

Zasady komunikacji wewnętrznej UEP



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W POZNANIU

Jedną z podstaw sprawnego funkcjonowania każdej instytucji jest odpowiednia i efektywna komunikacja. Powinna ona opierać się na zasadach, które są znane i stosowane przez całą społeczność Uczelni.





ZASADY KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ UEP

W komunikacji należy pamiętać, że Uczelnia jest wolna od poglądów politycznych, religijnych, szanuje ludzi, wartości i różnorodność.

Sprawna komunikacja pozwala na:

- szybsze i bardziej skuteczne realizowanie celów Uczelni,
- unikanie niedomówień i nieporozumień,
- lepsze podejmowanie decyzji,
- budowanie świadomości dotyczącej bieżącego funkcjonowania Uczelni wśród wszystkich pracowników.

W ramach procesu komunikacji wewnętrznej w Uczelni realizowane są następujące cele:

- przekazywanie aktualnych informacji,
- jednoczenie społeczności Uczelni wokół jej misji, wartości i strategii
- motywowanie do działania na rzecz UEP,
- tworzenie pozytywnej atmosfery,
- budowanie pozytywnego wizerunku Uczelni,
- przygotowywanie społeczności UEP do wprowadzanych/planowanych zmian.

Komunikacja wewnętrzna odbywa się pomiędzy różnymi uczestnikami:

- władze – pracownicy,
- pracownicy – władze,
- władze – studenci i doktoranci,
- studenci i doktoranci – władze,
- pracownicy – pracownicy,
- pracownicy – studenci i doktoranci.

Proponowane zasady komunikacji wiążą się czasami ze zmianą nawyków, ale nawet mała zmiana w tym zakresie może doprowadzić do dużych zmian z perspektywy całej organizacji.

Sposób, w jaki realizowana jest komunikacja wewnętrzna powinien budować pozytywny wizerunek Uczelni. Zasady komunikacji powinny być zgodne z wartościami i przyczyniać się do realizacji misji **Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu**, która brzmi:

W poczuciu społecznej odpowiedzialności prowadzimy innowacyjne badania oraz kształcimy liderki i liderów przyszłości.

Realizując misję, opieramy się na następujących WARTOŚCIACH, czyli zasadach, które są dla nas ważne każdego dnia:

- jesteśmy **OTWARCI** na drugiego człowieka i zmieniający się świat,
- jesteśmy **ODPOWIEDZIALNI** za jakość edukacji i badań naukowych oraz naszego otoczenia,
- jesteśmy **ODWAŻNI** w myśleniu i **ROZSĄDNI** w działaniu,
- jesteśmy **KOMPETENTNI** oraz **WIARYGODNI** jako partner biznesu, administracji publicznej i organizacji pozarządowych.

Wyznając te wartości podejmujemy na Uczelni szerokie konsultacje przy podejmowaniu ważnych uchwał i istotnych dla funkcjonowania Uczelni decyzji.

Komunikując się z drugim człowiekiem unikajmy treści o charakterze propagującym nienawiść, w szczególności o charakterze rasistowskim, homofobicznym, seksistowskim, obrażających inne wyznania, przekonania lub nacje. Niedozwolone jest dyskryminowanie ze względu na rasę, płeć, orientację seksualną, choroby czy pochodzenie oraz treści naruszające dobra osobiste, uznawane jako obelżywe, zawierające wulgaryzmy, groźby i zwroty przekraczające kanony konstruktywnej krytyki, w tym o charakterze przemocy słownej, krzywdzącego stereotypu i nękania, wzywające do wykluczenia i prześladowania.

01. Komunikacja rektora i kanclerza z pracownikami – zarządzenia i komunikaty

Zarządzenia i komunikaty rektora oraz kanclerza są wysyłane za pomocą e-maila do pracowników, publikowane na stronie internetowej UEP. Treść zarządzeń i komunikatów jest przygotowana w możliwie prosty sposób. W przypadku najważniejszych zarządzeń i komunikatów od rektora i kanclerza wysyłany jest e-mail do pracowników, który podsumowuje najważniejsze informacje zawarte w dokumencie.

Szybkie odnalezienie konkretnego zarządzenia i komunikatu zapewnia wyszukiwarka aktów prawnych UEP: <https://app.ue.poznan.pl/wan/>

Raz na miesiąc rektor wysyła do pracowników i pracownic maila z informacją o kluczowych wydarzeniach, działaniach i projektach oraz ich postępach, które mają miejsce w Uczelni.

W najważniejszych dla funkcjonowania Uczelni sprawach podejmowana jest szeroka konsultacja społeczna w trybie ogólnouczelnianych spotkań z całą społecznością Uczelni.

02. Komunikacja pracowników z przełożonymi

Pracownik w komunikacji ze swoimi przełożonymi przestrzega zasady kierowania spraw na możliwie najniższy szczebel organizacji. Wszelkie sprawy do załatwienia powinny być najpierw kierowane zawsze do bezpośredniego przełożonego. Większość spraw może być załatwiona właśnie w ten sposób.

W zależności od rodzaju sprawy należy wybrać odpowiedni kanał komunikacji, pamiętając, że mail jest zazwyczaj najlepszy do zainicjowania sprawy, a jej pełne omówienie najbardziej efektywne będzie podczas bezpośredniego spotkania (także on-line), w którym znacznie ułatwiona jest bieżąca komunikacja dwukierunkowa, a także w którym dużą rolę odgrywa komunikacja niewerbalna.

Bezpośrednie spotkania w tematach strategicznych powinny być podporządkowane załatwieniu sprawy w jak najkrótszym czasie. W celu jak najbardziej efektywnego wykorzystania czasu spotkania należy się dobrze do niego przygotować i opracować scenariusz rozmowy.

W przypadku formy mailowej należy przede wszystkim kierować wiadomości na skrzynki funkcyjne, jeśli adresat taką posiada, nie na skrzynki imienne. Treść maila powinna być bardzo konkretna.

03. Komunikacja mailowa

Podstawowym narzędziem komunikacji na UEP jest e-mail. Jest to forma najbardziej efektywna w przekazywaniu krótkich informacji dotyczących jakiegoś problemu czy zaistniałej sytuacji, a także ustaleń przyjętych w trakcie spotkań. Wiele tematów zainicjowanych kontaktem e-mailowym można doprecyzować w trakcie rozmowy telefonicznej czy osobistego spotkania. Wiadomości e-mail powinny być maksymalnie krótkie i operacyjne. Jeśli zachodzi konieczność podsumowania dyskusji lider zadania/projektu lub jego inicjator wysyła maila podsumowującego komunikację.

Jeśli nie ma możliwości osobistego spotkania w celu załatwienia sprawy, należy skorzystać z możliwości telekonferencji za pomocą platformy ZOOM czy MS Teams. Taka potrzeba może mieć miejsce szczególnie przy większej liczbie uczestników spotkania i braku możliwości spotkania się wszystkich w jednym dogodnym miejscu i czasie.

Przy wysyłaniu maila należy przemyśleć listę jego adresatów, a przy odpisywaniu na maile należy się zastanowić, czy uzasadnione jest zawsze odpisywanie wszystkim, którzy byli uwzględnieni we wcześniejszej korespondencji.

Zasady pisania maili:

1. Zanim zaczniesz pisać dokładnie sprecyzuj cel, jaki chcesz osiągnąć.
2. Używaj pola do wpisania tematu – właściwie określony temat pozwala łatwiej odnaleźć potrzebne informacje.
3. Pisz zwięźle i na temat, nie dodawaj wątków pobocznych.
4. Stosuj zasadę „Co – kto – kiedy?”, a więc pamiętaj, co jest przedmiotem / celem maila, kto jest odpowiedzialny za wykonanie zadania oraz na kiedy ma być ono wykonane; zaczynaj od najważniejszych informacji, w miarę potrzeb dodając więcej szczegółów.
5. Pilnuj logiki wyводу, wzmacniaj ją wizualnie (bloki tekstu, wypunktowania, podkreślanie kluczowych informacji).
6. Używaj linków do bardziej szczegółowych treści zewnętrznych – nie kopiuj treści.
7. Wyraźnie wskaż, że oczekujesz odpowiedzi we wskazanym terminie, jeśli tak jest.
8. Jeśli to możliwe wybierz taki czas wysyłki, aby najlepiej wykorzystać uwagę odbiorców.
9. Dodaj wzmocnienie w postaci wsparcia przełożonego (pole DW) tylko wtedy, gdy jest to naprawdę niezbędne.
10. Nie wysyłaj zbyt wielu załączników.
11. Maile służbowe wysyłaj ze skrzynki służbowej i na skrzynki służbowe, czyli w ramach domeny ue.poznan.pl.
12. Pisz tylko do osób zainteresowanych tematem. Dobrze przemyśl, kto powinien otrzymać maila do wiadomości.

Jeśli w danym działaniu lub realizowanym projekcie jest określony lider lub liderka, należy kontaktować się bezpośrednio z nim. Nie ma wtedy konieczności kontaktu z kierownikiem danej osoby.

Do godzin wysyłania maili należy podchodzić elastycznie, uwzględniając specyfikę pracy w poszczególnych jednostkach i na poszczególnych stanowiskach. Nie należy oczekiwać odpowiedzi na maile w godzinach popołudniowych, czy w dniach wolnych od pracy. Dobrą praktyką jest zamieszczenie na końcu maila adnotacji, że prosi się o odpowiedź w dogodnym dla adresata momencie. **Nie zawsze konieczne jest wysyłanie odpowiedzi na każdy mail.**

04. Spotkania cykliczne

W celu usprawnienia komunikacji, zwłaszcza w kwestiach bieżących, najlepsza jest organizacja cyklicznych spotkań w zespołach. W Uczelni odbywają się m.in. posiedzenia Rady Uczelni, Senatu, Kolegium Rektorskiego, Rady Awansów Naukowych, Rady Programowej, zebrania instytutów, katedr czy różnych zespołów pracujących nad danym projektem.

Spotkania powinny mieć zwięzły charakter, a przede wszystkim z góry określony czas trwania (z uwzględnieniem czasu na prezentację problemu, dyskusję i uzgodnienia). Powinny prowadzić do postępów w danym działaniu i kończyć się konkretnymi ustaleniami.

05. Język używany w komunikacji

- Styl języka, którego używamy w komunikacji wewnętrznej w Uczelni powinien być dostosowany do osoby, do której piszemy. Należy używać przyjętych w Uczelni zwrotów grzecznościowych, odpowiednio do okazji dobierając zwrot w odniesieniu do pełnionej funkcji czy stopnia i tytułu naukowego.
- Stosowanie zwrotów grzecznościowych i niezbędnego w pewnych sytuacjach oficjalnego tonu nie wyklucza stosowania języka, który jest przyjazny i nowoczesny. Warto ograniczyć sformułowania, które kojarzą się z dawnymi czasami, jak np.: „notatka służbowa” – zamiast tego można napisać „podsumowanie spotkania”; „służby pracownicze” – zamiast tego można napisać „pracownice i pracownicy”; „zostanie wdrożone” – zamiast tego można napisać „wdrożymy” itd.
- W korespondencji pisemnej i mailowej należy zadbać o bardziej formalny ton, należy ograniczać zwroty wskazujące na emocje i skupić się na faktach.

06. Wzory dokumentów

Nadrzędnym dokumentem w obszarze logo oraz elementów graficznych, umieszczanych na przygotowywanych dokumentach, obowiązującym wszystkich pracowników UEP jest System Identyfikacji Wizualnej. System identyfikacji wizualnej UEP bazuje na spójnym zestawie elementów, zaprojektowanym tak, by każdy z użytkowników mógł dostosować go do własnych potrzeb. Wykorzystane elementy (znak, zdjęcia) występują zawsze w określonej konfiguracji. Posługiwanie się tym ułatwiają gotowe formatki dokumentów. Wszelkie kolejne formatki przygotowywane do stosowania powinny być zatwierdzane przez Dział Marketingu.

07. Aktualności i kalendarium na stronie WWW

Aktualności służą przede wszystkim do publikacji informacji o osiągnięciach Uczelni (np.: akredytacje, certyfikaty, miejsce rankingowe Uczelni), studentów i studentek oraz pracowników i pracownic (np.: uzyskanie tytułu naukowego profesora, nagrody w konkursach, uzyskanie w konkursach dofinansowania do projektów, publikacje naukowe), a także do przekazywania informacji istotnych z perspektywy funkcjonowania i rozwoju Uczelni (uchwalenie strategii, wybory władz Uczelni, uzyskanie akredytacji, rozpoczęcie rekrutacji, inauguracja roku akademickiego). W ramach aktualności publikowane są także nekrologii, oficjalne stanowiska władz uczelni lub innych gremiów (KRASP, KRUE, KRMP, PAN). Aktualności odgrywają nie tylko rolę informacyjną, ale też wizerunkową. Aktualności są przygotowywane i opracowywane przez Dział Marketingu i przed publikacją uzyskują akceptację Biura Rektora.

Kalendarium wydarzeń obejmuje zapowiedzi wydarzeń, konferencji, wykładów gościnnych czy uroczystości odbywających się w Uczelni. Stosowną informację z prośbą o umieszczenie wydarzenia w kalendarium pracownicy przesyłają do Działu Marketingu.

08. Komunikacja okolicznościowa

1. Osiągnięcia naukowe pracowników

Osiągnięcia naukowe w aktualnościach na stronie głównej są publikowane według wytycznych ustalonych przez prorektora właściwego ds. nauki. Publikowane są osiągnięcia w postaci wysoko punktowanych publikacji naukowych oraz projektów naukowo-badawczych.

2. Przyjęcie nowego pracownika

Każdy nowo zatrudniony pracownik otrzymuje pakiet gadżetów okolicznościowych UEP wraz z „Podręcznikiem nowego pracownika”. Każdy nowy pracownik zostaje przedstawiony zespołowi przez kierownika działu, w którym będzie pracował, oraz oprowadzony przez niego po Uczelni.

3. Pożegnanie pracownika odchodzącego na emeryturę

Każdy pracownik, który odchodzi na emeryturę zostaje odpowiednio pożegnany przez swojego przełożonego. Odbywa się to podczas osobistego spotkania. Kierownicy żegnani są przez rektora, prorektora lub kanclerza – kierowników pionów, obejmujących jednostki, w których pracowali bezpośrednio przed przejściem na emeryturę. Pracownicy administracji i obsługi żegnani są przez kierownika działu. Nauczyciele akademicy żegnani są przez rektora i dyrektora instytutu. Pracownik lub pracownica odchodzący na emeryturę otrzymuje pakiet gadżetów okolicznościowych UEP.

09. Komunikacja z rzecznikiem prasowym

- Rzecznik prasowy reprezentuje Uczelnię w kontaktach z mediami oraz przekazuje informacje na zewnątrz Uczelni. Prezentuje stanowisko UEP. Jest jedyną osobą, poza władzami rektorskimi oraz kancelarią, która może zabierać głos w imieniu UEP. Rzecznik prasowy jest w stałym kontakcie z władzami Uczelni.
- Rzecznik prasowy w zależności od potrzeb zwraca się do pracowników UEP z prośbą o materiały, które ułatwią mu przygotowanie przekazu dla mediów. Z racji specyfiki funkcjonowania mediów i dużego tempa przekazywania przez nie informacji swoim odbiorcom, potrzebę informacyjną rzecznika, z którą zwraca się do pracowników należy zrealizować natychmiast. Brak natychmiastowej reakcji może skutkować opublikowaniem przez media niepełnej czy nieprawdziwej informacji o negatywnym wpływie na wizerunek Uczelni.
- W uzasadnionych przypadkach Rektor może upoważnić inną osobę do reprezentowania UEP w kontakcie z mediami.
- Nauczyciele akademicy mogą wypowiadać się w mediach w zakresie swoich kompetencji wynikających z działalności naukowo-badawczej i dydaktycznej, afiliując wypowiedzi do UEP. Nie mogą jednak przekazywać stanowiska Uczelni w sprawach bieżących dotyczących jej funkcjonowania.



10. Komunikacja poprzez media społecznościowe

- W Uczelni wykorzystuje się następujące media społecznościowe: Facebook, Twitter, Instagram oraz LinkedIn. Każde z mediów społecznościowych ma swoją specyfikę.
- W mediach społecznościowych obowiązują regulaminy i zasady społeczności – odpowiednio: Facebooka, Twittera, Instagrama i LinkedIn publikowane w tych serwisach. Określają one szczegółowo zasady postępowania użytkownika tych mediów.
- Na profilach w mediach społecznościowych publikowane są wyłącznie informacje dotyczące funkcjonowania i działalności Uczelni.
- Na profilach w mediach społecznościowych nie są zamieszczane ogłoszenia o pracę (poza profilem FB Biura Karier i LinkedIn).
- Na profilach we wszystkich mediach społecznościowych nie zamieszcza się wpisów o charakterze komercyjnym, reklamowym lub promocyjnym, tzw. spamu, a także mających na celu wyłudzenie pieniędzy lub mienia oraz wpisów mogących wyrządzić szkodę osobom prywatnym lub firmom. Wyjątkiem jest promocja studiów z oferty UEP.
- Nie wolno namawiać do czynów zabronionych przez prawo, udostępniania lub oferowania danych osobowych lub innych informacji poufnych bądź też służących pozyskaniu takich danych lub informacji, czego skutkiem mogłyby być szkody fizyczne lub finansowe. Zaliczają się do tego informacje finansowe, mieszkaniowe, medyczne oraz informacje poufne pozyskane z nielegalnych źródeł.
- Zabroniona jest wszelka aktywność niezgodna z obowiązującymi przepisami, naruszająca prawa osób trzecich, w tym prawa autorskie i związane z własnością intelektualną. Nie wolno kopiować zdjęć i treści.
- Z każdego profilu mogą korzystać wszyscy zainteresowani użytkownicy sieci dlatego nie zamieszczajmy wpisów, które mogą być powszechnie odbierane jako obraźliwe czy też naruszające normy dobrego wychowania, w tym w szczególności treści erotyczne, pornograficzne, drastyczne, wulgarne, itp.
- Zalecane jest podejmowanie rozważnych decyzji dotyczących upublicznianych treści w mediach społecznościowych w trosce zarówno o dobro własne i osób najbliższych (np. ochrona danych osobowych), jak również wszystkich użytkowników profilu (np. ochrona przed treściami nieodpowiednimi dla użytkowników niepełnoletnich).
- Niedozwolone jest trollowanie, hejtowanie i spamowanie, gdyż tego rodzaju wpisy mogą utrudniać korzystanie z profilu innym użytkownikom i zaburzyć bieżącą komunikację.
- Dozwolone jest natomiast zamieszczanie wszelkich uwag do postów, także tych krytycznych. Zabronione jest jednak rozpowszechnianie pomówień, oszczerstw i kłamstw, w szczególności na temat działalności pracowników UEP oraz uczestników wydarzeń organizowanych w UEP i innych użytkowników profilu.
- Wpisy dotyczące konkretnego wydarzenia zamieszczane są w mediach społecznościowych jednokrotnie dla uniknięcia powtarzalności. Zakłada się, że pomiędzy poszczególnymi wpisami na profilach Facebook i Instagram powinno minąć minimum 2 h.
- Na Twitterze pojawiają się wyłącznie komentarze eksperckie i fragmenty artykułów autorstwa pracowników naukowych UEP. Na Twitterze posty informujące o konkretnym wydarzeniu organizowanym w Uczelni, posty o charakterze naukowym, edukacyjnym, sportowym lub kulturalnym i społecznym zamieszczane są w formie tzw. wydarzeń oraz relacji. Dotyczą one wyłącznie wydarzeń organizowanych lub współorganizowanych przez UEP.
- Na Instagramie zamieszczane są głównie zdjęcia, grafiki, kierowane do studentów, doktorantów i kandydatów na studia. Przekaz ma charakter raczej rozrywkowy w przeciwieństwie do serwisów LinkedIn czy Twitter.

- Na LinkedIn zamieszczane są artykuły pracowników naukowych UEP, osiągnięcia studentów i doktorantów, informacje o innowacyjnych metodach pracy ze studentami, innowacyjnych badaniach oraz strategiczne informacje na temat Uczelni.
- Osoby publikujące na profilach jednostek Uczelni wypowiadają się tam jako pracownicy Uczelni. Profil nie może być miejscem prezentacji własnych poglądów, niezwiązanych z działalnością Uczelni, lub jej jednostki. Należy pamiętać by swoimi komentarzami i wpisami nie szkodzić pracodawcy czyli Uniwersytetowi Ekonomicznemu w Poznaniu.
- Pamiętaj, że będąc pracownikiem UEP i posiadając liczne kontakty w mediach społecznościowych, Twój profil prywatny w przypadku publikowania informacji bezpośrednio lub pośrednio związanych z UEP, staje się miejscem publicznym, a treści tam zawarte mogą silnie wpływać na wizerunek Uczelni.

Przestrzegajmy wspólnie zasad komunikacji wewnętrznej
w UEP i wspólnie dbajmy o dobry wizerunek Uczelni!
