warsztatu

Przebieg tego etapu trwa od momentu podjęcia decyzji o przeprowadzeniu warsztatu i rozpoznania potrzeb studentów do chwili jego rozpoczęcia. Polega on na dokładnym określeniu następujących elementów:

– Jaki ma być efekt warsztatu?

Aby określić efekt warsztat, powinniśmy ustalić, jaką wiedzę i umiejętności mają nabyć uczestnicy oraz to, w jaki sposób będą one przez nich wykorzystywane.

– Kto będzie uczestnikiem warsztatu?

W punkcie tym określamy, jak liczna ma być grupa oraz jak zróżnicowana ma być grupa uczestników (pod względem roku studiów, dla którego organizowany jest warsztat czy kierunku studiów).

– Jak zebrać uczestników warsztatu?

Najprostszym i najbardziej popularnym sposobem jest umieszczenie stosownych informacji na tablicy informacyjnej oraz na stronach internetowych. Wskazane jest także wysłanie zaproszenia na warsztat e-mailem do studentów. Osoba zapisująca się na warsztat powinna wypełnić kartę zgłoszeniową i przynieść ją osobiście do naszego biura. Wszystkich uczestników warsztatu należy wprowadzić do bazy danych studentów, którzy chętnie uczestniczą w tego typu przedsięwzięciach.

– Jaki ma być jego rodzaj, a jaka forma?

Należy właściwie zaplanować i wybrać najbardziej efektywną formę przeprowadzenia warsztatu. Warto pomyśleć również o materiałach, które mogą być pomocne i stanowić bazę wyjściową do podjęcia dyskusji. Forma będzie w dużej mierze zależała od tematu

warsztatu – jego złożoności i stopnia trudności realizacji, a także od składu grupy, umiejętności poszczególnych uczestników oraz od czasu, który postanowiliśmy poświęcić na realizację tego przedsięwzięcia.

– W jakim czasie warsztat będzie zrealizowany?

Bardzo ważnym momentem na tym etapie jest stworzenie harmonogramu warsztatu, zastanowienie się nad układem dyskusji i zaplanowanie czasu na realizację jej poszczególnych punktów. Warsztat nie powinien trwać dłużej niż dwie godziny. Należy pamiętać o tym, by zostawić najwięcej czasu na pytania ze strony uczestników warsztatu skierowane do prowadzącego warsztat.

– Gdzie należy je przeprowadzić?

Najlepszym miejscem do przeprowadzenia warsztatu będzie pomieszczenia własne uczelni. Obniża to koszty warsztatu, gdyż nie ma potrzeby dodatkowego wynajmowania pomieszczeń i sprzętu.

– Jakie są potrzebne środki finansowe?

W tym przypadku bierzemy pod uwagę koszt usług wykładowcy oraz wydatki związane z przygotowaniem materiałów szkoleniowych dla uczestników, a także cateringu. W tym punkcie możemy wykazać się dużą kreatywnością w pozyskaniu funduszy na przeprowadzenie warsztatu. Zazwyczaj prowadzący takie zajęcia nie pobierają honorarium, traktując swój udział jako pomoc przyszłym menedżerom lub nawet wychwycenie wśród uczestników potencjalnego pracownika. Pamiętajmy, że warsztaty prowadzą praktycy życia gospodarczego i stale potrzebują młodych, kreatywnych pracowników. Warsztaty menedżerskie mogą stanowić pole do zaprezentowania się przed potencjalnym pracodawcą.

Krok 3. Zawiadomienie uczestników o terminie i miejscu przeprowadzenia warsztatu i przygotowanie materiałów warsztatowych

W tym celu przygotowujemy informacje organizacyjne: miejsce, data i godzina rozpoczęcia warsztatu oraz szczegóły tematyczne. Ważne jest, aby dostarczyć je uczestnikom przed warsztatem obszaru tematycznego, który może być poruszony podczas dyskusji. Odpowiednio wcześniej powinniśmy dostarczyć informacji, kto będzie prowadził warsztat. Może być to krótki opis sylwetki i stanowiska, które piastuje – bądź piastował – prowadzący.

Nie możemy zapominać również o uczestnikach warsztatu. Prowadzący powinien otrzymać na kilka dni przed rozpoczęciem warsztatu krótki opis grupy. Czym się interesują, jakie specjalizacje reprezentują i przede wszystkim – na którym roku studiują.

Krok 4. Przygotowanie sali szkoleniowej

Przygotowanie sali szkoleniowej polega na zapewnieniu odpowiedniej infrastruktury, powieszeniu kierunkowskazów i oznaczeń, zapewnieniu podstawowych materiałów dla uczestników i czasami – poczęstunku.

Krok 5. Przeprowadzenie warsztatu

Krok ten polega na otwarciu warsztatu, przywitaniu słuchaczy w imieniu akademickiego biura karier oraz uczelni, a także w imieniu prowadzącego warsztat. Należy podczas przywitania zaprezentować prowadzącego oraz przedstawić grupę, która jest uczestnikiem warsztatu.

Po rozpoczęciu warsztatu należy sprawdzić listę obecności, a po jego zakończeniu wręczyć zaświadczenia o jego ukończeniu.

Krok 6. Ocena warsztatu

Po zakończonym szkoleniu należy przeprowadzić krótką anonimową ankietę wśród uczestników, która pozwoli nam dokonać właściwej oceny warsztatu. Ankieta powinna zawierać pytania dotyczące prowadzącego, tematu warsztatu, przydatności warsztatu oraz strony organizacyjnej.

Warto pamiętać o wizerunku naszego biura. Po przeprowadzeniu takiego warsztatu lub cykli różnych warsztatów powinniśmy zamieścić artykuł lub wzmiankę na ten temat w gazecie uczelnianej, nie zapominając oczywiście o stronie internetowej.

Przy organizacji warsztatów warto również prowadzić księgę gości, tzn. prowadzących warsztaty i prosić ich po zakończonym warsztacie o wpis.

4. Jak przygotować ofertę w celu pozyskania potencjalnego pracodawcy?

Jednym z elementów pomocnych w dotarciu do potencjalnych pracodawców jest określenie skutecznej strategii oferowania. Nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi pracodawcami odbywa się zazwyczaj za pomocą poczty. Wysyłając ofertę do firmy, liczymy na to, że wzbudzi ona zainteresowanie i zaowocuje nawiązaniem współpracy. Na skuteczność jej oddziaływania składa się przede wszystkim treść, forma, w jakiej zostaną przekazane oraz sposób jej dostarczenia. Wysyłając ją, należy zatem zwrócić uwagę także na kopertę: powinna przyciągać uwagę odbiorcy, aby zachęcić go do przeczytania zawartości. Podobna zasada dotyczy ofert przesyłanych faksem.

List ofertowy powinien zaczynać się od osobistego pozdrowienia oraz powołania się na źródło, skąd posiadamy adres odbiorcy. W części zasadniczej powinien zawierać konkretne informacje dotyczące działalności naszego biura oraz celu, w jakim zwracamy się do potencjalnego pracodawcy. W celu zwiększenia zainteresowania potencjalnego pracodawcy możliwe jest także dostarczenie informacji o dotychczasowej działalności biura w załączonych do oferty załącznikach; należy w takim przypadku wspomnieć o ich zawartości. Oczywiście jest, że list taki powinien być napisany na papierze z danymi teleadresowymi biura (można do tego celu użyć papieru firmowego uczelni, na której działa nasze biuro, o ile tak wcześniej ustalono z władzami uczelni) i zawierać tylko tyle stron, ile niezbędne, by nakłonić odbiorcę do zainteresowania się ofertą współpracy. List powinien być podzielony na paragrafy, a jego ważniejsze elementy podkreślone lub w inny sposób wyodrębnione z tekstu.

Oferta współpracy powinna zawierać następujące elementy:

- Określenie adresata oferty, tj. imienia i nazwiska osoby kierującej daną firmą, nazwy firmy, do której jest skierowana, albo oznaczenia w jakikolwiek inny sposób, kto posiada kompetencje do przyjęcia oferty.

- Wskazanie, skąd uzyskaliśmy kontakt do danej firmy bądź organizacji. Powołanie się na źródło pochodzenia danych teleadresowych może wzmocnić naszą wiarygodność co do potencjalnego partnera. Pokażemy również, iż nieprzypadkowo kierujemy naszą ofertę współpracy. Okażemy tym samym zainteresowanie danym pracodawcą i że poważnie traktujemy jego działalność na rynku.
- Jednoznaczne wskazanie i określenie celu, w jakim zwracamy się do potencjalnego pracodawcy.

W ofercie tej powinniśmy krótko opisać obszary współpracy naszego biura z potencjalnym pracodawcą. Tworząc taką ofertę powinniśmy pamiętać o zasadzie korzyści obu stron. Jest to bardzo ważne, aby nie wychodzić do partnera z żądaniem. Ludzie, z którymi chcemy współpracować, a jednocześnie pomóc naszym studentom lub absolwentom, są w pierwszej kolejności biznesmenami. Na nowe kontakty patrzą okiem przedsiębiorcy, osoby która zarabia i kontroluje koszty. List ten należy potraktować jak zwykłą ofertę, którą przygotowuje się przy sprzedaży innych produktów. Aby pozyskać danego pracodawcę do współpracy (współpracę ta powinniśmy potraktować jak produkt, który oferujemy na rynku) z naszym biurem karier – musimy pokazać korzyści, jakie może on otrzymać. To przecież pracodawca jest tu stroną, która może, ale nie musi, zagwarantować pracę naszym studentom lub absolwentom. Warto załączyć pismo rektora uczelni, w którym popiera on działalność naszego biura. Na koniec naszej oferty powinniśmy wskazać osobę odpowiedzialną za kontakty z biurem w przypadku, gdy nasz potencjalny pracodawca miałby dodatkowe pytania.

Jakie korzyści możemy uzyskać od pracodawcy?

Nie powinniśmy liczyć tylko na to, że pracodawca zaproponuje studentom lub absolwentom pracę. Istnieje wiele innych korzyści, jakie może uzyskać nasze biuro ze współpracy z firmami i innymi organizacjami:

- Współorganizacja warsztatów menedżerskich dla studentów.
- Pozyskanie sponsora szkoleń realizowanych przez akademickie biuro karier.
- Pozyskanie sponsora organizacji targów pracy lub potencjalnego wystawcy.
- Umożliwienie bezpośredniego kontaktu naszym studentom z potencjalnym pracodawcą.

Jakie korzyści możemy zaproponować potencjalnemu pracodawcy?

- W zamian za zagwarantowanie przez potencjalnego pracodawcę np.: 10 miejsc na praktyki dla naszych studentów, uczelnia – korzystając ze swojego potencjału merytorycznego w różnych dziedzinach – może zaoferować swoje nieodpłatne usługi np. przygotować raz do roku ekspertyzę lub badanie rynku dla danego przedsiębiorstwa. Mogą to uczynić również studenci pod kierownictwem opiekuna wyznaczonego przez rektora.
- Reklama wśród studentów. Możemy tu zaproponować umieszczenie logo pracodawcy na imprezach organizowanych przez np.: samorząd studencki danej uczelni (otrząsiny, połowinki).
- Reklama na terenie uczelni poprzez plakaty lub małe billboardy na ścianach.
- Umieszczanie reklam na łamach pism wydawanych przez uczelnię.
- Umieszczanie nazwy firmy jako organizacji współpracującej z uczelnią, w materiałach promocyjnych uczelni, takich jak wydawane przez uczelnię informatory.

Istnieje oczywiście wiele innych korzyści, które każde biuro może kreować we własnym zakresie i na własne potrzeby. Przykłady listu oraz oferty w języku polskim, które mogą okazać się pomocne podczas nawiązywania kontaktu z potencjalnym pracodawcą przedstawiamy w załącznikach nr 5 i 6. Możemy również przygotowywać list w innym języku w związku z członkostwem Polski w strukturach UE i obecnością w Polsce wielu pracodawców posługujących się innymi językami niż język polski (nie zapominajmy o tym!!!).

5. Budowanie bazy danych biura karier

Jednym z ważniejszych celów akademickiego biura karier jest pozyskanie i utrzymanie najlepszych, czyli najbardziej wartościowych pracodawców, a także absolwentów i studentów. Tu ważnym elementem jest utrzymanie stałego kontaktu z nimi i nawiązywanie współpracy z nowymi partnerami. Niezawodnym narzędziem w tym zakresie są bazy danych, a szczególnie ich zawartość, sposób obsługi i łatwość dostępu do informacji w nich zawartych.

Osiąga się to przede wszystkim poprzez budowanie baz danych i zarządzanie nimi. Należy wspomnieć, iż budując bazy danych, a następnie gromadząc i przetwarzając informacje w bazach powinniśmy pamiętać o przestrzeganiu ustawy o ochronie danych osobowych.

5.1. Gromadzenie informacji

Zapanowanie nad liczbą otrzymywanych informacji wymaga dużej precyzji oraz umiejętności ich porządkowania. Zdobyta wiedzę generuje się w specjalnie tworzonych bazach danych. Baza danych służy do gromadzenia i przetwarzania dowolnych informacji dla ich wykorzystywania w miarę potrzeby dla rozmaitych celów.

Bazę danych tworzy zorganizowany zbiór danych o obecnych studentach, absolwentach, potencjalnych pracodawcach, wykorzystywany do efektywnego i sprawnego docierania do nich. Dzięki komputeryzacji tworzenia i wykorzystywania bazy danych istnieje możliwość:

- zapamiętywania informacji,
- selekcionowania według wielu kryteriów,
- porównywania informacji pochodzących z różnych źródeł.

Bazy danych powinny zawierać listy:

- studentów,
- absolwentów nie pracujących,
- absolwentów pracujących, z wyszczególnieniem tych osób, które prowadzą własną działalność gospodarczą,
- potencjalnych pracodawców,
- instytucji wspierających akademickie biuro karier,

- instytucji wspierających absolwentów i ich przedsiębiorczość,
- powiatowych urzędów pracy,
- akademickich biur karier innych uczelni.

Zestawy list do baz danych powinniśmy przygotować sami. Najłatwiej będzie z trzema pierwszymi punktami – zapewne posiada je dział ds. studenckich na uczelni oraz organizacja skupiająca absolwentów uczelni.

Stworzenie listy potencjalnych pracodawców wymagać będzie czasu, wysiłku i wnikliwego zapoznania się z firmami działającymi na lokalnym rynku. Należy więc opracować listę przedsiębiorstw, do których będziemy kierować naszych „klientów”, i z którymi chcemy nawiązać współpracę. Listę można przygotować na podstawie informacji podawanych w prasie fachowej, środkach masowego przekazu, publikowanych raportach przedsiębiorstw. O pomoc w sporządzeniu listy można także zwrócić się do organizacji branżowych lub do firm doradczych.

Po sporządzeniu listy firm należy podjąć próbę nawiązania kontaktu z nimi. Działania te powinny być prowadzone niezwykle delikatnie. Przede wszystkim trzeba wybraną firmę przekonać, że zainteresowani jesteście wymianą informacji, które nie są traktowane jako poufne. Pozyskanie zaufania firmy, z którą mamy zamiar współpracować, ma kluczowe znaczenie dla dalszej współpracy.

Powodzenie działalności akademickiego biura karier w tej płaszczyźnie zależy w dużym stopniu od pozyskania właściwego partnera. Warto pamiętać, że w wielu przypadkach możemy liczyć na pozytywną reakcję ze strony firmy. Firmy, które są liderami w danej dziedzinie i stosują najbardziej skuteczne metody działania, są zainteresowane rozpowszechnianiem informacji o swoich osiągnięciach. Niezbędne dane o firmie, oczywiście te, które nie są objęte tajemnicą handlową, można uzyskać w działach public relations.

Nawiązanie kontaktu z firmą, należy rozpocząć od napisania krótkiego listu (lub faxu). Celem tego listu powinno być przede wszystkim doprowadzenie do spotkania i zainteresowanie potencjalnego partnera. List nie powinien więc podawać szczegółów planowanego projektu, jak również nie powinien wiązać spotkania z deklaracją uczestnictwa w projekcie. Dopiero w trakcie spotkania należy przekazać informacje, które są niezbędne drugiej stronie do podjęcia decyzji. Warto podkreślić, że uczestnictwo w takim projekcie niesie pewne korzyści także dla drugiej strony. Przedsiębiorstwo, z którym zamierzamy współpracować, uzyska stosunkowo niewielkim kosztem praktykantów lub/i pracowników, poznając wcześniej środowisko, w którym zdobywali wiedzę. Porządek wstępnego spotkania z pracodawcą powinien obejmować:

- Przedstawienie uczelni i akademickiego biura karier.
- Przedstawienie celów współpracy i przykładowej umowy o współpracy.
- Zaprezentowanie działań, planowanych w ramach projektu.

Przy nawiązywaniu kontaktu przedstawianiu projektu wskazana jest bezpośrednia wizyta w przedsiębiorstwie. Po uzyskaniu zgody na udział firmy w projekcie możemy zbierać dane za pośrednictwem telefonu lub drogą korespondencyjną. Przy korzystaniu z telefonu należy pamiętać, że rozmówca powinien mieć odpowiedni czas na przygotowanie się do rozmowy. W związku z tym należy co najmniej kilka dni wcześniej przesłać kwestionariusz do kierownictwa firmy. Firma, która zgodziła się na współpracę, po podpisaniu umowy, powinna zostać umieszczona w bazie danych

(rozszerzenie informacji o zasadach budowania baz danych i zarządzania nimi zamieszczone zostały w następnym rozdziale).

Stworzone przez nas listy pogrupowane według różnych cech pozwolą na indywidualizowanie pomocy, docieranie do ściśle określonych adresatów i proponowanie im usług odpowiadających rodzajowi ich uświadamianych bądź ukrytych potrzeb. Baza danych służy do identyfikacji najbardziej ambitnych studentów, przeprowadzania z nimi zwiększonej liczby rozmów telefonicznych lub spotkań, przekształcania jednorazowych „klientów” w stałych itp. Jest więc ona niezwykle przydatnym narzędziem.

5.2. Jak zbudować optymalną i łatwą w korzystaniu bazę danych?

Działalność prowadzona przez akademickie biuro karier ma szansę stać się efektywniejsza poprzez właściwe zarządzanie bazami danych zawierającymi dane naszych odbiorców i podmiotów stanowiących otoczenie. Wartość zarządzania bazami danych i kontaktami najlepiej zdefiniować poprzez cele, jakie się mu wyznaczają:

- zarządzanie bazami danych i kontaktami to zarządzanie naszą przyszłością,
- zarządzanie bazami danych i kontaktami to uzyskanie większej efektywności działań,
- zarządzanie bazami danych i kontaktami to dążenie do osiągnięcia dobrej pozycji na uczelni i wśród pracodawców.

Baza danych to nie tylko źródło bieżącej informacji. Jest to także bardzo użyteczne narzędzie w procesie podejmowania decyzji, na przykład: do którego pracodawcy skierować danego studenta. Przede wszystkim należy określić, jakie informacje powinna zawierać baza danych.

Budując i analizując bazę danych, należy unikać gromadzenia często zbędnych informacji. Grozi to bowiem przekształceniem jej w bałagan. Dlatego niezbędne jest określenie warunków decydujących o umieszczeniu zebranych wiadomości w bazie. Istnieją trzy podstawowe grupy danych, których obecność warunkuje skuteczne wykorzystanie bazy:

- baza danych studentów naszej uczelni,
- baza danych absolwentów naszej uczelni,
- baza danych potencjalnych pracodawców i partnerów.

Do projektowania bazy danych powinniśmy dobrać osoby, które:

- znają podstawowe elementy, budowę oraz zastosowanie bazy danych Microsoft Excel lub Access,
- potrafią korzystać z gotowej bazy danych w celu wprowadzania, przeglądania i wyszukiwania informacji,
- znają możliwości uporządkowanego sposobu gromadzenia danych o swoich kontaktach przy użyciu programu do tworzenia baz danych,
- znają pojęcia typu danych i wielkości pola tabeli,
- zaprojektują bazy danych zgodnie z ich celem i przeznaczeniem.

5.3. Budujemy bazy danych o studentach i absolwentach

Wcześniej wspomnieliśmy, że większość informacji do bazy danych powinniśmy pozyskać z działu ds. studenckich uczelni lub organizacji skupiającej studentów lub absolwentów. Aby informacje czy bazy te były użyteczne dla nas, z pewnością trzeba będzie je dostosować do naszych potrzeb. Niewykluczone, że będziemy musieli samodzielnie pozyskać informacje od studentów i absolwentów, zwłaszcza że żadna z tych grup klientów nie wyrażała wcześniej zgody na wykorzystywanie informacji o nich do celów innych niż działania związane z procesem edukacji na uczelni. Dla działalności biura korzystne wydaje się uporządkowanie informacji w bazach według poniższego schematu:

1. Informacje o studentach.
2. Informacje o absolwentach.

Zakres informacji przydatnych w bazie danych studentów uczelni:

1. Informacje podstawowe:
 - imię i nazwisko,
 - dokładny adres i e-mail,
 - numer telefonu,
 - wiek,
 - rok studiów,
 - specjalizacja,
 - dodatkowe osiągnięcia,
2. Informacje dodatkowe:
 - wykonywany zawód obecnie/wcześniej,
 - miejsce pracy / stanowisko,
 - styl życia / zainteresowania,
 - data imienin / urodzin,
 - czy student zetknął się z naszą ofertą.

Zakres informacji przydatnych w bazie danych absolwentów uczelni:

1. Informacje podstawowe:
 - imię i nazwisko,
 - dokładny adres,
 - numer telefonu,
 - wiek,
 - data ukończenia studiów,
 - specjalizacja,
 - dodatkowe osiągnięcia.
2. Informacje dodatkowe:
 - wykonywany zawód obecnie/wcześniej (jeśli jest bezrobotny wpisujemy: brak pracy),
 - miejsce pracy / stanowisko,
 - wysokość dochodów,
 - styl życia / zainteresowania,
 - data imienin / urodzin,
 - czy absolwent zetknął się z naszą ofertą.

Bazę danych absolwentów powinniśmy podzielić na dwie podbazy: absolwentów nie pracujących i absolwentów pracujących, z wyszczególnieniem tych, którzy prowadzą własną działalność gospodarczą, co w przyszłości pozwoli na efektywniejsze zarządzanie kontaktami z nimi. Do stworzenia ww. baz, jeśli brakuje nam informacji o studentach czy absolwentach możemy wykorzystać wzór ankiety zamieszczonej w załączniku nr 7.

5.4. Budujemy bazę danych potencjalnych pracodawców i partnerów

Do nawiązania współpracy i pozyskania informacji o pracodawcach i potencjalnych partnerach powinniśmy wykorzystywać każdą nadarzającą się ku temu możliwość: wszelkie przedsięwzięcia i zdarzenia, w których uczestniczymy, spotkania, rozmowy telefoniczne, prowadzoną korespondencję – tradycyjną czy mailową. Informacje, które pozyskujemy, powinniśmy uporządkować wg poniższego schematu:

1. Informacje podstawowe:
 - nazwa firmy,
 - branża / kod,
 - pełna informacja adresowa,
 - forma prawna.
2. Informacje dodatkowe:
 - dane osób reprezentujących interesy danej firmy (nazwisko, dział, stanowisko),
 - szczegółowy zakres działalności,
 - poziom zatrudnienia,
 - opisy stanowisk, na których pracodawca może zaproponować zatrudnienie lub odbycie praktyki,
 - geneza firmy,
 - uwagi dotyczące współpracy.

Należy pamiętać o tym, aby na bieżąco aktualizować zebrane dane. Bez tego baza szybko straci swą użyteczność. A bez aktualnych baz danych trudno zbudować podstawy efektywnego funkcjonowania biura. Stanowią one wręcz kluczowy etap jego tworzenia. Dysponując dobrą bazą, można identyfikować najbardziej wartościowych „klientów”. Dzięki tym informacjom można następnie zaprogramować i podjąć działania mające na celu umocnienie współpracy.

6. Biblioteczka akademickiego biura karier

Istotnym elementem działalności akademickiego biura karier jest przygotowywanie i gromadzenie materiałów tworzących zaplecze metodyczne. W każdym biurze karier powinny znajdować się materiały pomocne w funkcjonowaniu biura. Każdy z pracowników powinien mieć swobodny dostęp do materiałów pomocniczych, będących wskazówkami, jak ma postąpić w danej chwili.

Zaplecze to powinno być dostępne nie tylko dla pracowników, ale i dla odwiedzających je klientów.

O pomoc w przygotowaniu takiego zaplecza warto byłoby się zwrócić do doświadczonego biura karier, do współpracującego z nami Wojewódzkiego Urzędu Pracy (Centrum Informacji

i Planowania Kariery Zawodowej) lub Powiatowego Urzędu Pracy (doradca zawodowy lub lider klubu pracy). Poniżej przedstawiamy propozycję podstawowych pozycji, które – naszym zdaniem – powinny znaleźć się w bibliotece naszego biura.

Biblioteczka ABK:

- „Rynek Pracy” – periodyk wydawany przez Ministerstwo Gospodarki i Pracy (wersje elektroniczne tego wydawnictwa dostępne są na stronie internetowej www.praca.gov.pl/publikacje),
- Zeszyty informacyjno-metodyczne doradcy zawodowego (wydawane przez Ministerstwo Gospodarki i Pracy),
- Kryńska E., Rynek pracy w wybranych krajach, IPiSS, Warszawa 1999,
- Akademickie Biuro Karier – Absolwent wyższej uczelni na rynku pracy pod redakcją Jolanty Wanielisty, Warszawa 2003,
- Pr. zbiorowa pod red. S. Golinowskiej i M. Walewskiego, Tworzenie zatrudnienia a restrukturyzacja ekonomiczna, CASE – Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych, Warszawa 2000,
- Pr. zbiorowa pod red. J. Hryniewicz, Przeciwność ubóstwu i bezrobociu: lokalne inicjatywy obywatelskie, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2002,
- Salwa Z., Kodeks Pracy, Bydgoszcz 2000,
- Szydłowski B., Listy motywacyjne i CV, Kraków 2000,
- Szyłko-Skoczny M., Sytuacja młodzieży na rynku pracy w wybranych krajach Europy Środkowej i Wschodniej, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 1998,
- G. Maniak, Wprowadzenie do zarządzania zasobami ludzkimi, Wydawnictwo Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu, Szczecin 2001,
- Hingston P.: Wielka Księga małego biznesu, Signum, Kraków 1992,
- Gallagher R.R.: Mała firma to takie proste, Signum, Kraków 1992,
- Mulak M.S.: Jak opracować biznes plan (poradnik dla średnich i małych firm). M and A Communications Polska Sp. z o.o. Lublin 1995.

Rozdział IV

BIZNESPLAN DLA ABK

Mimo dużej wagi zadań spełnianych przez biznesplan, opracowywanie ich przez uczelnie przy tworzeniu nie tylko akademickiego biura karier, ale innych jednostek, nie jest jeszcze zjawiskiem powszechnym. Wynika to zapewne z faktu, że rola akademickiego biura karier nie jest doceniana. A przecież poprawnie sporządzony biznesplan ułatwia określenie koncepcji rozwoju biura, ocenę odbiorców, a także oszacowanie kosztów i ryzyka związanego z planowanym projektem.

1. Czym jest biznesplan?

Biznesplan jest zestawem dokumentów, takich jak analizy i programy, na podstawie których możemy dokonać oceny sytuacji w naszym biurze karier i dokonać analizy otoczenia. Zawiera się w nim cele biura i sposoby ich osiągania, uwzględniając oczywiście, uwarunkowania finansowe, rynkowe i organizacyjne, kadrowe i technologiczne. Obejmuje działalność bieżącą lub na najbliższe lata. W firmach komercyjnych sporządza się go na okres od 3 do 5 lat. Potrzeba skorzystania z tego narzędzia może pojawić się w sytuacji:

- założenia nowego biura;
- zdobywania zewnętrznych, jak i wewnętrznych (tj. przyznawanych przez władze uczelni) środków finansowych na realizację danego przedsięwzięcia;
- w sytuacji, gdy działalność biura napotyka problemy i należy je przekształcić lub zmodernizować jego funkcjonowanie.

Biznesplan jest znakomitą dokumentem do planowania i – tworząc go – powinniśmy kierować się takimi zasadami, jak:

- celowość – określenie środków do osiągnięcia wyznaczonego celu,
- wykonalność – realistyczne określenie celów, ocena możliwości osiągnięcia wyznaczonych etapów w określonych terminach,
- zgodność wewnętrzna – zgodność celów częściowych z celami nadrzędnymi,
- operatywność – przejrzystość i prostota założeń – która pozwala na sprawne wdrożenie planu,
- wielowariantowość – przygotowanie przynajmniej trzech wariantów planu: prawdopodobny, optymistyczny i pesymistyczny,
- ograniczenie szczegółowości – im krótszy okres, tym plan bardziej szczegółowy,
- zupełność – wyczerpujący opis całego przedsięwzięcia,
- racjonalność – budowanie planu zgodnie z przyjętymi normami oraz wymaganymi standardami.

Poniżej przedstawiamy propozycję pytań, na które powinniśmy sobie odpowiedzieć, przystępując do planowania naszego przedsięwzięcia i sporządzania biznesplanu. Odpowiedzi na poniższe pytania powinny pomóc w sformułowaniu celów, założeń i strategii biura.

1. Jakiego typu biuro prowadzić?
2. Jakie zajmuję lub chcę zajmować miejsce wśród innych biur?

3. Kim są lub będą odbiorcy biura?
4. Czego oczekują lub będą oczekiwać od działalności biura?
5. Jak będzie mogło wyglądać biuro za 3 lata?
6. Co można zrobić, aby zwiększyć możliwości finansowe?
7. Co zrobić, by udoskonalać usługi świadczone przez biuro?
8. Jakie są źródła przewagi biura nad firmami prywatnymi?
9. W jak szerokim obszarze chcę działać za miesiąc, rok, 3 lata?
10. Jak prowadzić politykę personalną w biurze?
11. Jak finansować rozwój biura?

Po uzyskaniu odpowiedzi na powyższe pytania możemy przystąpić do dalszej części ułożenia struktury naszego biznesplanu. Trzeba jednak pamiętać, że nie istnieje jedna, jedyna formuła biznesplanu. Każdy może zastosować własne składniki, które uważa za przydatne, ale nie powinien zapominać, po co tworzy biznesplan. Liczy się jakość produktu końcowego.

2. Struktura i zawartość biznesplanu

Jak już wcześniej wspomnieliśmy istnieje wiele formuł tworzenia struktury biznesplanu. Jednak najczęściej umieszcza się w nim poniższe elementy:

- Spis treści, streszczenie projektu przedsięwzięcia.
- Dane o przedsiębiorstwie, profil i zakres działania biura, krótka historia biura, dane o osobach tworzących.
- Założenia planu strategicznego przedsięwzięcia, opis przedsięwzięcia.
- Plan techniczny.
- Plan marketingowy.
- Plan organizacyjny – plan funkcjonowania biura.
- Plan finansowy.
- Załączniki do biznesplanu.

W dalszych częściach rozdziału zaprezentujemy kolejno poszczególne najczęściej umieszczane w biznesplanie elementy.

2.1. Spis treści, streszczenie projektu przedsięwzięcia

Przeważnie część tę wykonuje się po napisaniu zasadniczych części biznesplanu. Część ta powinna być jasna, rzeczowa i zwięzła. Powinna mieć jedną lub dwie strony. Ma zainteresować i zachęcić potencjalnego odbiorcę – władze uczelni bądź sponsorów do poparcia danego przedsięwzięcia i sfinansowania go. Niniejsza część powinna zawierać informacje o stanie wyjściowym i zamierzeniach na przyszłość, zestawienie najważniejszych elementów planu finansowego, w tym przypadku struktury kosztów, opis struktury organizacyjnej i personelu.

2.2. Dane o przedsiębiorstwie, profil i zakres działania biura, krótka historia biura, dane o osobach tworzących

W części tej prezentujemy historię uczelni i naszego biura (w przypadku biur już istniejących) oraz kwalifikacje i doświadczenia osób zaangażowanych w projekt. Prezentujemy tu również, teraźniejszość i perspektywy działalności w tym obszarze, której dotyczy nasz projekt. Przedstawiamy swoją pozycję na uczelni, a także ukazujemy misję, którą chcemy spełnić i cele, które pragniemy osiągnąć.

2.3. Założenia planu strategicznego przedsięwzięcia, opis przedsięwzięcia

W tym punkcie szczegółowo opisujemy usługi, które będzie świadczyło nasze biuro. Należy wspomnieć również o procesie realizacji usług. Powinniśmy także uwzględnić odpowiedzi na pytania:

- Co będzie je wyróżniało spośród ofert innych komórek działających w ramach uczelni oraz innych akademickich biur karier?
- Jakie potrzeby odbiorców zaspokoi?

2.4. Plan techniczny

W tej części opisujemy wszystkie nasze usługi, ich sposób dystrybucji i realizacji. Wykazujemy również specyfikę poszczególnych usług. Wskazujemy usługi strategiczne i uzupełniające naszą działalność.

2.5. Plan marketingowy

W poprzednich rozdziałach wspominaliśmy, iż akademickie biuro karier może korzystać z niektórych metod promocji swojej działalności na rynku, tak aby być organizacją widoczną w otoczeniu. W tym celu należy przedstawić i opisać rynek, czyli nasze otoczenie: odbiorców i partnerów (dostawców).

Pokazujemy tu rozmiary rynku, czyli liczbę studentów i absolwentów naszej uczelni wraz z analizą wskaźnika zatrudnienia wśród nich. Następnie przedstawiamy przewidywane zmiany rynku, przedstawiamy sylwetkę potencjalnego odbiorcy, analizę działalności innych biur karier, prognozę efektywności naszych działań. Ta część biznesplanu, poparta szczegółowymi badaniami, stanowi jego logiczny fundament, dlatego z reguły powinna być opracowywana na początku.

2.6. Plan organizacyjny – plan funkcjonowania biura

W tej części opisujemy, jak ma wyglądać działalność akademickiego biura karier, czyli jaka będzie jego lokalizacja, wyposażenie, jak będzie wyglądał proces świadczenia usług. Należy

tu również przedstawić najważniejsze (naszym zdaniem) elementy decydujące o powodzeniu projektu.

Wspominamy również o strukturze organizacyjnej: jaka będzie? Opisujemy kompetencje poszczególnych pracowników i współpracowników biura oraz przedstawiamy ich kwalifikacje. Można zarysować zasady doboru kadry, które zamierzamy prowadzić, oraz zaprezentować doradców i specjalistów, np.: psychologa.

2.7. Plan finansowy

W planie finansowym przedstawiamy analizę finansową planowanego przedsięwzięcia: koszty uruchomienia biura, miesięczne koszty działalności. Ponadto omawiamy źródła finansowania projektu i zestawienie przewidywanych wydatków (miesięcznych i rocznych). Warto wspomnieć w tym punkcie o możliwościach finansowania działalności biura z innych źródeł zewnętrznych, opartych nie tylko na środkach finansowych uczelni.

2.8. Załączniki do biznesplanu

Załączniki mogą być znakomitym uzupełnieniem i przedstawiać szczegółowe wyliczenia, prognozy, specjalistyczne dane dotyczące świadczenia usługi itp.

3. Analiza SWOT – szansa w podnoszeniu jakości działalności biura

Istotnym punktem, jest analiza SWOT, czyli ocena mocnych i słabych stron danej organizacji, a także jej szans i zagrożeń w działalności. Analiza SWOT może być znakomitym narzędziem do oceny działalności biura oraz szansą na poprawę i podniesienie jakości jego działania. Poniżej przedstawiamy przykład przeprowadzenia takiej analizy w akademickim biurze karier.

Co pół roku powinniśmy poddać rzetelnej i surowej ocenie wyniki naszej działalności. Po określeniu zmiennych, będących obiektem badania, możemy przejść do zbierania informacji, które pozwolą nam na właściwą ocenę. Wybranie zagadnień, które niekiedy będą również obiektem porównań z najlepszymi biurami karier, umożliwi nowe spojrzenie na nasze biuro i uzyskanie dodatkowej wiedzy o naszej działalności.

Zebranie informacji o naszym biurze wymaga sporządzenia kwestionariusza. Zakładając, że obiektem oceny ma być nasze funkcjonowanie i np. efektywność zatrudnieniowa, kwestionariusz powinien zawierać następujące pytania:

- Czy biuro bada liczbę zatrudnionych przy jego pomocy? Jeżeli tak, to jakie są wyniki?
- Jak szybko zainteresowany (student, absolwent, pracodawca) otrzymuje pomoc?
- Jak często zainteresowany (student, absolwent) otrzymuje odpowiedź na prośbę o ofertę?
- Czy oferta zawiera wyczerpujące odpowiedzi na pytania zainteresowanego?
- Jaki jest procent rezygnacji zainteresowanych ze współpracy z biurem?

Przedstawione powyżej pytania mają charakter orientacyjny. Pytania zawarte w kwestionariuszu powinny być starannie formułowane, wynikać z przyjętego przedmiotu badania i dotyczyć konkretnej uczelni i funkcjonującego na niej akademickiego biura karier.

Na podstawie uzyskanych wyników można przygotować zestawienie pozycji ocenianych oraz listę zadań, co od których stwierdzono nieprawidłowości. Następnym etapem byłoby przygotowanie projektów zniwelowania nieprawidłowości i włączenie tych projektów w plan działań akademickiego biura karier na następne pół roku.

Przygotowaniem planu powinien się zająć zespół złożony z osób biorących udział w ocenie, uzupełniony o szefów komórek organizacyjnych, których plan będzie dotyczył. Dobrym punktem wyjścia dla pracy zespołu przygotowującego projekty może być zorganizowanie dyskusji z osobami w biurze, których bezpośrednio dotyczą wyniki analiz. Jeżeli obiektem badania była np. analiza stopnia zadowolenia pracodawców, to w spotkaniu powinni uczestniczyć zarówno przedstawiciele działu ds. kontaktów zewnętrznych, jak i osoby odpowiedzialne za kierowanie studentów i absolwentów do pracy.

Spotkanie powinno służyć zaproponowaniu zarysu działań. Zespół, w oparciu o propozycje zainteresowanych osób, przygotowuje plan, z uwzględnieniem harmonogramu prac i kalkulacją kosztów ich wprowadzania. W projekcie powinny być przedstawione szczegółowe działania poszczególnych komórek organizacyjnych, których plan dotyczy.

Narzędziem do dobrej oceny działalności akademickiego biura karier jest właśnie analiza SWOT. Ze względu na swoją kompleksowość analiza SWOT umożliwia badania otoczenia nowego przedsięwzięcia oraz analizę wewnętrznych aspektów tego projektu. Analiza SWOT jest jedną z najbardziej uznanych metod rejestracji i klasyfikacji czynników mających wpływ na strategię planu. Jest szkieletem dla analizy naszych mocnych i słabych stron, okazji i zagrożeń, które nas czekają. Może pomóc nam skupić się na mocnych stronach, zminimalizować słabości i wykorzystać możliwie maksymalnie ewentualną przewagę w okazjach, które się trafiają.

Analiza SWOT jest oparta na podziale czynników mających wpływ na bieżącą i prognozowaną pozycję przedsięwzięcia na: czynniki zewnętrzne w stosunku do akademickiego biura karier oraz uwarunkowania wewnętrzne, które mają dodatni lub ujemny wpływ na biuro. Z syntezy tego podziału powstają cztery grupy czynników:

- I. zewnętrzne dodatnie – szanse (okazje),
- II. zewnętrzne ujemne – zagrożenia,
- III. wewnętrzne dodatnie – mocne strony,
- IV. wewnętrzne ujemne – słabe strony.

W niniejszej analizie staraliśmy się zidentyfikować wymienione wyżej cztery grupy czynników oraz opisać ich wpływ na rozwój naszego nowego projektu. Konfrontacja okazji i zagrożeń z mocnymi i słabymi stronami przedsięwzięcia pozwoliła na oszacowanie przyszłej pozycji strategicznej naszego biura. W prezentowanej analizie z oczywistych względów nie zostały zaprezentowane wszystkie czynniki, które mają i będą miały wpływ na pozycję naszego biura, a jedynie te czynniki, które są kluczowe i będą wywierać decydujący wpływ na jego przyszłość. Do oceny poszczególnych czynników możemy zastosować 5-stopniową skalę oceny, w której 5 oznaczałoby wartość najwyższą, czyli największe możliwości i silne strony, jak i największe zagrożenia i słabe strony.

SZANSE:

- Nasza uczelnia ma wysokie pozycje w rankingach, co dodatkowo zachęci pracodawców do współpracy z nami,
- W okolicy naszej uczelni powstaje wiele nowych firm,
- Nasza oferta jest skierowana do studentów i absolwentów naszej uczelni oraz pracodawców, co daje nam możliwości realizacji zadań na dwie strony.

Najważniejszym elementem w początkowej fazie rozwoju działalności akademickiego biura karier, który w stosunkowo krótkim czasie stworzy możliwości rozwoju i zaowocuje otwarciem studentom nowych możliwości praktyki, stażu, pracy stałej i czasowej jest:

- nawiązanie współpracy z instytucjami administracji państwowej i samorządowej oraz organizacjami pozarządowymi,
- nawiązanie kontaktów z konkretnymi pracodawcami, które owocują otwieraniem studentom nowych możliwości praktyki, stażu, pracy stałej i czasowej.

ZAGROŻENIA:

Za zagrożenie należy przyjąć sytuację, w której działalność akademickiego biura karier stanie się bezpodstawną ze względu na brak efektywności działań, a w szczególności:

- brak aktualizacji bazy danych ofert pracy,
- brak aktualizacji bazy danych i kontaktu z potencjalnymi pracodawcami,
- mały kontakt z grupą naszych odbiorców.

Ponadto zagrożeniem jest:

- trudny rynek pracy,
- niemożność zaspokojenia oczekiwań studentów i uczelni,
- zagrożona reputacja,
- niestabilność kadrowa.

MOCNE STRONY:

- Jesteśmy w stanie zareagować bardzo szybko na wnioski studentów i absolwentów oraz pracodawców, gdyż nie mamy rozwiniętej biurokracji, nie potrzebujemy zgody wielu wyższych przełożonych,
- Jesteśmy w stanie zagwarantować naprawdę fachową pomoc zainteresowanym,
- Tymczasowy mały nakład pracy pozwala na poświęcenie dużej ilości czasu zainteresowanym,
- Nasi specjaliści mają bardzo dobrą opinię klientów.

SŁABE STRONY:

- Nasze biuro karier nie jest znane wśród pracodawców,
- Mamy mały zespół ludzi,
- Jesteśmy nieodporni na brak pracowników – np. ich choroby, odejście itp,
- Nasza sytuacja finansowa jest niepewna w początkowych fazach rozwoju.

WNIOSKI:

Z przeprowadzonej analizy można wyciągnąć następujące wnioski:

1. **Szanse** stojące przed naszym biurem karier w wyniku jego utworzenia należy ocenić jako wysokie. W najbliższej przyszłości powinny wzrastać, a następnie ustabilizować się na wysokim

poziomie. Jest to wynik optymistycznych prognoz rozwoju rynku pracy w Polsce. Największe szanse, które stoją przed biurem są związane z pozytywnymi uwarunkowaniami zewnętrznymi i powstaniem wielu nowych firm oraz tym, że pracodawcy będą potrzebować pracowników przygotowanych na naszej uczelni.

2. **Zagrożenia** płynące z realizacji przedsięwzięcia są na dużo mniejszym poziomie niż szanse oraz wykazują tendencję spadkową. Mimo to nie należy lekceważyć zagrożeń. Szczególnie dotyczy to pierwszego okresu po uruchomieniu biura karier. Największe zagrożenie może być wynikiem recesji gospodarczej w Polsce.
3. **Mocne strony** projektu uruchomienia naszego biura to przede wszystkim fachowość pracowników oraz szybkość działania. Wszystkie te czynniki powinny sprzyjać rozwojowi akademickiego biura karier na uczelni.
4. **Słabe strony** projektu są związane z faktem rozpoczęcia działalności i małą praktyczną znajomością tego segmentu. Biorąc jednak pod uwagę doświadczenie innych biur karier, które rozpoczynały podobną działalność, jesteśmy przekonani, że ta słaba strona projektu stanie się silną stroną po 6 miesiącach od rozpoczęcia produkcji.

W naszym przypadku mamy do czynienia z sytuacją, w której wewnątrz akademickiego biura karier przeważają mocne strony, a w otoczeniu szanse. Należałoby zatem zastosować strategię maxi-maxi: silnej ekspansji i zdywersyfikowanego rozwoju biura.

Według wyżej wymienionej analizy SWOT możemy również oceniać inne przedsięwzięcia realizowane w ramach naszego biura.

PODSUMOWANIE

Rosnące oczekiwania i ambicje młodzieży prowadzą do wzrostu liczby studentów uczelni wyższych i absolwentów posiadających wyższe wykształcenie. Wyższe wykształcenie staje się coraz bardziej powszechne, ułatwia funkcjonowanie na rynku pracy i otwiera nowe możliwości, nie chroni jednak przed bezrobociem.

Pomoc ludziom młodym w aktywnym poszukiwaniu pracy i zaistnieniu na rynku pracy jest zadaniem trudnym, jednak przy zaangażowaniu i profesjonalnym podejściu instytucji i osób niosących pomoc - młodzież będąca w trudnej sytuacji na rynku pracy może uzyskać umiejętności przydatne w wejściu na rynek pracy, zdobyć doświadczenie zawodowe oraz podjąć pracę.

W działaniach na rzecz młodzieży akademickiej rośnie znaczenie akademickich biur karier, niosących pomoc studentom i absolwentom poprzez prowadzenie różnorodnych form poszukiwania pracy. Biura karier posiadają wieloletnią tradycję i doświadczenie sięgające XIX wieku, jednak w większości krajów Europy Zachodniej powstały one głównie w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku, zaś w Polsce pierwsze biuro karier działa od 1993r.

Działalność akademickich biur karier prowadzona jest w różnych obszarach i na różnych płaszczyznach. Akademickie biura karier integrują szerokie możliwości oddziaływania i wiele narzędzi ułatwiających studentom i absolwentom dostęp do możliwości podjęcia pracy lub rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej.

Sam fakt powstania akademickiego biura karier nie stanowi jednak jeszcze ostatecznego rozwiązania tego trudnego problemu jakim jest bezrobocie. Powołanie biura karier to tylko początek trudnej drogi i odpowiedzialnej pracy, jakiej podejmują się zarówno ludzie kierujący tymi jednostkami jak też i pracownicy biura. Za realizację przedsięwzięć organizowanych przez biura karier odpowiedzialni są najczęściej ludzie, którzy chętnie angażują się w pracę na rzecz integracji i rozwoju młodzieży w naszym kraju, a zwłaszcza w działalność związaną z ograniczaniem bezrobocia wśród studentów i absolwentów uczelni wyższych. Jesteśmy przekonani co do idei i słuszności tworzenia takich jednostek na uczelniach wyższych, zwłaszcza że akademickie biura karier mają szansę odegrać znaczącą rolę w rozwoju rynku pracy w Polsce i obniżeniu poziomu bezrobocia wśród młodych ludzi.

W związku z tym, że większość akademickich biur karier jest jeszcze stosunkowo młodymi jednostkami aspirującymi do uzyskania statusu instytucji rynku pracy zdecydowaliśmy się na próbę opracowania stanowiącego pomoc zarówno dla tych, którzy dopiero utworzą biuro jak i tych, którzy kierują już akademickim biurem karier. Uważamy, że publikacja którą przygotowaliśmy przyczyni się w konsekwencji do zminimalizowania udziału młodych ludzi wśród bezrobotnych Polaków. W opracowaniu korzystaliśmy z doświadczeń pozyskanych w ramach różnych projektów zbliżających młodych ludzi do rynku pracy, na którym najczęściej napotykają wiele trudności i rozczarowań, pozostając jako absolwenci szkół wyższych bez szans na podjęcie pracy. Staraliśmy się jednocześnie silnie zaakcentować te treści, które – w naszej ocenie – są niezbędne do prawidłowego funkcjonowania biura karier i które wykorzystywaliśmy z powodzeniem w pomocy studentom i absolwentom. Stopniowo wprowadzaliśmy Państwa w złożoną problematykę akademickich biur karier – prezentując zarówno kontekst działalności biura, związany z szerszymi działaniami na rzecz młodzieży jak też i specyficzne informacje i porady, związane z tworzeniem biura karier i jego późniejszą działalnością.

Jesteśmy przekonani, że niniejsza publikacja będzie pomocna w podejmowaniu działań na rzecz ograniczania bezrobocia i osiągnięciu wielu sukcesów związanych z prowadzeniem przez Państwa akademickich biur karier. W związku z tym, iż jest to pierwsze tego typu opracowanie zwracamy się z uprzejmą prośbą o zgłaszanie uwag i propozycji, które będą doskonaliły kolejne wydania.

Życząc Państwu wielu sukcesów, zwracamy szczególną uwagę na znaczącą rolę „bycia przedsiębiorczym” w codziennym zarządzaniu biurem, zaś podczas organizowanych przedsięwzięć starajmy się tak pomagać młodym ludziom, aby sami podejmowali działania mające na celu pozyskanie ciekawego i intratnego zajęcia. Namawiamy ich do bycia przedsiębiorczym, a nie biernego oczekiwania na pomoc.

Autorzy

Wykaz Biur Karier w Polsce

1. Województwo Dolnośląskie

Akademia Rolnicza we Wrocławiu – Biuro Karier
ul. Norwida 25/27; budynek A5, piętro 1, pok. 18
50-375 Wrocław
Tel. (071) 320 52 19, Fax (071) 320 52 19,
e-mail: bipra@ozi.ar.wroc.pl, WWW: www.ar.wroc.pl

Biuro Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów
Wrocławskich Wyższych Szkół Państwowych
ul. Uniwersytecka 19/20
50-145 Wrocław
Tel. (071) 375 28 51, Fax (071) 344 18 74,
e-mail: careers@adm.uni.wroc.pl, biurokarier@uni.wroc.pl, WWW: www.careers.uni.wroc.pl

Dolnośląska Szkoła Wyższa Edukacji TWP we Wrocławiu
ul. Wagonowa 6
53-609 Wrocław
Tel. (71) 355 22 40 w. 168, Fax (71) 355 22 40 w. 168,
e-mail: biurokarier@dswe.wroc.pl, WWW: <http://biurokarier.dswe.wroc.pl>

Dolnośląska Wyższa Szkoła Służb Publicznych „Asesor” – Biuro Karier
Pl. Teatralny 6/7 pok.1
50-051 Wrocław
Tel. (071) 343 67 00, Fax (071) 343 67 00,
e-mail: bk@asesor.pl, WWW: www.asesor.pl/kariera

Międzynarodowa Wyższa Szkoła Logistyki i Transportu – Biuro Karier
ul. Sołtysowicka 19 B
51-168 Wrocław
Tel. (071) 325 15 14, Fax (071) 325 15 61,
e-mail: kariera@msl.com.pl, WWW: www.kariera.msl.com.pl

Wałbrzyska Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości
– Centrum Kreowania Kariery
ul. 1-go Maja 131
58-305 Wałbrzych
Tel. (074) 847 70 00, Fax (074) 847 70 00,
e-mail: kariera@wwszip.pl, WWW: www.ckk.com.pl

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

– Biuro Karier

ul. Fabryczna 29-31 pok. 221

53-609 Wrocław

Tel. (071) 359 36 76, 359 46 46 w. 28, Fax (071) 359 36 80,

e-mail: dppz@wsb.wroclaw.pl, WWW: www.wsb.wroclaw.pl

Wyższa Szkoła Handlowa

– Biuro Karier Hermes

ul. Obrońców Poczty Gdańskiej 5/9

52-204 Wrocław

Tel. (071) 333 11 08, Fax (071) 333 11 08,

e-mail: biurokarier@wshwroc.edu.pl, WWW: www.wshwroc.edu.pl

Wyższa Szkoła Menedżerska w Legnicy

– Studenckie Biuro Karier

ul. Reymonta 21

59-220 Legnica

Tel. (076) 855 16 10, WWW: www.wsmica.edu.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania „Edukacja” we Wrocławiu

– Biuro Karier

ul. Krakowska 56-62

50-425 Wrocław

Tel. (071) 377 21 41,

e-mail: biuro.karier@edukacja.wroc.pl, WWW: www.edukacja.wroc.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania i Finansów

– Biuro Karier i Dział Promocji Uczelni

ul. Pabianicka 2

53-339 Wrocław

Tel. (071) 364 60 09, 364 60 10, Fax (071) 364 60 03,

e-mail: biurokarier@wszif.wroc.pl, WWW: www.wszif.wroc.pl

2. Województwo Kujawsko-Pomorskie

Akademia Bydgoska im. Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

– Biuro Karier

ul. Chodkiewicza 30

85-064 Bydgoszcz

Tel. (052) 341 91 24, Fax (052) 341 91 25,

e-mail: biurokarier@ab.edu.pl, WWW: www.ab.edu.pl

Akademia Medyczna w Bydgoszczy
– Biuro Promocji Studentów i Absolwentów
ul. Jagiellońska 13, p. 6 (I piętro)
85-067 Bydgoszcz
Tel. (052) 585 36 97, Fax (052) 585 36 97,
e-mail: biurokarier@amb.bydgoszcz.pl, WWW: www.amb.bydgoszcz.pl

Akademia Techniczno-Rolnicza w Bydgoszczy
– Biuro Promocji i Kariery Absolwenta
ul. Świętej Trójcy 31
85-224 Bydgoszcz
Tel. (052) 374 94 25, Fax (052) 374 94 29,
e-mail: kariera@atr.bydgoszcz.pl, WWW: www.kariera.atr.bydgoszcz.pl

Kujawsko-Pomorska Szkoła Wyższa
– Biuro Karier
ul. Warmińskiego 3
85-054 Bydgoszcz
Tel. (052) 322 34 04, Fax (052) 322 34 04 ,
e-mail: rektorat@kpsw.edu.pl

Uniwersytet im. Mikołaja Kopernika
– Biuro Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów UMK
ul. Gagarina 33, DS nr 11, parter
87-100 Toruń
Tel. (056) 611 46 43, 611 46 44, Fax (056) 611 46 44,
e-mail: careers@cc.uni.torun.pl, WWW: www.biurokarier.uni.torun.pl

Wyższa Pomorska Szkoła Turystyki i Hotelarstwa
– Biuro Karier
ul. Garbary 3
85-229 Bydgoszcz
Tel. (052) 348 23 18, 348 23 19, Fax (052) 348 23 46,
e-mail: kariery@tih.pl, zbyszekp@byd.pl, WWW: www.wpstih.byd.pl

Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu
– Biuro Karier
ul. Młodzieżowa 31A (pokój 109 I piętro)
87-100 Toruń
Tel. (056) 660 91 00 wew. 45, 41, 19, Fax (056) 660 91 07 wew. 41,
e-mail: biuro.karier@wsb.torun.pl, WWW: www.wsb.torun.pl

3. Województwo Lubelskie

Akademia Medyczna, Wydział Pielęgniarstwa i Nauk o Zdrowiu

– Akademickie Biuro Karier

Al. Raławickie 1, pok. 319

20-059 Lublin

Tel. (081) 532 27 47, Fax (081) 532 72 21,

WWW: www.am.lublin.pl

Akademia Rolnicza

– Biuro Karier Studenckich

ul. Akademicka 15 (budynek AGRO II pok. nr 209)

20-950 Lublin

Tel. (081) 445 66 05, Fax (081) 445 67 19,

e-mail: kariera@agros.ar.lublin.pl, WWW: www.ar.lublin.pl/BiuroKarier

Fundacja Akademii Rolniczej im. Wicentego Witosa w Lublinie

– Biuro Karier

ul. Karłowicza 4/408

20-027 Lublin

Tel. (081) 743 72 88, Fax (081) 743 72 88,

e-mail: biuro.karier@far.lublin.pl,

Katolicki Uniwersytet Lubelski

– Biuro Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów

Al. Raławickie 14

20-950 Lublin

Tel. (081) 445 43 71, 445 41 31, 445 41 32, Fax (081) 445 43 71,

e-mail: kariera@kul.lublin.pl, WWW: www.kul.lublin.pl

Państwowa Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Białej Podlaskiej

ul. Sidorska 102 p.202

21-500 Biała Podlaska

Tel. (083) 344 45 53, Fax (083) 344 45 53,

e-mail: biuro_karier@pwsz.bialapodlaska.pl, WWW: www.pwsz.bialapodlaska.pl

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Chełmie

– Biuro Karier „Żak”

ul. Wojsławicka 8b

22-100 Chełm

Tel. (082) 564 20 91,

e-mail: zak@pwsz.chelm.pl, WWW: www.pwsz.chelm.pl

Politechnika Lubelska

– Biuro Karier Studenckich

ul. Nadbystrzycka 42 (Dom Studenta nr 1, pok. 2)

20-501 Lublin

Tel. (081) 538 10 11, Fax (081) 538 10 11,

e-mail: biurokarier@pollub.pl, WWW: www.pol.lublin.pl

Puławska Szkoła Wyższa

– Biuro Karier

ul. 4-go Pułku Piechoty WP 18

24-100 Puławy

Tel. (081) 887 42 80 wew. 118,

e-mail: biurokarierpsw@wp.pl,

Stowarzyszenie Na Rzecz Aktywizacji Zawodowej

i Pomocy Socjalnej Młodzieży

– Biuro Karier

ul. Kilińskiego 86A

22-400 Zamość

Tel. (084) 627 33 73,

e-mail: osiw.zamosc@wp.pl,

Szkoła Wyższa im. B.Jańskiego, Wydział Zamiejscowy w Chełmie

– Biuro Karier

ul. Batorego

22-100 Chełm

Tel. (082) 563 18 00 wew. 14,

e-mail: biurokarier@chelm.janski.edu.pl,

Uniwersytet im. Marii Curie-Skłodowskiej

– Biuro Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów UMCS

ul. Czwartaków 15 (DS „Ikar”)

20-045 Lublin

Tel. (081) 533 70 82, 533 70 83, Fax (081) 533 70 83,

e-mail: kariera@umcs.lublin.pl, WWW: www.kariera.umcs.lublin.pl

Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji

– Biuro Karier

ul. Mełgiewska 7/9 (sektor A, I piętro, pokój nr 4)

20-209 Lublin

Tel. (081) 749 17 70/77, Fax (081) 749 17 77,

WWW: <http://biurokarier.wsei.lublin.pl>

Wyższa Szkoła Prawa i Administracji w Lublinie
– Biuro Karier
ul. Bursaki 12
20-150 Lublin
Tel. (081) 740 84 68, Fax (081) 740 84 13,
e-mail: biuro.karier@wspa.lublin.pl, WWW: <http://biurokarier.wspa.pl>

Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Zamościu
– Biuro Karier
ul. Akademicka 4
22-400 Zamość
Tel. (084) 638 26 31, Fax (081) 638 26 15,
WWW: www.biurokarier.wsza.edu.pl

4. Województwo Lubuskie

Collegium Polonicum – Biuro Promocji Zawodowej Studentów i Absolwentów
ul. Kościuszki 1 p. 209
69-100 Słubice
Tel. (095) 759 24 14 , -16, Fax (095) 7592 455,
e-mail: pak@euv-frankfurt-o.de, WWW: www.cp.euv-frankfurt-o.de

Łużycka Wyższa Szkoła Humanistyczna
– Akademickie Biuro Karier
ul. 9 maja 11
68-200 Żary
Tel. (068) 363 00 55, Fax 068/374 20 40
e-mail: lwsh@wp.pl

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa
– Biuro Karier
ul. Chopina budynek nr 6, pok. nr 12)
66-400 Gorzów Wlkp.
Tel. (095) 727 95 07, Fax (095) 727 95 07,
e-mail: biurokarier@pwsz.pl, kariera@pwsz.pl, WWW: www.kariera.pwsz.pl

Uniwersytet Zielonogórski – Dział Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów
Al. Wojska Polskiego 69
65-752 Zielona Góra
Tel. (068) 328 32 67, 328 32 78, 328 32 68, Fax (068) 328 32 67,
e-mail: i.rebisz@dzps.uz.zgora.pl, WWW: www.bk.uz.zgora.pl

Wyższa Informatyczna Szkoła Zawodowa
– Biuro Karier
ul. Myśliborska 34
66-400 Gorzów Wlkp.
Tel. 095 733 66 29, Fax 095 733 66 24,
e-mail: biuro_karier@wisz.edu.pl, WWW: <http://ggate.for.pl>

Wyższa Szkoła Biznesu w Gorzowie Wlkp.
– Biuro Karier
ul. Myśliborska 30
66-400 Gorzów Wlkp.
Tel. (095) 733 66 63, Fax (095) 733 66 67,
e-mail: biurokarier@wsb.gorzow.pl, WWW: www.biurokarier.wsb.gorzow.pl

5. Województwo Łódzkie

Akademia Sztuk Pięknych w Łodzi
ul. Wojska Polskiego 121
91-726 Łódź
Tel. (042) 656 10 56, Fax (042) 656 21 92
e-mail: kariera@asp.lodz.pl WWW: www.asp.lodz.pl

Centrum Wolontariatu, Pozarządowy Inkubator Karier
ul. Piotrkowska 38
90-265 Łódź
Tel. (042) 633-58-97, Fax (042) 633-58-97
e-mail: pik@free.ngo.pl

Piotrkowskie Stowarzyszenie Rozwoju, Promocji
i Integracji Europejskiej EURO-CENTRUM
– Biuro Karier
ul. A. Próchnika 17
97-300 Piotrków Trybunalski
Tel. (044) 649-76-62, Fax (044) 649-76-62
e-mail: rcie@rcie.piotrkow.pl

Politechnika Łódzka
– Biuro Karier
Al. Politechniki 3a (SDS pok. nr 3 parter)
90-924 Łódź
Tel. (042) 636 31 84, 631 20 98, Fax (042) 636 31 84,
e-mail: bkariery@p.lodz.pl, WWW: <http://biurokarier.p.lodz.pl>

Sależjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania
– Akademickie Biuro Karier
ul. Wodna 34
90-046 Łódź
Tel. (042) 676-13-66, 676-13-67, Fax (042) 676-13-68
e-mail: swseiz@swseiz.lodz.pl

Społeczna Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości
i Zarządzania w Łodzi
– Biuro Karier Studenckich
ul. Kilińskiego 98, pokój 11
90-113 Łódź
Tel. (042) 676 25 29 wew. 31,
e-mail: bks@swspiz.pl, WWW: www.swspiz.pl/bks/index.html

Uniwersytet Łódzki
– Biuro Karier Zawodowych UŁ
ul. Matejki 22/26 (Wydział Zarządzania pok. nr 105)
90-237 Łódź
Tel. (042) 635 42 43, Fax (042) 635 42 43,
e-mail: bkzul@uni.lodz.pl, WWW: www.biurokarier.uni.lodz.pl

Uniwersytet Łódzki, Instytut Psychologii
– Biuro Karier „Profil”
ul. Smugowa 10/12, III piętro, p. 315
91-433 Łódź
Tel. (042) 665 55 28, Fax (042) 665 55 28,
e-mail: profil@uni.lodz.pl, WWW: www.profil.uni.lodz.pl

Uniwersytet Łódzki, Wydział Prawa i Administracji
– Biuro Karier
ul. Składowa 43, pok. nr 28
90-127 Łódź
Tel. (042) 635 42 26,
e-mail: kariery@wpia.uni.lodz.pl, WWW: www.uni.lodz.pl/bkwpia

Uniwersytet Medyczny,
– Biuro Informacji i Promocji
Ośrodek Wspierania Karier Zawodowych
Plac Hallera 1
90-647 Łódź
Tel. (042) 639-32-58, Fax (042) 639-32-57
e-mail: swijat@achilles.wam.lodz.pl

Wyższa Szkoła Administracji Publicznej – Biuro Karier
ul. Tokarzewskiego 2
91-842 Łódź
Tel. (042) 616 25 92, Fax (042) 616 25 92,
e-mail: abk@wsap.pl, WWW: www.abk.wsap.pl

Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi, Instytut Postępowania Twórczego
– Biuro Karier i Promocji Zawodowej Studentów i Absolwentów KONTRAKT
ul. Rewolucji 1905 r. 52 (pokój H 001)
90-222 Łódź
Tel. (042) 631 59 13,
e-mail: biurokarier@ipt.pl, osrodek@wshe.lodz.pl, WWW: www.bk.wshe.lodz.pl

Wyższa Szkoła Informatyki w Łodzi
– Biuro Aktywizacji Zawodowej BAZA
ul. Rzgowska 17 a
93-008 Łódź
Tel. (042) 680 98 99,
e-mail: baza@wsinf.edu.pl, WWW: baza.wsinf.edu.pl

Wyższa Szkoła Kupiecka w Łodzi
– Biuro Karier Studenckich
ul. Sędziowska 8/10
91-341 Łódź
Tel. (042) 654 56 78, Fax (042) 654 56 78,
e-mail: kariera@kupiecka.pl, WWW: www.kariera.kupiecka.pl

Wyższa Szkoła Studiów Międzynarodowych
– Akademickie Biuro Karier
ul. Brzozowa 3
93-101 Łódź
Tel. (042) 683-08-14, Fax (042) 684-14-74
e-mail: sekretariat@wssm.edu.pl

6. Województwo Małopolskie

Akademia Ekonomiczna w Krakowie
– Zespół ds. Karier Centrum Rozwoju i Promocji AE
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków
Tel. (012) 293 54 97, Fax (012) 293 53 52,
e-mail: talachs@ae.krakow.pl, timlerm@ae.krakow.pl, piecuchk@ae.krakow.pl,
dyszkciem@ae.krakow.pl, sznajdea@ae.krakow.pl, WWW: www.startus.pl

Akademia Górniczo-Hutnicza – Centrum Karier
ul. Budryka 3, DS 12 Promyk
30-325 Kraków
Tel. (012) 617 37 62, Fax (012) 637 32 44,
e-mail: ckagh@uci.agh.edu.pl, WWW: www.ck.agh.edu.pl

Akademia Pedagogiczna
– Samodzielna Sekcja Promocji Uczelni i Karier Studenckich
ul. Podchorążych 2 pok. 46B
30-084 Kraków
Tel. (012) 662 60 41, Fax (012) 662 60 41,
e-mail: bks@ap.krakow.pl, WWW: www.ap.krakow.pl/promocja

Akademia Rolnicza w Krakowie – Biuro Promocji Zawodowej
Al. Mickiewicza 21
31-120 Kraków
Tel. (012) 662 42 94, Fax (012) 662 42 91,
e-mail: bpz@ar.krakow.pl, WWW: www.ar.krakow.pl/bpz

Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie – Biuro Karier Studenckich
Al. Jana Pawła II 78
31-571 Kraków
Tel. (012) 683 10 47,
e-mail: wtalejzb@cyf-kr.edu.pl, WWW: www.awf.krakow.pl/nauka/kariery.htm

Krakowska Szkoła Wyższa im. A.F. Modrzewskiego – Biuro Karier
ul. Michałowskiego 11
31-126 Kraków
Tel. (012) 292 62 16
e-mail: karier@kte.pl WWW: www.ksw.edu.pl

Małopolska Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Tarnowie – Biuro Pośrednictwa Pracy
ul. Rynek 9, pokój 24
33-100 Tarnów
Tel. (014) 621 13 61 wew.19,
e-mail: bjarosz@mwse.edu.pl, WWW: http://www.mwse.edu.pl/biuro_pracy/ind.htm

Państwowa Szkoła Wyższa w Nowym Sączu
– Biuro Karier
ul. St. Staszica 1
33-300 Nowy Sącz
Tel. (018) 443 45 45 wew.113
e-mail: sbk@pwsz.edu.pl

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnowie – Biuro Karier i Promocji
ul. Mickiewicza 8 (pok. nr 102, I piętro)
33-100 Tarnów
Tel. (014) 63 16 613, 63 16 627,
e-mail: bkip@wsz.tarnow.pl, WWW: www.wsz.tarnow.pl

Politechnika Krakowska – Biuro Karier
ul. Warszawska 24
31-155 Kraków
Tel. (012) 628 29 11, Fax (012) 628 26 97,
e-mail: kariery@admin.pk.edu.pl, WWW: www.pk.edu.pl/kariery

Uniwersytet Jagielloński – Biuro Karier i Promocji Wydziału Chemii
ul. Ingardena 3, pok. 112
30-060 Kraków
Tel. (012) 633 63 77 wew. 2078, 2066, Fax (012) 633 67 12,
e-mail: biuro@chemia.uj.edu.pl,

Uniwersytet Jagielloński – Biuro Karier
ul. Czapskich 4, pok. 303
31-110 Kraków
Tel. (012) 422 94 44 wew. 121,122, Fax (012) 431 13 28,
e-mail: careers@uj.edu.pl, kariery@uj.edu.pl, WWW: www.uj.edu.pl/biurokarier

Uniwersytet Jagielloński, Biuro Karier UJ Centre for European Studies
ul. Garbarska 7 A
31-110 Kraków
Tel. (012) 429 61 95, Fax (012) 429 61 95
e-mail: turyk@if.uj.edu.pl

Uniwersytet Jagielloński, Collegium Medicum
– Akademickie Biuro Karier
ul. Św. Anny 12
31-008 Kraków
Tel. (012) 422 04 11 wew. 358, Fax (012) 421 19 94,
e-mail: marogala@cyf-kr.edu.pl, WWW: www.cm-uj.krakow.pl/biuro

Wyższa Szkoła Ekonomii i Informatyki w Krakowie
– Biuro Karier
ul. Św. Filipa 17 (III piętro)
31-150 Kraków
Tel. (012) 431 18 82 wew. 115,
e-mail: biurokarier@wsei.krakow.pl, WWW: www.wsei.krakow.pl

Wyższa Szkoła Ubezpieczeń w Krakowie

– Biuro Karier

ul. Św. Marka 37, s. 4

31-024 Kraków

Tel. (012) 422 10 06,

e-mail: biurokarier@wsu.pl, WWW: www.wsu.pl/biuro.html

Wyższa Szkoła Zarządzania i Bankowości

– Biuro Karier

ul. Armii Krajowej 4

30-150 Kraków

Tel. (12) 638 52 72, Fax (12) 637 33 47,

e-mail: kariery@wszib.krakow.pl, WWW: www.wszib.edu.pl/kariery

7. Województwo Mazowieckie

Akademia Medyczna w Warszawie

– Biuro Karier (Pracownia Dydaktyki i Efektów Kształcenia)

ul. Oczki 4 (II piętro)

02-007 Warszawa

Tel. (022) 622 96 78, Fax (022) 622 96 79,

e-mail: hreband@amwaw.edu.pl, WWW: <http://www.amwaw.edu.pl/~hreband/biurokarier/>

Akademia Podlaska

– Biuro Promocji i Współpracy

ul. 3 Maja 54

08-110 Siedlce

Tel. 025 643 10 09, 643 10 53,

e-mail: bpiw@ap.siedlce.pl, WWW: www.ap.siedlce.pl

Akademia Wychowania Fizycznego im. Józefa Piłsudskiego

Biuro Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów

ul. Marymoncka 34 (Gmach główny, pokój 89)

00-968 Warszawa 45, skr. poczt.55

Tel. (022) 834 04 31 do 39 w. 472, 865 12 20,

e-mail: biurokarier@awf.edu.pl, WWW: www.strony.awf.edu.pl/bkarier

Collegium Civitas

– Centrum Promocji i Karier

PKIN XII piętro, Pl. Defilad 1

00-901 Warszawa

Tel. (022) 656 71 82,

e-mail: ewelina.kluss@collegium.edu.pl, WWW: www.collegium.edu.pl

Fundacja Centrum Promocji Kobiet
ul. Lwowska 17/3 (domofon CP3)
00-660 Warszawa
Tel. (022) 629 92 57, 622 46 21, Fax (022) 629 92 57,
e-mail: centrum@promocjakobiet.pl, WWW: www.promocjakobiet.pl

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa – Biuro Karier „Partner”
ul. Sienkiewicza 33
06-400 Ciechanów
Tel. (023) 672 20 50, Fax (023) 672 20 50,
e-mail: pwszciech@poczta.onet.pl, WWW: www.pwsz.ciechanow.pl

Politechnika Radomska im. Kazimierza Pułaskiego
– Biuro Promocji Studentów i Absolwentów
ul. Malczewskiego 29
26-600 Radom
Tel. (048) 361 70 38, Fax (048) 361 70 49,
e-mail: biuro@cpsia.radom.pl, WWW: www.cpsia.radom.pl

Politechnika Warszawska – Centrum Karier
ul. Noakowskiego 18/20 II piętro
00-668 Warszawa
Tel. (22) 660 63 67, Fax (22) 628 60 04,
e-mail: centrumkarier@ca.pw.edu.pl, WWW: www.centrumkarier.pw.edu.pl

Polsko-Japońska Wyższa Szkoła Technik Komputerowych
– Biuro Karier
ul. Koszykowa 86
02-008 Warszawa
Tel. (022) 584 45 00, 584 45 34, Fax (022) 584 45 01,
e-mail: biurokarier@pjwstk.edu.pl, WWW: www.biurokarier.pjwstk.edu.pl

Prywatna Wyższa Szkoła Businessu i Administracji – Studencki Ośrodek Konsultacyjny
ul. Bobrowiecka 9
00-728 Warszawa
Tel. (022) 559 20 00,
e-mail: sok@pwsbia.edu.pl, WWW: www.pwsbia.edu.pl/poland/s-sok.htm

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego
– Sekcja Promocji Absolwentów SGGW – AGROKADRA
ul. Nowoursynowska 166 (budynek 8, pokój 8)
02-787 Warszawa
Tel. (022) 843 49 22, 593 10 29
e-mail: agrokadra@sggw.waw.pl, WWW: www.agrokadra.sggw.waw.pl

Szkoła Główna Handlowa

– Ośrodek Promocji Absolwentów

Al. Niepodległości 162 (gmach główny p. 133, 134, 135)

02-554 Warszawa

Tel. (022) 646 61 30, 337 94 72, Fax (022) 646 61 30,

e-mail: centum.karier@sgh.waw.pl, WWW: www.absolwent.sgh.edu.pl

Szkoła Główna Służby Pożarniczej

– Centrum Informacji i Promocji Studentów i Absolwentów SGSP

ul. Słowackiego 52/54

01-629 Warszawa

Tel. (022) 561 76 47,

e-mail: akubicka@sgsp.edu.pl, WWW: www.sgsp.edu.pl/mojak.htm

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego w Warszawie

– Zespół ds. Praktyk Studenckich

ul. Elektronowa 2 (budynek B, pokój nr 324)

03-216 Warszawa

Tel. (022) 814 22 96, Fax (022) 814 05 35,

e-mail: adam.tywoniuk@janski.edu.pl, WWW: warszawa.janski.edu.pl/biuro_k/index.html

Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica

– Biuro Karier Zawodowych

Al. Kilińskiego 12 (budynek A, pokój 23, parter)

09-402 Płock

Tel. (024) 366 41 14, Fax (024) 366 41 35,

e-mail: kariera@wlodkowic.pl, WWW: www.wlodkowic.pl/pl/kariera/

Szkoła Wyższa Miła College

– Biuro Karier i Staży Zawodowych

ul. Miła 7 pok. 209

00-180 Warszawa

Tel. 022 831 14 54,

e-mail: praktyki@mila.edu.pl, WWW: www.mila.edu.pl

Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej

– Centrum Pracy i Kariery

ul. Chodakowska 19/31 p. 118

03-815 Warszawa

Tel. (022) 517 98 31, 517 98 32,

e-mail: praca-absolwent@swps.edu.pl, praca-apacz@swps.edu.pl, WWW: www.absolwent.swps.pl

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego
– Dział Rozwoju i Współpracy
ul. Dewajtis 5
00-668 Warszawa
Tel. (022) 561 89 49,
e-mail: galecka@uksw.edu.pl, WWW: www.uksw.edu.pl

Uniwersytet Warszawski
– Biuro Karier Studenckich Wydziału Psychologii
ul. Stawki 5/7 pok. nr 7
00-183 Warszawa
Tel. (022) 55 49 842,
e-mail: bks@engram.psych.uw.edu.pl, WWW: www.bks.psychologia.pl

Uniwersytet Warszawski
– Biuro Zawodowej Promocji Absolwentów
ul. Krakowskie Przedmieście 32
00-927 Warszawa
Tel. (022) 55 20 763, 55 20 585, Fax (022) 55 20 663,
e-mail: biurokarier@mercury.ci.uw.edu.pl, WWW: www.biurokarier.uw.edu.pl

Uniwersytet Warszawski, Wydział Pedagogiczny
– Biuro Karier
ul. Mokotowska 16/20
00-972 Warszawa
Tel. (022) 553 08 20,
WWW: www.pedagog.uw.edu.pl

Warszawska Szkoła Zarządzania
– Szkoła Wyższa – Dziekanat
ul. Siedmiogrodzka 3A
01-204 Warszawa
Tel. (022) 862 33 37, Fax (022) 862 32 47,
e-mail: manage@wsz-sw.edu.pl, WWW: www.wsz-sw.edu.pl

Wszechnica Polska – Szkoła Wyższa TWP
– Biuro Karier
pl. Defilad 1 PKiN (VIII piętro)
00-901 Warszawa
Tel. (022) 656 61 92, 656 61 95,
e-mail: wszechnica@wszechnicapolska.ids.pl, WWW: www.wszechnicapolska.ids.pl/biurokarier.htm

Wyższa Inżynierska Szkoła Bezpieczeństwa i Organizacji Pracy

– Biuro Karier

ul. Graniczna 24

26-600 Radom

Tel. (048) 385 11 15 wew. 22, Fax (048) 385 11 16,

e-mail: partnership@wisbiop.pl, WWW: www.wisbiop.pl

Wyższa Szkoła Biznesu

– Biuro Karier i Promocji Absolwentów WSB „Alma Mater”

ul. Kolejowa 22

26-600 Radom

Tel. (048) 363 90 01 w. 109, 384 71 80, 384 79 36, Fax (048) 363 70 07,

e-mail: wsb@wsb.com.pl, WWW: www.wsb.com.pl

Wyższa Szkoła Dziennikarstwa im. Melchiora Wańkowicza

– Dział Praktyk i Promocji Absolwentów

ul. Nowy Świat 58

00-363 Warszawa

Tel. (022) 826 10 96, Fax (022) 826 89 62,

e-mail: praktyki@wsd.com.pl, WWW: www.wsd.com.pl

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania

– Biuro Przedsiębiorczości Akademickiej

ul. Wawelska 14 (pokój nr 11)

02-061 Warszawa

Tel. 022 825 17 31 w. 115,

e-mail: bpa@wseiz.pl, WWW: www.wseiz.pl/1000/kariera/kariera.html

Wyższa Szkoła Ekonomiczna

– Centrum Promocji Karier

Al. Solidarności 74a (pokój 22, II piętro)

00-145 Warszawa

Tel. (022) 636 74 00 wew. 124,126,

e-mail: sekretar@wse.waw.pl, WWW: www.wse.waw.pl

Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Informatyczna

– Biuro Karier i Praktyk Studenckich

ul. Stokłosy 3

02-787 Warszawa

Tel. (0220) 457 24 04,

e-mail: biuro_karier@wsei.pl, WWW: www.wsei.pl

Wyższa Szkoła Finansów i Bankowości

– Biuro Karier

ul. Zubrzyckiego 2

26-600 Radom

Tel. (048) 344 13 97, Fax (048) 344 13 52,

e-mail: wsfib@wsfib.edu.pl, WWW: www.wsfib.edu.pl

Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania

– Biuro Karier

ul. Sokołowska 159

08-110 Siedlce

Tel. (025) 633 30 34,

e-mail: Biuro.Karier@wsfiz.siedlce.pl, WWW: www.wsfiz.siedlce.pl/biurokarier.php

Wyższa Szkoła Handlowa w Radomiu

– Biuro Kariery

ul. Traugutta 61

26-600 Radom

Tel. (048) 363 22 91, 363 22 90 wew. 54, Fax (048) 363 22 91, 363 22 90 wew. 54,

e-mail: biurokariery@wsh.pl, WWW: www.wsh.pl/biuro.html

Wyższa Szkoła Handlu i Finansów Międzynarodowych

– Biuro Wspierania Rozwoju Zawodowego Studentów

ul. Armii Ludowej 16 p. 436 A

00-637 Warszawa

Tel. (022) 825 83 05,

e-mail: kariera@poczta.wshifm.edu.pl, WWW: www.wshifm.edu.pl/biurokarier/index.htm

Wyższa Szkoła Handlu i Prawa im. Ryszarda Łazarskiego

– Dział Praktyk i Karier

ul. Świeradowska 43 (nr 146a, I piętro)

02-662 Warszawa

Tel. (022) 543 53 80, 543 53 81, Fax (022) 543 53 82,

e-mail: kariera@lazarski.pl, WWW: www.kariera.lazarski.pl

Wyższa Szkoła Humanistyczna im. Aleksandra Gieysztora

– Biuro Promocji i Karier WSH

ul. Daszyńskiego 17 (pokój nr 6)

06-100 Pułtusk

Tel. (023) 692 03 30, Fax (023) 692 03 30,

e-mail: kariera@wsh.edu.pl, WWW: www.promocja.wsh.edu.pl

Wyższa Szkoła Języków Obcych i Zarządzania Finansami „AVANS”

– Biuro Karier

ul. Radarowa 6

02-137 Warszawa

Tel. 022 868 25 03,

e-mail: avans@avans.com.pl, WWW: www.avans.com.pl

Wyższa Szkoła Kultury Fizycznej i Turystyki

– Biuro Karier

ul. Staszica 1

05-800 Pruszków

Tel. (022) 759 55 28, 759 93 20,

e-mail: biurokarier@wskfit.pl, WWW: www.wskfit.pl

Wyższa Szkoła Menedżerska Stowarzyszenia Inicjatyw Gospodarczych

– Biuro Karier

ul. Kawęczyńska 36

03-772 Warszawa

Tel. (022) 619 07 58 wew. 231,

e-mail: biurokarier@mac.edu.pl, WWW: www.mac.edu.pl

Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego

– Biuro Karier „Kuznia”

ul. Jagiellońska 59 (pokój nr 4A)

03-301 Warszawa

Tel. (022) 519 21 15, Fax (022) 519 21 15,

e-mail: kuzniak@wspiz.edu.pl, WWW: www.wspiz.edu.pl

Wyższa Szkoła Stosunków Międzynarodowych i Amerykanistyki

– Biuro Karier

ul. Rozłogi 10

01-310 Warszawa

Tel. 022 665 80 98, 665 81 69,

WWW: www.wssmia.kei.pl

Wyższa Szkoła Turystyki i Rekreacji

– Klub Absolwenta

ul. Marymoncka 34, skrzynka 21

00-968 Warszawa

Tel. (022) 834 04 31 wew. 572, Fax (022) 834 57 14,

e-mail: kariera@wstir.edu.pl, WWW: www.wstir.edu.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu

– Akademickie Biuro Karier

ul. Stadionowa 4

96-500 Sochaczew

Tel. (046) 862 50 80 w. 200, Fax (046) 862 50 80,

e-mail: abk@wszim-sochaczew.edu.pl, WWW: www.wszim-sochaczew.edu.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania i Prawa

– Biuro Karier

Al. Jerozolimskie 202

02-486 Warszawa

Tel. (022) 863 78 21 w. 129, Fax (022) 874 0113,

e-mail: kariera@wszim.edu.pl, WWW: www.wszim.edu.pl/biurokarier

Wyższa Szkoła Zarządzania Personelem

– Biuro Karier

ul. Hirszfelda 11

02-776 Warszawa

Tel. (22) 855 04 73/76/78

e-mail: biurokarier@wszp.edu.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania/ The Polish Open University

– Centrum Informacyjne

ul. Domaniewska 37a

02-672 Warszawa

Tel. 022 843 76 92 w. 221, 853 70 06,

e-mail: informacja.warszawa@wsz-pou.edu.pl, WWW: www.wsz-pou.edu.pl

Wyższa Szkoła Zawodowa Kosmetyki i Pielęgnacji Zdrowia

– Biuro Promocji Studentów i Absolwentów

ul. Podwale 13

02-252 Warszawa

Tel. (022) 635 50 09, 831 00 81 w. 154,

e-mail: biuro.promocji@wszkipz.pl, WWW: www.kariera.wszkipz.pl

Wyższa Szkoła ZNP

– Akademickie Biuro Karier

ul. Smulikowskiego 6/8

00-389 Warszawa

Tel. (022) 828 61 49 w. 28,

e-mail: wsp@wsp.edu.pl, WWW: www.wsp.edu.pl

8. Województwo Opolskie

Stowarzyszenie AKROPOLIS – Biuro Karier „PIAST”

ul. Mikołajczyka 5 pok. B3

45-233 Opole

Tel. (077) 400 62 77, Fax (077) 400 62 77,

e-mail: bkpiast@go2.pl, WWW: www.akropolis.hg.pl

9. Województwo Podkarpackie

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa – Biuro Karier

ul. Żołnierzy I Armii WP 2

37-700 Przemyśl

Tel. 676 05 48 wew. 28,

e-mail: biurokarier.pwszprzemysl@op.pl, WWW: <http://www.pwszprzemysl1.republika.pl>

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie

– Biuro Aktywizacji Zawodowej Absolwentów „Mrówka”

ul. Kazimierza Wielkiego 6

38-400 Krosno

Tel. (013) 437 55 51, Fax (013) 437 55 51,

e-mail: bk@pwsz.krosno.pl, WWW: www.bk.krosno.edu.pl

Politechnika Rzeszowska

– Akademickie Biuro Karier

ul. Wincentego Pola 2, bud. A, pokój 310

35-959 Rzeszów

Tel. (017) 865 13 64,

e-mail: biurokarier@prz.rzeszow.pl, WWW: www.prz.rzeszow.pl/biurokarier

Uniwersytet Rzeszowski – Biuro Karier

ul. Rejtana 16C

35-959 Rzeszów

Tel. (017) 872 10 27, Fax (017) 872 10 27,

e-mail: kariera@univ.rzeszow.pl, WWW: <http://kariera.univ.rzeszow.pl>

Wyższa Szkoła Administracji i Zarządzania w Przemyśle

– Biuro Karier

ul. Wybrzeże Ojca Św. Jana Pawła II 2 (pok. 111)

37-700 Przemyśl

Tel. (016) 677 90 60, wew. 28, Fax (016) 677 90 60, wew. 28,

e-mail: biuro.karier@wsaiz.edu.pl, WWW: www.wsaiz.edu.pl

Wyższa Szkoła Administracji i Zarządzania w Przemysłu,
Wydział Zamiejscowy w Rzeszowie
ul. Cegielniana 14
35-310 Rzeszów
Tel. (017) 867-04-10 w. 410
e-mail: biuro.karier@wsaiz.edu.pl

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania
– Biuro Karier
ul. H. Sucharskiego 2
32-225 Rzeszów
Tel. (017) 866 11 55, Fax (017) 866 12 32,
e-mail: bk@wenus.wsiz.rzeszow.pl, WWW: www.wsiz.rzeszow.pl/bk

Wyższa Szkoła Inżynieryjno-Ekonomiczna w Ropczycach
– Biuro Karier
ul. Mickiewicza 10
39-100 Ropczyce
Tel. (017) 22 10 723,
WWW: www.wsie.ropczyce.pl/bkarier.html

10. Województwo Podlaskie

Akademia Medyczna w Białymstoku, Biuro Karier Akademii Medycznej
ul. Kilińskiego 1
15-089 Białystok,
Tel. (085) 748-54-73, Fax (085) 748-54-08
e-mail: rek-prom@amb.edu.pl

Politechnika Białostocka
– Biuro Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów
ul. Zwierzyniecka 6, DS-4, pokój nr 1
15-333 Białystok
Tel. (085) 742 33 22, Fax (085) 746 97 54,
e-mail: kariera@cksr.ac.bialystok.pl, WWW: <http://biurokarier.pb.bialystok.pl>

Uniwersytet Białostocki
– Biuro Karier
ul. M.C. Skłodowskiej 14, pok 804, VIIIp
15-097 Białystok
Tel. (085) 745 70 80, 745 70 79,
e-mail: ac-bk@uwb.edu.pl, WWW: www.bk.uwb.edu.pl

Wyższa Szkoła Administracji Publicznej

– Biuro Karier

ul. Dojlidy Fabryczne 26

15-555 Białystok

Tel. (085) 732 12 89 wew. 16,

e-mail: kariera@wsap.man.bialystok.pl, WWW: www.wsap.bialystok.pl/biurokarier

Wyższa Szkoła Agrobiznesu w Łomży, Stowarzyszenie Studentów

i Absolwentów Wyższej Szkoły Agrobiznesu w Łomży

– Biuro Karier Wyższej Szkoły Agrobiznesu

ul. Wojska Polskiego 161

18-402 Łomża,

Tel. (086) 216-94-97, Fax (086) 216-94-97

e-mail: maciej@wsa.edu.pl

Wyższa Szkoła Ekonomiczna

– Biuro Karier

ul. Choroszczańska 31 (pokój 11, 12)

15-732 Białystok

Tel. (058) 652 50 62, Fax (058) 652 50 62,

e-mail: szansa@wse.edu.pl, WWW: www.wse.edu.pl

Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku

– Biuro Karier

ul. Ciepła 40

15-472 Białystok

Tel. (085) 678 59 06,

e-mail: bkariier@wsfiz.edu.pl, WWW: <http://student.wsfiz.bialystok.pl>

Wyższa Szkoła Suwalsko-Mazurska im. Papieża Jana Pawła II,

Biuro Rekrutacji i Promocji

ul. M. Curie- Skłodowskiej 5

16-400 Suwałki

Tel. (087) 565-81-33, 565-81-30, Fax (087) 565-81-37

e-mail: biurokarier@wssm.home.pl, sekretariat@wssm.home.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania i Przedsiębiorczości im. Bogdana Jańskiego

Biuro Karier Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości

im. B. Jańskiego w Łomży

ul. Krzywe Koło 9

18-400 Łomża,

Tel. (086) 216-70-50 w. 55, Fax (086) 216-47-75

e-mail: bk@lomza.janski.edu.pl

11. Województwo Pomorskie

Akademia Morska w Gdyni

– Biuro Karier Studenckich

ul. Morska 81-87 (budynek B, pokój B-121)

81-225 Gdynia

Tel. (058) 690 12 92 wew. 340, 690 13 40, Fax (058) 690 12 81,

e-mail: bks@am.gdynia.pl, WWW: www.wsm.gdynia.pl/biuro/index.html

Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu, Akademickie Centrum Kariery

ul. Wiejska 1 blok B, pok. 129

80-336 Gdańsk

Tel. (058) 554 74 67

e-mail: ack.awf@poczta.onet.pl, WWW: www.awf.gda.pl

Politechnika Gdańska – Biuro Karier Studenckich

ul. Narutowicza 11/12 (gmach B, pokój 401)

80-952 Gdańsk

Tel. (058) 347 28 84, Fax (058) 347 16 90,

e-mail: biuro.karier@pg.gda.pl, WWW: www.pg.gda.pl/bks

Pomorska Akademia Pedagogiczna

ul. Arciszewskiego 22 a

76-200 Słupsk

Tel (059) 840 55 13 wew.232

Uniwersytet Gdański – Biuro Karier

Dom Studencki nr 8, ul. 1 Maja 12

81-824 Sopot

Tel. (058) 550 92 07, Fax (058) 550 92 72,

e-mail: biurokarier@univ.gda.pl, WWW: <http://biurokarier.univ.gda.pl>

Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu w Gdyni – Biuro Karier

ul. Kielecka 7 pok. 131,

81-303 Gdynia

Tel. (58) 660 74 12

e-mail: biuro.karier.@wsaib.pl

Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku – Biuro Karier

ul. Rzeźnicka 54/56, pok. 238

80-822 Gdańsk

Tel. (058) 320 33 74, Fax (058) 320 33 74,

e-mail: praktyki@wsb.gda.pl, WWW: www.wsb.gda.pl

Wyższa Szkoła Finansów i Rachunkowości w Sopocie
– Biuro Karier i Promocji Zawodowej
ul. Kościuszki 47
81-702 Sopot
Tel. (058) 555 83 60,
e-mail: kubik@wsfir.gda.pl , WWW: www.biurokarier.wsfir.gda.pl

Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa
– Uczelniane Biuro Karier
ul. Miszewskiego 12/13
80-239 Gdańsk
Tel. (58) 520 26 14 wew.31
e-mail: wstih@wstih.edu.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania w Gdańsku
– Dział Praktyk i Doradztwa Personalnego
ul. Pelplińska 7,
80-335 Gdańsk
Tel. (58)769 08 78
e-mail: zaneta.geryk@wsz.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania w Kwidzynie
– Biuro Karier
ul.11 Listopada13,
82-500 Kwidzyn
Tel. (55)646 19 44
e-mail: biuro.karier@wsz.kwidzyn.edu.pl

12. Województwo Śląskie

Akademia Ekonomiczna w Katowicach
– Akademickie Centrum Kariery
ul. Bogucicka 3a
40-226 Katowice
Tel. (032) 257 73 54, 257 73 57, Fax (032) 257 73 53,
e-mail: ack@ae.katowice.pl, WWW: www.ack.ae.katowice.pl

Akademia Polonijna w Częstochowie
– Centrum Orientacji i Kariery Zawodowej
ul. Pułaskiego 4/6 (Collegium Notre Dame, p. A034)
42-200 Częstochowa
Tel. (034) 368 09 21, Fax (034) 324 96 62,
e-mail: info@ap.edu.pl, WWW: www.ap.edu.pl

Akademia Techniczno-Humanistyczna – Centrum Analiz Rynku Pracy
ul. Willowa 2
43-309 Bielsko Biała
Tel. (033) 82 79 318
e-mail: achrystowska@ath.bielsko.pl

Akademia Wychowania Fizycznego – Biuro Karier Studenckich
ul. Mikołowska 72 a
40-065 Katowice
Tel. (032) 207 53 41,
e-mail: azach_awf_europa@interia.pl, WWW: www.awf.katowice.pl

Beskidzka Wyższa Szkoła Turystyki – Akademickie Biuro Karier
ul. Grunwaldzka 5
34-330 Żywiec
Tel. (033) 86 10 052
e-mail: bwst@wp.pl

Bielska Wyższa Szkoła Biznesu i Informatyki im. J. Tyszkiewicza
Biuro Karier
Al. Armii Krajowej 20
43-316 Bielsko Biała
Tel. (033) 82 97 290
e-mail: bkarier@tyszkiewicz.edu.pl

Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa – Biuro Karier
ul. Harcerzy Września 3
40-659 Katowice
Tel. (032) 357 05 53, Fax (032) 357 05 53,
e-mail: biurokarier@gwsh.pl, WWW: www.biurokarier.gwsh.pl

Górnośląska Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Kardynała Augusta Hlonda
– Biuro Karier
ul. Piastów Śl. 10
41-408 Mysłowice
Tel. (032) 22 53 871, Fax (032) 22 53 878

Górnośląska Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości im. K. Goduli
– Biuro Karier
ul. Racławicka 23
41-506 Chorzów
Tel. (032) 24 72 556-9 w. 37, Fax (032) 24 72 556-9 w.37
e-mail: biuro_karier@gwsp.edu.pl

Politechnika Częstochowska
– Biuro Promocji i Karier
ul. Dąbrowskiego 69
42-200 Częstochowa
Tel. (034) 325 02 51, Fax (034) 361 28 55,
e-mail: promocja@adm.pcz.czest.pl, WWW: www.pcz.pl/bpik/bpik.htm

Politechnika Częstochowska, Wydział Zarządzania
– Akademickie Wydziałowe Biuro Karier
Al. Armii Krajowej 19B
42-200 Częstochowa
Tel. (034) 32 50 847
e-mail: careers@zim.pcz.czest.pl

Politechnika Śląska, Ośrodek Badań i Doskonalenia Dydaktyki
– Biuro Karier Studenckich
ul. Konarskiego 20 (pok. 106, 201)
44-100 Gliwice
Tel. (032) 237 20 75, 237 15 59, Fax (032) 237 20 75,
e-mail: kariera@polsl.pl, WWW: <http://zeus.polsl.gliwice.pl/~kariera/>

Śląska Wyższa Szkoła Zarządzania im. gen. J. Ziętka
– Biuro Karier Studenckich
ul. Francuska 12 (II piętro, p. 206)
40-952 Katowice
Tel. (032) 251 08 90, Fax (032) 251 08 90,
e-mail: kariery@swsz.katowice.pl, WWW: www.swsz.katowice.pl

Uniwersytet Śląski
– Biuro Promocji i Karier
ul. Bankowa 12 a
40-007 Katowice
Tel. (032) 359 19 82, Fax (032) 203 62 50,
e-mail: bpik@us.edu.pl, WWW: www.bpik.us.edu.pl/kariera/

Wyższa Szkoła Administracji
– Akademickie Biuro Karier
ul. A. Frycza Modrzewskiego 12
43-300 Bielsko Biała
Tel. (033) 81 51 107 w.128
e-mail: biurokarier@op.pl

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu Wydział Zamiejscowy w Chorzowie
– Biuro Karier
ul. Wandy 66
41-500 Chorzów
Tel. (032) 24 79 218 w.23
e-mail: biuro.karier@chorzow.wsb.pl

Wyższa Szkoła Bankowości i Finansów
– Biuro Karier Zawodowych
ul. Cz. Tańskiego 5
43-382 Bielsko Biała
Tel. (033) 82 97 229, Fax (033) 82 97 212

Wyższa Szkoła Biznesu
– Akademickie Biuro Karier
ul. Cieplaka 1c
41-300 Dąbrowa Górnicza
Tel. (032) 26 28 560
e-mail: kariera@wsb.edu.pl

Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji
– Biuro Karier Studenckich
ul. A. Frycza Modrzewskiego 1
41-907 Bytom
Tel. (032) 38 74 732, Fax (032) 28 69 958
e-mail: biurokarier@wsea.edu.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu
– Centrum Karier i Promocji Studentów
ul. 3 Maja 11
41-200 Sosnowiec
Tel. (032) 266 40 01, 290 55 50, Fax (032) 266 40 01,
e-mail: kariera@wszim.sosnowiec.pl, WWW: www.wszim.sosnowiec.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania Marketingowego i Języków Obcych w Katowicach
– Dział Organizacji
Praktyk Studenckich i Pośrednictwa Pracy
ul. Gallusa 12
40-594 Katowice
Tel. (032) 207 92 43, Tomasz Gibaszewski 0 602 211 469, Fax (032) 207 92 89,
e-mail: tomaszgib@go2.pl, WWW: www.gallus.pl

Wyższa Szkoła Zarządzania w Częstochowie

– Biuro Karier

ul. Rząsawska 40 (pokój nr 21)

42-209 Częstochowa

Tel. (034) 364 33 82 w. 59,

e-mail: biurokarier@wsz.edu.pl, WWW: www.wsz.edu.pl/biurokarier

13. Województwo Świętokrzyskie

Politechnika Świętokrzyska

– Biuro Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów

al.1000-lecia Państwa Polskiego 7, bud. C, pok. 10

25-314 Kielce

Tel. (041) 342 45 40, Fax (041) 342 45 40,

e-mail: bikarier@tu.kielce.pl, WWW: www.tu.kielce.pl/BiuroKarier

Wszechnica Świętokrzyska w Kielcach

– Biuro Karier „Syzyf”

ul. Elizy Orzeszkowej 15

25-435 Kielce

Tel. (041) 331-12-44, Fax 331-12-44

Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji im. prof. E. Lipińskiego

– Biuro Karier

ul. Karczówkowska 41

25-713 Kielce

Tel. (041) 345 52 56, Fax (041) 345 78 88,

e-mail: kariera@wseia.edu.pl, WWW: www.kariera.wseia.edu.pl

Wyższa Szkoła Handlowa

– Biuro KARIERA

ul. Peryferyjna 15

25-562 Kielce

Tel. (041) 362 60 26 wew.46,

e-mail: kariera@wsh-kielce.edu.pl, WWW: www.wsh-kielce.edu.pl

Wyższa Szkoła Humanistyczno-Przyrodnicza

– Akademickie Biuro Karier

ul. Krakowska 26

27-600 Sandomierz

Tel. (015) 832 22 84, -5, -6 wew. 350, Fax (015) 832 60 81 wew. 307,

e-mail: biurokarier@wszp.sandomierz.pl, WWW: wszp.sandomierz.pl

14. Województwo Warmińsko-Mazurskie

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Elblągu – Akademickie Biuro Karier
ul. Wojska Polskiego 1
82-300 Elbląg
Tel. (055) 239 88 77, Fax (055) 239 88 77,
e-mail: abk@pwsz.elblag.pl, WWW: www.abk.pwsz.elblag.pl

Szkoła Wyższa im. B. Jańskiego w Warszawie Wydział Zamiejscowy
– Akademickie Biuro Karier
82-300 Elbląg
ul. Stoczniowa 10
Tel. (055) 2392580, Fax (055)2304055
e-mail: dziekanat@janski.edu.pl

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie – Biuro Karier
ul. Głowackiego 17
10-447 Olsztyn
Tel. (089) 527 92 12, Fax (089) 527 20 50,
e-mail: kariera@human.uwm.edu.pl, WWW: www.uwm.edu.pl/kariera

Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku Filia w Ełku – Biuro Karier
ul. Grunwaldzka 1
19-300 Ełk
Tel. (087) 621 14 46, Fax (087) 621 14 46,
e-mail: bkarier_elk@wsfiz.edu.pl, WWW: <http://student.wsfiz.edu.pl>

Wyższa Szkoła Informatyki i Ekonomii Towarzystwa Wiedzy Powszechnej w Olsztynie
– Biuro Promocji Zawodowej
ul. Gałczyńskiego 21 p. 6
10-089 Olsztyn
Tel. (089) 527 93 27 w. 45, Fax (089) 527 93 27 w. 45,
e-mail: bpz@twp.olsztyn.pl, WWW: <http://wsiie.olsztyn.pl/~bpz/>

15. Województwo Wielkopolskie

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu
– Biuro Rekrutacji i Karier
Al. Niepodległości 10 (Gmach Główny, pok. 212 IIp)
60-967 Poznań
Tel. (061) 856 91 92, Fax (061) 856 91 91,
e-mail: bkae@ae.poznan.pl, brik@ae.poznan.pl, WWW: www.ae.poznan.pl

Akademia Rolnicza w Poznaniu

– Biuro Promocji Zawodowej Studentów i Absolwentów

ul. Wojska Polskiego 28 (Collegium Maximum, pokój 113)

60-637 Poznań

Tel. (061) 848 73 75,

e-mail: kariera@au.poznan.pl, WWW: www.au.poznan.pl/biurokarier

Akademia Wychowania Fizycznego im. E. Piaseckiego w Poznaniu

– Biuro Promocji Zawodowej i Absolwentów

ul. Królowej Jadwigi 27/39 (wejście B, pok. 121)

61-871 Poznań

Tel. (061) 835 51 04, Fax (061) 835 51 04,

e-mail: bkarier@awf.poznan.pl, WWW: www.awf.poznan.pl/biurokarier

Fundacja Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości

– Biuro Karier „Aktywny Start”

ul. Częstochowska 25

62-800 Kalisz

Tel. (062) 765 60 60, 764 12 42,

e-mail: biurokarier@kip.kalisz.pl, WWW: www.kip.kalisz.pl

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Koninie

– Biuro Promocji Zawodowej Studentów i Absolwentów

ul. Przyjaźni 1

62-510 Konin

Tel. (063) 249 72 37,

e-mail: bpzsa@konin.lm.pl, WWW: www.bpzsa.konin.lm.pl

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Pile

– Biuro Karier

ul. Podchorążych 10

64-920 Piła

Tel. (067) 352 26 29, Fax (067) 352 26 09,

e-mail: biuro.karier@pwsz.pila.pl WWW: www.pwsz.pila.pl

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa,

– Biuro Promocji Zawodowej Studentów i Absolwentów

ul. Nowy Świat 4

62-800 Kalisz

Tel. (062) 7679511, Fax (062) 7679511

e-mail: biuro.promocji@pwsz.kalisz.pl

Społeczna Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania w Łodzi – Wydział Zamiejscowy
w Ostrowie Wlkp.,
– Biuro Karier przy SWSPiZ
ul. Wrocławska 93a
63-400 Ostrów Wlkp.
Tel. (062) 7357987, Fax (062) 7356370
e-mail: bk@biuo-karier.eu.org

Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu – Biuro Promocji Zawodowej Studentów i Absolwentów
ul. Zwierzyniecka 7
60-813 Poznań
Tel. (061) 829 24 95, 829 24 96, 829 24 28, 829 25 11, Fax (061) 829 24 28, 829 25 11,
e-mail: bkarier@main.amu.edu.pl, WWW: <http://main.amu.edu.pl/~bkarier/>

Wielkopolska Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna w Jarocinie,
– Akademickie Biuro Karier
al. Niepodległości 34
63-200 Jarocin
Tel. (062) 7478590, Fax (062) 5052090
e-mail: kanclerz@wwshe.edu.pl

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu – Biuro Karier
ul. Powstańców Wlkp. 1, pok. 202
61-871 Poznań
Tel. (061) 655 33 35, Fax (061) 655 33 05,
e-mail: biuro.karier@wsb.poznan.pl, WWW: www.wsb.poznan.pl

Wyższa Szkoła Biznesu w Pile – Biuro Promocji Studentów i Absolwentów
ul. Sikorskiego 9
64-920 Piła
Tel. (067) 212 02 46, Fax (067) 212 02 46,
e-mail: biurokarier@wsb.pila.pl, WWW: www.wsb.pila.pl/kariera/biuro.htm

Wyższa Szkoła Handlu i Rachunkowości – Biuro Karier
ul. Gajowa 6, pok. 703
60-815 Poznań
Tel. (061) 864 10 40, 866 12 62,
e-mail: biurokarier@wshir.poznan.pl, WWW: www.wshir.poznan.pl

Wyższa Szkoła Logistyki w Poznaniu – Biuro Karier
ul. Estkowskiego 6
61-755 Poznań
Tel. (061) 852 95 55, Fax (061) 852 95 55,
e-mail: biurokarier@wsl.com.pl, WWW: www.biurokarier.wsl.com.pl

Wyższa Szkoła Marketingu i Zarządzania w Lesznie – Leszczyńskie Biuro Karier
ul. Ostroroga 9a
64-100 Leszno
Tel. (065) 526 32 20, 526 99 04, Fax (065) 526 32 20, 526 99 04,
e-mail: lbk@wsmiz.edu.pl, WWW: www.wsmiz.edu.pl/lbk

Wyższa Szkoła Umiejętności Społecznych w Poznaniu – Biuro Karier
ul. Romka Strzałkowskiego 5/7 (pokój nr 30)
60-854 Poznań
Tel. (061) 847 49 34, Fax (061) 848 30 34,
e-mail: amajer@wsus.poznan.pl, WWW: www.wsus.poznan.pl/biurokarier/index.htm

16. Województwo Zachodniopomorskie

Akademia Rolnicza w Szczecinie – Biuro Karier
ul. Janosika 8
71-424 Szczecin
Tel. (091) 422 08 51 w. 380,
e-mail: bk@ar.szczecin.pl, WWW: www.bk.ar.szczecin.pl

Collegium Balticum w Szczecinie
ul. Mieszka I 61
70-011 Szczecin
Tel. (091) 485 33 35, 483 76 58,
e-mail: rektorat@cb.szczecin.pl, WWW: www.cb.szczecin.pl

Politechnika Koszalińska - Biuro Promocji Zawodowej Studentów i Absolwentów
ul. Rejtana 7 (Kreślarnia)
75-507 Koszalin
Tel. (094) 347 89 28,
e-mail: bk@kariera.koszalin.pl, WWW: www.kariera.koszalin.pl

Politechnika Szczecińska – Biuro Karier
Al. Piastów 17 pok. 01
70-310 Szczecin
Tel. (091) 449 40 80,
e-mail: biurokarier@ps.pl, WWW: www.biurokarier.ps.pl

Uniwersytet Szczeciński – Biuro Promocji i Informacji
Al. Jedności Narodowej 22a
70-453 Szczecin
Tel. (091) 444 11 92, 444 11 93, Fax (091) 444 11 74,
e-mail: info@univ.szczecin.pl, WWW: www.univ.szczecin.pl

Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Szczecinie – Biuro Karier
ul. Marii Curie-Skłodowskiej 4 pok. 215
71-332 Szczecin
Tel. (091) 486 15 42, 486 15 43, Fax (091) 486 15 44,
e-mail: kariera@wsap.szczecin.pl, WWW: www.wsap.szczecin.pl/kariera

Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Turystyczna w Szczecinie – Biuro Promocji Absolwentów
Al. 3 Maja 1a
70-214 Szczecin
Tel. (091) 489 12 05, Fax (091) 812 03 79,
e-mail: biuro@bpa.wset.pl, WWW: <http://bpa.wset.pl>

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu – Biuro Karier
ul. Żołnierska 53, budynek A, pokój 513
71-210 Szczecin
Tel. (091) 814 94 32,
e-mail: biurokarier@zpsb.szczecin.pl, WWW: www.bk.zpsb.szczecin.pl

**Wykaz Centrów Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Wojewódzkich Urzędów Pracy**

1. Województwo Dolnośląskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Strzegomska 47
53-611 Wrocław
Tel. (071) 373-59-03, Fax (071) 373-59-03,
e-mail: wrciz@praca.gov.pl, WWW: www.dwup.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Ogrodowa 5b
58-306 Wałbrzych
Tel. (074) 846-87-94, Fax (074) 846-87-94,
e-mail: wrwaciz@praca.gov.pl, WWW: www.dwup.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Wojska Polskiego 18
58-500 Jelenia Góra
Tel. (075) 752-27-54, Fax (075) 752-27-54,
e-mail: wrjeciz@praca.gov.pl, WWW: www.dwup.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Obrońców Helu 10
59-700 Bolesławiec
Tel. (075) 732-65-00, Fax (075) 732-65-00,
e-mail: wrhociz@praca.gov.pl, WWW: www.dwup.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
pl. Wolności 4
59-220 Legnica
Tel. (076) 862-36-14, Fax (076) 852-55-01,
e-mail: wrleciz@praca.gov.pl, WWW: www.dwup.pl

2. Województwo Kujawsko-Pomorskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Szpitalna 6
87-100 Toruń
Tel. (056) 621 01 67, Fax (056) 621 01 67,
e-mail: tocmi@praca.gov.pl, WWW: <http://www.wup.torun.pl/old/ciztor-gl.htm>

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Paderewskiego 26, parter pok. nr 2 i 5
85-075 Bydgoszcz
Tel. (052) 321 32 32 w. 285, 284, 289, Fax (052) 321 32 42,
e-mail: oddzial.bydgoszcz@wup.torun.pl, WWW: <http://www.bydgoszcz.wup.torun.pl/>

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Bulwary 5b
87-800 Włocławek
Tel. (0-54) 231-27-78, 411-21-10, Fax (0-54) 411-21-40,
e-mail: oddzial.wloclawek@wup.torun.pl, WWW: <http://www.wup.torun.pl/old/cizwl-gl.htm>

3. Województwo Lubelskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Okopowa 5
20-022 Lublin
Tel. (081) 532 40 20, Fax (081) 532 40 20,
e-mail: centrum@wup.lublin.pl,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Warszawska 14
21-500 Biała Podlaska
Tel. (083) 343 45 63, Fax (083) 343 45 63,
e-mail: luwubi@praca.gov.pl,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Plac Niepodległości 1
22-100 Chełm
Tel. (082) 563 17 52, Fax (082) 563 05 82,
e-mail: luchciz@praca.gov.pl,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Partyzantów 3
22-400 Zamość
Tel. (084) 638 22 48, Fax (084) 639 11 90,,
e-mail: luwuza@praca.gov.pl,

4. Województwo Lubuskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Wyspiańskiego 15
65-036 Zielona Góra
Tel. (068) 456 56 32,
e-mail: cizzg@praca.gov.pl, WWW: www.wup.zgora.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Ściegiennego 17
66-400 Gorzów Wlkp.
Tel. (095) 722 80 25, 724 04 84, Fax (095) 722 46 61,
e-mail: gowuciz@pop.up.gov.pl, WWW: www.wup.zgora.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Piłsudskiego 65, pokój 201
67-100 Nowa Sól
Tel. (068) 458 88 89, Fax (068) 458 88 88,
e-mail: zinociz@praca.gov.pl, WWW: www.wup.zgora.pl

5. Województwo Łódzkie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Wólczańska 49
90-608 Łódź
Tel. (042) 632-01-12, 633-49-09, Fax (042) 633-49-09 wew. 173,
e-mail: lowuciz@praca.gov.pl, WWW: www.wup.lodz.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Starowarszawska 4
97-300 Piotrków Tryb.
Tel. (044) 649 60 87, Fax (044) 647 74 01,
e-mail: cizpt@poczta.onet.pl, WWW: www.wup.lodz.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Wojska Polskiego 73
98-200 Sieradz
Tel. (043) 822 81 84, 822 81 86, Fax (043) 822 81 85,
e-mail: lowusi@praca.gov.pl, WWW: www.wup.lodz.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Jagiellońska 28
96-100 Skierniewice
Tel. (046) 833 39 74, 833 36 50, Fax (046) 833 28 08,
e-mail: lowusk@praca.gov.pl, WWW: www.wup.lodz.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Stanisławskiego 28
99-400 Łowicz
Tel. (046) 837-04-20 wew. 267, Fax (046) 837-03-73,
e-mail: ciz@pup.lowicz.pl, WWW: www.wup.lodz.pl

6. Województwo Małopolskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Plac na Stawach 1
30-107 Kraków
Tel. (012) 42 40 738,
e-mail: centrum@wup-krakow.pl, WWW: www.wup-krakow.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Węgierska 146
33-300 Nowy Sącz
Tel. (018) 442 94 90, Fax (018) 442 94 98,
e-mail: krwuno@praca.gov.pl, WWW: www.wup-krakow.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Al. Solidarności 5-9
33-100 Tarnów
Tel. (014) 626 99 40, Fax (014) 626 95 43,
e-mail: centrum@wup.tarnow.pl, WWW: www.wup-krakow.pl

7. Województwo Mazowieckie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Ciołka 10a, III piętro
01-410 Warszawa
Tel. (022) 532-22-08, Fax (022) 532-22-08,
e-mail: poradnictwo@wup.mazowsze.pl wawuciz@praca.gov.pl,
WWW: www.wup.mazowsze.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. 17-go Stycznia 7
06-400 Ciechanów
Tel. (023) 672 51 51, 672 48 45, 672 14 32 wew. 251, 263, 271, Fax (023) 672-51-51 w. 270,
e-mail: wawuci@praca.gov.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Poznańska 17
07-400 Ostrołęka
Tel. (029) 760 30 70, 760 40 15 wew. 118, Fax (029) 760 52 48,
e-mail: ciz_ostroleka@pf.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Chopina 56
09-402 Płock
Tel. (024) 264 03 75/76, Fax (029) 264 03 75/76,
e-mail: wawupl@praca.gov.pl, WWW: www.wup.mazowsze.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Mokra 2
26-600 Radom
Tel. (048) 384 06 29/30, Fax (048) 384 06 24,
e-mail: wawuradz@praca.gov.pl wawuraciz@praca.gov.pl,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Pułaskiego 19/21
08-110 Siedlce
Tel. (025) 644-61-22/23 w. 301, 315, 305, 316, Fax (025) 632-73-18, 644-61-22/23 w. 305,
e-mail: wawusi@praca.gov.pl,

8. Województwo Opolskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Głogowska 25 c
45-315 Opole
Tel. (077) 441 66 77, Fax (077) 441 67 02,
e-mail: opwuciz3@praca.gov.pl, WWW: www.wup.opole.pl/ciz

9. Województwo Podkarpackie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Lisa Kuli 20
35-025 Rzeszów
Tel. (017) 850 92 20, Fax (017) 850 92 20,
e-mail: centrum@wup-rzeszow.pl, WWW: www.wup-rzeszow.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Lewakowskiego 27 B
38-400 Krosno
Tel. (013) 436 38 11, 436 49 17, Fax (013) 436 34 26,
e-mail: rzwuks@praca.gov.pl,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Katedralna 5
37-700 Przemyśl
Tel. (016) 678 22 70 wew. 256, Fax (016) 678 22 70,
e-mail: rzwupr@praca.gov.pl,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Staszica 15b
37-450 Stalowa Wola
Tel. (015) 844 41 48, Fax (015) 843 27 45,
e-mail: ciz-stalowawola@wup-rzeszow,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Pl. Bartosza Głowackiego 34
39-400 Tarnobrzeg
Tel. (015) 822 21 72, 822 55 15, Fax (015) 822 21 72, 822 55 15,
e-mail: rzwuta@praca.gov.pl,

10. Województwo Podlaskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Św. Rocha 13/15
15-879 Białystok
Tel. (085) 746 02 68, 746 04 96, 744 22 29, Fax (085) 746 02 68, 746 04 96, 744 22 29,
e-mail: biwu@praca.gov.pl, WWW: <http://www.apraca.pl/biwu>

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Nowogrodzka 1
18-400 Łomża
Tel. (086) 216 23 46, 216 74 79, 216 77 77, Fax (086) 216 23 46, 216 74 79, 216 77 77,
e-mail: biwulo@praca.gov.pl,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Przytorowa 9B
16-400 Suwałki
Tel. (087) 566 66 01, 565 11 55, Fax (087) 566 66 01, 565 11 55,
e-mail: biwusu@praca.gov.pl, WWW: <http://www.apraca.pl/bisu>

11. Województwo Pomorskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Podwale Przedmiejskie 30
80-824 Gdańsk
Tel. (058) 326 18 19, Fax (058) 326 18 19,
e-mail: gdcmi@praca.gov.pl, WWW: www.wup.gdansk.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Jarocza 18 A
76-200 Słupsk
Tel. (059) 840 29 30, Fax (059) 840 29 30,
e-mail: gdwusl@praca.gov.pl

12. Województwo Śląskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Grabowa 1a
40-172 Katowice
Tel. (032) 352 80 13, Fax (032) 256 6069
e-mail: kacmi@pop.up.gov.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Rzeźnicza 12
41-200 Sosnowiec
Tel. (032) 266 37 93, Fax (032) 266 37 93,
e-mail: mzegarek@wup-katowice.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Piastowska 40
42-200 Bielsko-Biała
Tel. (034) 813 62 95, Fax (034) 812 06 71,
e-mail: kawubi@praca.gov.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Al. Niepodległości 10/22
42-200 Częstochowa
Tel. (034) 363 89 89, Fax (034) 363 89 89,
e-mail: kawucz@praca.gov.pl

13. Województwo Świętokrzyskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Paderewskiego 20
25-017 Kielce
Tel. (041) 343 13 10, Fax (041) 343 13 10,
e-mail: ciz@wup.kielce.pl

14. Województwo Warmińsko-Mazurskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Głowackiego 28
10-448 Olsztyn
Tel. (089) 527 51 07 wew. 267 268 277, Fax (089) 527 26 78,

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Odzieżowa 12
82-300 Elbląg
Tel. (055) 232 40 10, Fax (055) 232 40 10,

15. Województwo Wielkopolskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Koscielna 37
60-537 Poznań
Tel. (061) 846 38 06,
e-mail: powuciz@praca.gov.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Serbinowska 5
62-800 Kalisz
Tel. (062) 766 13 81 766 29 06, Fax (062) 766 29 06,
e-mail: powka@praca.gov.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Zakładowa 4
62-510 Konin
Tel. (063) 249 71 16 do 20, Fax (062) 249 12 56,
e-mail: powukodz@praca.gov.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Śniadeckich 5
64-100 Leszno
Tel. (065) 529 57 66 529 90 81, Fax (062) 529 57 66 529 90 81,
e-mail: powule@praca.gov.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Al. Niepodległości 24
64-920 Piła
Tel. (067) 212 30 84 212 77 94, Fax (067) 212 28 63,
e-mail: powupi@praca.gov.pl

16. Województwo Zachodniopomorskie

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Pl. Kilińskiego 3
71-414 Szczecin
Tel. (091) 423 44 52 423 44 53, Fax (091) 423 44 54,
e-mail: szwuciz@praca.gov.pl

Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
ul. Słowiańska 15a
75-846 Koszalin
Tel. (094) 346 25 37 346 25 36, Fax (094) 342 70 52,
e-mail: kswuciz@praca.gov.pl

Deklaracja przystąpienia do OSBK (wzór)



DEKLARACJA

Biuro Karier [*nazwa biura*]

znając zasady działania Ogólnopolskiej Sieci Biur Karier niniejszym deklaruje chęć przystąpienia do Sieci – partnerskiej struktury grupującej Biura Karier w Polsce.

Biuro spełnia standardy Ogólnopolskiej Sieci Biur Karier to jest:

- Prowadzimy doradztwo zawodowe (grupowe i indywidualne)
- Dostarczamy informacji o rynku pracy dla studentów i absolwentów uczelni
- Zbieramy i udostępniamy oferty pracy, staży i praktyk zawodowych
- Do prowadzenia działań zatrudniamy etatowych pracowników
- Dysponujemy stałym, wydzielonym lokalem

Zobowiązujemy się do:

- Promocji idei Biur Karier w środowisku akademickim i biznesowym
- Uczestniczenia przynajmniej raz w roku w spotkaniu Ogólnopolskiej Sieci Biur Karier
- Dostarczania materiałów do Biuletynu OSBK
- Wymiany informacji i współpracy z innymi biurami zrzeszonymi w Sieci

Będziemy w kontakcie z Członkiem Założycielem Sieci [*nazwa biura*]

Data

Podpis Kierownika Biura

Deklarację należy przesłać na adres:

*Biuro Karier i Promocji Politechniki Krakowskiej
ul. Warszawska 24
31-155 KRAKÓW*

Wykaz wybranych portali internetowych związanych z rynkiem pracy

- www.mgip.gpv.pl
- www.1praca.gov.pl
- www.praca.gov.pl
- www.praca.korba.pl
- www.jobpilot.pl
- www.absolwent.net
- www.jobs.pl
- www.pracuj.pl
- www.hrk.pl
- www.bestoferta.pl
- www.estudent.pl
- www.gazeta.pl/student
- www.gratka.pl/praca
- www.praca.onet.pl
- www.praca.wp.pl
- www.pelnomocnik.com.pl
- www.kariera.wprost.pl
- www.etu.pl
- www.pszk.org.pl
- www.e-praca.w.pl
- www.hotcourses.com
- www.hill.com.pl
- www.adecco.pl
- www.bank-ment.pl
- www.hric.pl
- www.antal.com
- www.catro.com.pl
- www.innovation.pl
- www.grafton.pl
- www.topjobs.pl
- www.jobnet.com.pl
- www.pherd.com.pl
- www.wakat.com.pl
- www.jobuniverse.pl
- www.telents.pl
- www.manpower.waw.pl
- www.personality.pl
- www.tempjobs.pl
- www.mercuriurval.com
- www.psolutions.pl
- www.tempservice.pl
- www.adecco.pl
- www.allbecon.pl
- www.connexio.pl
- www.grafton.pl
- www.job-netcom.pl
- www.peple.com.pl
- www.psolutions.pl
- www.tempjobs.waw.pl
- www.temopservice.pl

Wzór listu: „Nawiązanie kontaktu”

*Akademickie Biuro Karier
Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu
Al. Niepodległości 191, 00-465 Warszawa
Tel. (22) 345-34-54, fax (22) 567-89-90*

Warszawa, dn. 23.09.2003 r.

ABEKS Sp. z o.o.
ul. Poznańska 46
00-234 Warszawa

Szanowni Państwo,

Chcielibyśmy nawiązać kontakt z Państwa firmą jako potencjalnym pracodawcą dla studentów i absolwentów naszej uczelni.

O Państwa firmie dowiedzieliśmy się z artykułu zamieszczonego w listopadowym miesięczniku *BusinessmanMagazin*. Artykuł traktuje o najlepszych pracodawcach w Polsce.

Ze względu na rodzaj prowadzonej przez Państwa działalności jako producenta odzieży młodzieżowej moglibyśmy zaproponować promocję Państwa produktów wśród studentów naszej uczelni.

W zamian oczekivalibyśmy możliwości odbywania praktyk zawodowych w Państwa firmie przez naszych studentów. Jeśli jesteście Państwo zainteresowani naszą ofertą oraz szczegółowymi informacjami na jej temat, prosimy o kontakt.

Z poważaniem

.....
*Adam Kowalski
Dyrektor ABK*

Zał. Informator Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu

Wzór listu ofertowego

*Akademickie Biuro Karier
Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu
Al. Niepodległości 191, 00-465 Warszawa
Tel. (22) 345-34-54, fax (22) 567-89-90*

Warszawa, dn. 23.09.2003 r.

Szanowna Pani
Żaneta Słowik
Dyrektor ds. kadr
Polsko-Ukraińska Izba Gospodarcza
Oferta współpracy: praktyki studenckie

Szanowna Pani,

Polsko-Ukraińska Izba Gospodarcza została polecona nam przez Sekretarza Generalnego Krajowej Izby Gospodarczej, jako zainteresowana pozyskaniem studentów kierunków ekonomicznych na praktyki zawodowe.

Jesteśmy organizacją działającą jako Akademickie Biuro Karier w ramach struktury Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu w Warszawie. Naszym celem jest pomoc studentom i absolwentom w poszukiwaniu praktyk zawodowych.

W związku z tym oferujemy Państwu usługi naszego biura jako pośrednika między studentami WSZiM, a PUIG. Ze swojej strony proponujemy zorganizowanie pilotażowego dnia otwartego „Praktyki zawodowe”, podczas którego będziecie Państwo mogli odbyć bezpośrednio na uczelni rozmowy z potencjalnymi praktykantami. Ze swojej strony zagwarantujemy miejsce, w którym pracownicy Izby będą mogli odbyć rozmowy kwalifikacyjne z naszymi studentami.

Proponujemy spotkanie w celu ustalenia szczegółów projektu. W załączeniu do pisma przedstawiamy Państwu folder naszej uczelni. Ze strony naszego biura osobą odpowiedzialną za kontakt z pracodawcami jest Pani Dominika Grzyb.

Serdeczne pozdrowienia

.....
Mateusz Matuszak
Dyrektor ABK

Ankieta Akademickiego Biura Karier (wzór)

Ankieta Akademickiego Biura Karier

Niniejsza ankieta ma charakter poufny

1. DANE PERSONALNE		
Nazwisko:		
Imiona:		
Data urodzenia:		
Stan cywilny:		
Adres zamieszkania:		
Adres kontaktowy:		
Telefony:		
E-mail:		
2. WYKSZTAŁCENIE		
Szkoła średnia		
Nazwa szkoły:		
Profil klasy:		
Rok rozpoczęcia:		
Rok zakończenia:		
Inne informacje:		
Szkoła pomaturalna		
Nazwa szkoły:		
Profil klasy:		
Rok rozpoczęcia:		
Rok zakończenia:		
Inne informacje:		
Szkoła wyższa		
Nazwa uczelni:		
Wydział:		
Kierunek studiów:		
Rok rozpoczęcia:		
Aktualny rok studiów (ew. rok ukończenia):		
Inne informacje:		
3. KWALIFIKACJE ZAWODOWE		
Doświadczenie zawodowe oraz staże, prace wakacyjne i praktyki letnie		
Lata:	Pracodawca:	Stanowisko:

Ukończone kursy, szkolenia potwierdzone dokumentem:	
1	
2	
3	
4. ZNAJOMOŚĆ OPROGRAMOWANIA KOMPUTEROWEGO	
Program:	Poziom znajomości:
5. ZNAJOMOŚĆ JĘZYKÓW OBCYCH	
Język obcy:	Poziom znajomości:
6. INFORMACJE DODATKOWE	
Czy masz prawo jazdy?	
Czy masz samochód?	
Wszelkie informacje, które nie znalazły się w ankiecie, a które uważasz za potrzebne (np. stosunek do służby wojskowej)	
7. ZAINTERESOWANIA	
Zainteresowania, działalność społeczna, sportowa;	
1	
2	
3	
4	
8. DYSPOZYCYJNOŚĆ	
Od kiedy możesz podjąć pracę?	
Na jaki wymiar etatu chciałbyś podjąć pracę?	
9. PREFEROWANY RODZAJ PRACY	
Chciał(a)byś podjąć pracę w dziedzinie – wymień jej nazwę lub zawód (np. handel, księgowość, promocje, przedstawiciel handlowy)	
Wyrażam zgodę na udostępnianie potencjalnym pracodawcom zainteresowanym moim zatrudnieniem danych zawartych w niniejszej ankiecie. Podane przeze mnie dane są zgodne z prawdą.	
Po wysłaniu ankiety dostaniesz potwierdzenie e-mailem. Aby dane z ankiety zostały umieszczone w naszej bazie danych, musisz odesłać nam potwierdzenie (nie dokonując w nim zmian).	