

## SPIS TREŚCI:

1. Wstęp
2. Wartości
3. Ogólne zasady obecności marki oraz jej przedstawicieli (pracownicy i studenci) w mediach społecznościowych
4. Oficjalne kanały uczelni
5. Zasady i dobre praktyki: pracownicy
  - 5.1. Warunki ogólne
  - 5.2. Zakładanie nowego kanału
  - 5.3. Zgłaszanie nieprawidłowości
  - 5.4. Pomoc i sytuacje kryzysowe
6. Zasady i dobre praktyki: studenci
  - 6.1. Warunki ogólne
  - 6.2. Zakładanie nowego kanału
  - 6.3. Zgłaszanie nieprawidłowości
  - 6.4. Pomoc i sytuacje kryzysowe

*Media społecznościowe stały się nieodłącznym elementem współczesnej codzienności. Dają nam możliwość wymiany poglądów, szybki dostęp do informacji oraz umożliwiają kontakt z milionami ludzi na całym świecie w dowolnym momencie; te przywileje nie przychodzą jednak bez pewnych ograniczeń i niebezpieczeństw, na które uczulamy.*

*Uniwersytet SWPS obecny jest w sieci poprzez oficjalne blogi, profile, strony, grupy i fora, które prowadzi pod własną marką. We wszystkich prowadzonych przez Uniwersytet SWPS mediach w sieci obowiązują zasady, do których przestrzegania zobligowany jest każdy, kto do naszej społeczności dołącza lub jest w niej aktywny. Zasady te mają na celu zachowanie porządku i kultury dyskusji oraz poszanowanie praw wszystkich członków naszej społeczności.*

*Niniejszy dokument jest zbiorem zaleceń i wymogów, mających na celu wsparcie pracowników, studentów, wolontariuszy, podmioty stowarzyszone i konsultantów współpracujących z Uniwersytetem SWPS (np. agencji kreatywnych) w podejmowaniu właściwych decyzji podczas zarządzania i / lub rozwijania inicjatyw społecznościowych w imieniu uczelni. Ponadto, zawarte w nim porady i wskazówki powinny zostać potraktowane jako zbiór dobrych praktyk, dotyczących tego w jaki sposób zrównoważyć afiliację uczelnianą oraz treści prywatne w przypadku tych przedstawicieli Uniwersytetu, którzy decydują się na upublicznienie powiązań instytucjonalnych na swoich osobistych profilach w mediach społecznościowych.*

*Poniższy dokument jest uzupełnieniem polityki uniwersyteckiej ([https://www.swps.pl/images/2015/dokumenty/STATUT\\_SWPS\\_UNIWERSYTETU\\_HUMANI\\_STYCZNSPOIECZNEGO\\_zmiana\\_09.2019.pdf](https://www.swps.pl/images/2015/dokumenty/STATUT_SWPS_UNIWERSYTETU_HUMANI_STYCZNSPOIECZNEGO_zmiana_09.2019.pdf)). Co więcej, ma on na celu określenie ogólnych zagadnień i warunków obecności marki oraz jej przedstawicieli w mediach społecznościowych; nie zawiera jednak szczegółowych wskazówek dotyczących planowania i tworzenia treści, ich analizy lub innych zagadnień związanych z efektywnym prowadzeniem inicjatyw w mediach społecznościowych. Aby uzyskać porady na te tematy, zachęcamy do kontaktu pod: [social@swps.edu.pl](mailto:social@swps.edu.pl).*

Pozdrawiamy,  
Dział Marketingu Uniwersytetu SWPS

# STRATEGIA MY, UNIWERSYTET 2017-2022



## WIZJA

Poznajemy  
i zmieniamy świat



## MISJA

Badaniami i edukacją w inspirującym  
środowisku wspieramy ludzi  
w spełnianiu marzeń oraz osiągnięciu  
celów indywidualnych i wspólnotowych



## WARTOŚCI

Otwartość  
Odwaga  
Odpowiedzialność



## POSTAWY

Duma z udziału  
we wspólnocie

Wierność wartościom  
Uniwersytetu SWPS

Intelektualna  
dociekliwość i zmysł  
krytyczny

Twórcza pasja  
i szczerze  
zaangażowanie

## CELE

### Edukacja

Wsparcie studentów w rozwoju i spełnianiu marzeń.

### Nauka

Aktywny udział w międzynarodowej wymianie idei.  
Lider badań w naukach humanistycznych i społecznych.

### Relacje

Zmiana społeczna płynąca z użytecznych badań oraz wysokich kompetencji osobistych,  
zawodowych i wspólnotowych.

Wymiana idei, wiedzy i dobrych praktyk z biznesem, sferą publiczną oraz absolwentami.

# SWPS UNIWERSYTET HUMANISTYCZNOSPÓŁECZNY



## WIZJA

Poznajemy  
i zmieniamy świat

Wiedzę o człowieku popartą rzetelnymi badaniami traktujemy jako element rozwoju indywidualnego i społecznego. W centrum naszych zainteresowań badawczych jest człowiek, a nasze działania koncentrują się na poznaniu jego potrzeb i zrozumieniu mechanizmów funkcjonowania – jako jednostki, jak również członka grupy społecznej. Nauki, które uprawiamy, inicjują rozwój społeczny poprawiający jakość życia ludzi.



## MISJA

Badaniami i edukacją  
w inspirującym środowisku  
wspieramy ludzi w spełnianiu marzeń  
oraz osiągnięciu celów indywidualnych  
i wspólnotowych

Zbiór klasycznych wartości uniwersyteckich – Piękno, Dobro, Mądrość i Prawdę – wzbogacamy o te, które są odpowiedzią na wyzwania współczesności:

- **Otwartość**, która wyraża się w gotowości do poszukiwania nowych rozwiązań, w twórczym działaniu i współpracy, przyjmowaniu argumentów opartych na racjonalnych przesłankach oraz w tolerancji dla odmiennych przekonań i poglądów;
- **Odwaga**, prowadząca do pokonywania własnych i zewnętrznych ograniczeń, która przejawia się w traktowaniu trudnych problemów jako wyzwań, a nie zagrożeń, oraz w gotowości do angażowania się w pozytywne działania;
- **Odpowiedzialność**, która nakazuje przyjmować w działaniu i myśleniu postawę zaangażowania, perspektywę nie tylko własną oraz uwzględniać konsekwencje swoich działań, również te odległe w czasie.



## WARTOŚCI

Otwartość  
Odwaga  
Odpowiedzialność

## Umacniamy w naszych studentach, absolwentach i pracownikach poniższe postawy:



## POSTAWY

1. Duma z udziału we wspólnocie.
2. Wierność wartościom Uniwersytetu SWPS.
3. Intelktualna dociekliwość i zmysł krytyczny.
4. Twórcza pasja i szczerze zaangażowanie.

## CELE STRATEGICZNE I OPERACYJNE

Misja naszego uniwersytetu spełniana jest w czterech obszarach, które rozwijamy w zrównoważony sposób, by łączyć badania z edukacją, aktywnie uczestniczyć w zmianie społecznej i realnie wpływać na jakość życia.

### EDUKACJA

Skupienie na talentach, potrzebach, marzeniach i aspiracjach studentów. Realizacja nowoczesnego modelu kształcenia, w którym wybitni naukowcy gwarantują solidne fundamenty, a eksperci pokazują praktyczne zastosowanie wiedzy. Pielęgnowanie ciekawości studentów oraz wspieranie ich zaangażowania w życie społeczne.

#### 1. Tworzenie ambitnej, interdyscyplinarnej oraz spersonalizowanej oferty edukacyjnej.

- a. Doskonalenie jakości kształcenia na **istniejących kierunkach studiów**.
- b. Tworzenie **nowej oferty** edukacyjnej odpowiadającej na potrzeby rynku pracy i uwzględniającej kierunki jego rozwoju.
- c. Rozwijanie oferty umożliwiającej realizację potrzeby edukacji przez całe życie (**lifelong & lifewide learning**).
- d. Dostosowanie ścieżek kształcenia do indywidualnych potrzeb i możliwości studenta (**personalizacja studiów**).

#### 2. Wspieranie studentów w procesie edukacji, rozwoju osobistym, zawodowym i społecznym oraz pielęgnowanie ich talentów i pasji.

- a. **Integrowanie wiedzy i praktyki** poprzez promowanie w programach studiów praktyki opartej na dowodach naukowych (*evidence-based approach*) i edukacji wykorzystującej doświadczenia praktyków.
- b. **Zwiększanie kompetencji studentów** poprzez ich udział w projektach badawczych, społecznych i edukacyjnych realizowanych na uczelni.
- c. Wspieranie studentów i absolwentów w **wejściu na rynek pracy**.
- d. Stworzenie przyjaznych warunków sprzyjających studiowaniu, nauce, rozwojowi i integracji (**przyjazny ekosystem uczelni**).
- e. **Pobudzanie aktywności studentów** oraz stworzenie im dogodnych warunków do rozwoju talentów, realizacji swoich pasji i angażowania się w sprawy społeczne.

#### 3. Umiędzynarodowienie pozwalające studentom na zdobywanie wiedzy i doświadczenia w wielokulturowym środowisku.

- a. Nawiązanie **strategicznej współpracy partnerskiej z kluczowymi zagranicznymi ośrodkami uniwersyteckimi** w celu zwiększenia atrakcyjności programów studiów, umożliwienia wymiany studentów oraz wzajemnej uznawalności zajęć i dyplomów.
- b. Rozwój oferty studiów **w języku angielskim**.
- c. Zapewnienie studentom zagranicznym **integracji międzykulturowej oraz wsparcia** w codziennym funkcjonowaniu w Polsce.
- d. Przygotowanie studentów do **kariery w wymagającym międzynarodowym środowisku**.



	<p><b>4. Rozwój potencjału kadry dydaktycznej.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Zróżnicowanie <b>ścieżek kariery akademickiej</b>, ze szczególnym docenieniem roli najlepszych dydaktyków.</li> <li>Wspieranie <b>kadry w rozwoju kompetencji dydaktycznych</b>, w tym umiejętności współpracy z praktykami.</li> <li>Promowanie <b>współpracy interdyscyplinarnej, międzywydziałowej i międzynarodowej</b>.</li> </ol>
<p><b>BADANIA</b></p> <p>Prowadzenie interdyscyplinarnych badań naukowych (podstawowych, aplikacyjnych) na światowym poziomie, we współpracy z zagranicznymi partnerami. Rozwój projektów badawczych, których wyniki można wdrożyć w różnych obszarach gospodarki i życia społecznego dla poprawy jakości życia.</p>	<p><b>5. Stworzenie nowoczesnych, interdyscyplinarnych centrów badań i innowacji (SWPS Labs &amp; Hub).</b></p> <p>Opracowanie oraz wdrożenie modelu tworzenia, finansowania oraz rozwoju centrów badań i innowacji Uniwersytetu SWPS (<b>SWPS Labs &amp; Hub</b>) nastawionych na współpracę z partnerami naukowymi, gospodarczymi, społecznymi, kulturalnymi w kraju i za granicą.</p> <p><b>6. Rozwój uczelni jako miejsca sprzyjającego efektywnej pracy naukowców, będących na różnych etapach kariery.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Opracowanie systemu wspierającego rozwój zawodowy w zakresie <b>awansów akademickich oraz obranej ścieżki kariery</b>.</li> <li>Wspieranie naukowców w prowadzeniu <b>działalności naukowej, aplikacyjnej oraz upowszechnianiu wyników badań</b>.</li> <li><b>Rozwijanie studiów doktoranckich</b> poprzez budowanie ambitnego programu o charakterze międzynarodowym i interdyscyplinarnym, przygotowanego do kariery naukowej i zawodowej.</li> </ol>
<p><b>RELACJE</b></p> <p>Budowanie relacji poprzez aktywność społeczną, kulturalną oraz współpracę z biznesem i sektorem publicznym sprzyjająca wymianie wiedzy i dobrych praktyk.</p>	<p><b>7. Umacnianie identyfikacji z uczelnią i poczucia dumy z bycia absolwentem Uniwersytetu SWPS.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Analiza sytuacji <b>absolwentów na rynku pracy</b>.</li> <li>Stworzenie systemu <b>efektywnej komunikacji i współpracy</b> z absolwentami.</li> <li><b>Wsparcie absolwentów</b> w podnoszeniu kwalifikacji i rozwoju.</li> </ol> <p><b>8. Wymiana idei i komercjalizacja wiedzy w relacjach z biznesem i sferą publiczną.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Stworzenie warunków</b> do efektywnej współpracy otoczenia gospodarczego ze środowiskiem akademickim.</li> <li><b>Sprzedaż usług</b> w zakresie konsultingu, badań i szkoleń.</li> <li><b>Komercjalizacja</b> wyników badań naukowych.</li> <li>Rozwój <b>współpracy z partnerami</b> zaangażowanymi w aktywność społeczną i kulturalną.</li> </ol>
<p><b>ROZWÓJ INSTYTUCJONALNY</b></p> <p>Tworzenie optymalnych warunków do pracy, rozwoju osobistego, zawodowego i społecznego pracowników oraz doskonalenie systemu zarządzania uczelnią.</p>	<p><b>9. Rozwój uczelni jako atrakcyjnego i przyjaznego miejsca pracy oraz wzmocnienie kapitału intelektualnego.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Opracowanie i wdrożenie <b>programu rozwoju pracowników</b> uwzględniającego ich potencjał, osiągnięcia i zaangażowanie.</li> <li>Wzmocnienie <b>kompetencji menedżerskich</b> kadry kierowniczej na różnych szczeblach.</li> <li>Wdrożenie zapisów Europejskiej Karty Naukowca wymagane do posługiwania się wyróżnieniem <b>HR Excellence in Research</b>.</li> <li>Kodeks dobrych praktyk w zakresie <b>rozwój i ochrony zasobów intelektualnych</b>.</li> </ol>

**10. Doskonalenie systemu zarządzania uczelnią i pomnażanie kapitału społecznego.**

- a. **Zmniejszenie obciążenia biurokratycznego**, dbałość o **sprawną i profesjonalną obsługę** procesu dydaktycznego i innych procesów administracyjnych.
- b. Wzrost efektywności **zarządzania wiedzą i finansami** oraz budowanie wartości uczelni w celu zagwarantowania bezpieczeństwa i możliwości rozwoju.
- c. **Rozwój infrastruktury** materialnej w celu zwiększenia jakości oraz komfortu studiowania i pracy.
- d. Wzmacnianie **kultury współpracy, życzliwości i zaufania**.
- e. Przestrzeganie **jasnych i uczciwych zasad** w relacjach ze studentami i pracownikami uczelni.

# OGÓLNE ZASADY OBECNOŚCI MARKI ORAZ JEJ PRZEDSTAWICIELI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

## 1. Powiadomcie nas, gdy chcecie założyć nowy kanał komunikacji związany z Uczelnią

Uniwersytet SWPS w mediach społecznościowych to ponad 50 oficjalnych kanałów komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej. Jeżeli planujesz stworzenie nowego profilu, strony, grupy czy innego konta w mediach społecznościowych, daj nam znać - podłączymy Cię do istniejących już profili lub pomożemy w odpowiednim zaplanowaniu komunikacji. Napisz do nas: [social@swps.edu.pl](mailto:social@swps.edu.pl).

## 2. Pamiętajmy o wartościach oraz strategii komunikacji Uczelni

Jeśli w mediach społecznościowych można zidentyfikować Twoją przynależność do Uniwersytetu SWPS, odbiorcy Twoich treści będą utożsamiać Cię z Uczelnią - pamiętaj, że jesteś zobowiązany/a do godnego reprezentowania Uczelni. Zapoznaj się z Wartościami marki zawartymi w tym dokumencie; znajdziesz je na stronie 5 oraz pod adresem: [https://www.swps.pl/images/do-pobrania/Strategia\\_Uniwersytetu\\_SWPS\\_2017\\_12\\_13.pdf](https://www.swps.pl/images/do-pobrania/Strategia_Uniwersytetu_SWPS_2017_12_13.pdf).

Pamiętaj także o dostosowaniu swojego stylu wypowiedzi do tonu głosu Uczelni (eng. *Tone of Voice*); tenże ton, jest przedłużeniem Wartości marki oraz Regulaminu Społeczności Uniwersytetu SWPS w sieci.

Prosimy także o używanie odpowiednich oznaczeń Uniwersytetu (loga, prezentacje, dokumenty) tam, gdzie to tylko jest możliwe. Materiały graficzne do pobrania znajdziesz tutaj: <https://www.swps.pl/materialy-do-pobrania>

## 3. Używajmy poprawnej nazwy Uczelni

Prawidłowe nazwa, dane adresowe i rejestrowe Uniwersytetu SWPS od 1 października 2018 roku brzmią następująco:

**SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny** z siedzibą w Warszawie, przy ulicy Chodakowskiej 19/31 (03-815 Warszawa), wpisany do ewidencji uczelni niepublicznych, prowadzonej przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego pod numerem 95, NIP 1180197245, REGON 01194798.

Wspominając o Uczelni w Sieci i / lub oznaczając ją w swoich treściach / nazwie, zalecamy użycie skróconej nazwy: **Uniwersytet SWPS**.

Prosimy o respektowanie wizerunku Uczelni, przez stosowanie poprawnych oznaczeń. Przez poprawne oznaczenie rozumie się tutaj rozpoczęcie niezmiennalnym członem:

[@UniwersytetSWPS](#)  
[@SWPSUniversity](#)

A następnie dodanie do niego pozostałej treści:



#### **4. Chrońmy wizerunek Uczelni**

Logo oraz nazwa Uniwersytetu SWPS są prawnie chronione i nie mogą być modyfikowane ani wykorzystywane w jakikolwiek sposób bez zgody Uczelni. Decyzje o wykorzystaniu marki i logotypu Uczelni w mediach społecznościowych podejmuje Dział Marketingu Uniwersytetu SWPS i do niego należy się zwracać każdorazowo, kiedy planujesz aktywność w Internecie, z wykorzystaniem logotypu i/lub nazwy Uczelni. Kontakt: [social@swps.edu.pl](mailto:social@swps.edu.pl).

#### **5. Odpowiedzialnie wyrażajmy własne opinie**

Jeśli w mediach społecznościowych na swoim prywatnym profilu lub na prowadzonej przez siebie stronie bądź blogu udostępniasz informację na temat swojego miejsca zatrudnienia / alma mater, pamiętaj, aby w publikowanych przez siebie postach zaznaczać, że przedstawiane opinie są wyłącznie Twoimi prywatnymi poglądami.

Jesteś odpowiedzialny/a za to, co publikujesz - zarówno na swoich stronach, jak i na stronach innych osób czy instytucji. Niejednokrotnie zdarzały się sytuacje, w których osoby publikujące posty i/lub komentarze w Internecie zostały pociągnięte do odpowiedzialności za treści uważane za zastrzeżone, chronione prawem autorskim, zniesławiające, oszczercze lub obsceniczne. Należy być świadomym konsekwencji swoich wypowiedzi w sieci, takich jak: pozew o zniesławienie; roszczenia dotyczące praw autorskich, patentów lub naruszenie znaku towarowego; pozew o naruszenie prywatności lub praw człowieka; narażenie reputacji, dobrego imienia Uczelni; konsekwencje dyscyplinarne wynikające ze Statutu Uczelni i stosunku zatrudnienia.

#### **6. Respektujmy innych i przestrzegajmy zasady obowiązujące w sieci**

Warto pamiętać o tym, że w Internecie komunikujemy się według jasno określonych zasad. Zachęcamy do zapoznania się i stosowania netykiety, która jest zbiorem dobrych zasad i obyczajów obowiązujących w sieci: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Netykieta>

#### **7. Bądźmy merytoryczni i nie bójmy się krytyki**

Staraj się dbać o merytoryczność dyskusji oraz unikać argumentów ad personam i krzywdzących generalizacji. Nie cenzuruj - każdy ma prawo do własnej opinii i do jej wyrażania, nawet, jeśli się z nią nie zgadzasz. Nie toleruj jednak agresji i wulgarności. Ustal jasne reguły, mówiące, że usuwać będziesz jedynie treści wulgarne, obraźliwe oraz ewentualnie reklamowe.

Nie uciekaj od problemów. W każdej organizacji zdarzają się problemy, nieporozumienia i trudności, podobnie jak każdy z nas może niespodziewanie znaleźć się w trudnej życiowej sytuacji - to dotyczy także naszej społeczności. Problemy są nieuniknione i nie ma sensu udawać, że jest inaczej. Chcemy je jednak aktywnie rozwiązywać i jesteśmy wdzięczni naszej społeczności za sygnalizowanie ich, bo dzięki temu możemy zareagować; takiej też postawy chcemy uczyć innych.

## 8. Bądźmy świadomi Regulaminów

Zachęcamy do zapoznania się z Regulaminem Społeczności Uniwersytetu SWPS w sieci oraz regulaminami poszczególnych serwisów.

### 8.1. Regulamin Społeczności Uniwersytetu SWPS w sieci:

We wszystkich prowadzonych przez Uniwersytet SWPS mediach w sieci obowiązują zasady, do których przestrzegania zobligowany jest każdy, kto do naszej społeczności dołącza lub jest w niej aktywny. Zasady te mają na celu zachowanie porządku i kultury dyskusji oraz poszanowanie praw wszystkich członków naszej społeczności. Zasadami tymi są przede wszystkim:

- Kanały komunikacji Uniwersytetu SWPS w Internecie służą otwartej komunikacji między naszą Uczelnią, a jej szeroko rozumianą społecznością, również w obrębie jej samej.
- Prezentowane w internetowych mediach własnych pod marką Uniwersytetu SWPS stanowiska, oświadczenia i komunikaty wyrażają stanowiska Władz naszego Uniwersytetu w kwestiach, do których się odnoszą.
- W skład naszej społeczności wchodzi studenci, absolwenci, dydaktycy, naukowcy, pracownicy i sympatycy naszego Uniwersytetu, jak również osoby zainteresowane informacjami i materiałami przez nas udostępnianymi.
- Zachęcamy do aktywnego uczestniczenia we współtworzeniu mediów naszego Uniwersytetu, do publikowania, komentowania i zadawania pytań. Nasze media z założenia są platformami do dyskusji dla naszej społeczności.
- Jesteśmy otwarci na wszelkie uwagi i sugestie dotyczące naszej Uczelni. Z założenia nie cenzurujemy i nie usuwamy treści dodawanych przez członków naszej społeczności. Zastrzegamy sobie jednak prawo do moderowania i usuwania treści, jeżeli:
  - a. są obraźliwe, napastliwe, propagujące przemoc lub nienawiść;
  - b. dyskryminują innych ze względu na rasę, pochodzenie, wyznawaną religię, orientację seksualną, płeć lub wiek;
  - c. zawierają materiały o charakterze drastycznym lub erotycznym;
  - d. naruszają prawa autorskie lub prawa własności intelektualnej;
  - e. są trollingiem lub spamem;
  - f. stanowią ofertę komercyjną.
- Zastrzegamy sobie również prawo do czasowego lub stałego blokowania możliwości dodawania treści w naszych mediach osobom, które będą dodawały wyżej wymienione treści.

- W przypadkach nieuregulowanych powyższym regulaminem kwestie sporne rozstrzygają administratorzy i moderownicy mediów własnych Uniwersytetu, występujący pod marką Uniwersytetu SWPS.

## **8.2. Regulaminy poszczególnych serwisów:**

Facebook: [https://web.facebook.com/legal/terms?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/legal/terms?_rdc=1&_rdr)

LinkedIn: [https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?\\_l=pl\\_PL](https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?_l=pl_PL)

YouTube: <https://www.youtube.com/static?gl=PL&template=terms>

Instagram: [https://web.facebook.com/help/instagram/478745558852511?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/help/instagram/478745558852511?_rdc=1&_rdr)

Twitter: <https://help.twitter.com/pl/rules-and-policies/twitter-rules>

## **9. Bądźmy świadomi ustawień prywatności i chrońmy swoją tożsamość**

Prywatność w mediach społecznościowych nie istnieje. Posty publiczne są widoczne w wyszukiwarkach internetowych, a posty prywatne mogą bez trudu zostać skopiowane i udostępnione publicznie - najbardziej restrykcyjne ustawienia prywatności nie zapewnią jej w 100%. Zachęcamy do zapoznania się z polityką prywatności poszczególnych serwisów:

Facebook: <https://www.facebook.com/policy>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/legal/privacy-policy>

YouTube: [https://www.youtube.com/static?template=privacy\\_guidelines](https://www.youtube.com/static?template=privacy_guidelines)

Instagram: <https://help.instagram.com/155833707900388/>

Twitter: <https://twitter.com/privacy>

W mediach społecznościowych udostępniaj prawdziwe dane, ale nie dostarczaj danych osobowych, które mogą zostać wykorzystane przeciwko Tobie przez oszustów. Nie udostępniaj swojego adresu domowego, numeru telefonu i adresu e-mail. Zawsze pamiętaj o wylogowaniu się z konta, kiedy korzystasz z komputera publicznego.

## **10. Respektujmy prawa autorskie oraz własność intelektualną**

Jeśli udostępniasz zdjęcia, wideo, nagrania audio lub artykuły prasowe stworzone lub napisane przez innych, zawsze pamiętaj o upewnieniu się, że masz do nich prawa autorskie lub zgodę właściciela praw autorskich na użycie tych materiałów do własnych celów. Nigdy nie zapominaj także o podawaniu źródła, udostępniając cudze materiały.

## **11. Zachowajmy poufność**

Uważaj, aby nie ujawniać poufnych lub zastrzeżonych informacji o studentach, pracownikach i absolwentach Uniwersytetu SWPS. Stosuj się do obowiązującej polityki prywatności i poufności.

## **12. Wnośmy istotne wartości do społeczności**

Jeśli planujesz aktywnie działać w mediach społecznościowych, w takich miejscach jak strony lub grupy na Facebooku – upewnij się, że dzielisz się faktycznie wartościowymi informacjami. Nie udostępniaj nagminnie linków do wydarzeń organizowanych na

Uniwersytecie SWPS (ani żadnych innych treści), jeśli nie masz całkowitej pewności, że dla danej społeczności będzie to informacja interesująca. Takie zachowania są postrzegane negatywnie i mogą prowadzić do zablokowania Cię lub usunięcia z danej społeczności (grupy, strony) oraz negatywnego postrzegania Uczelni przez członków powyższych grup.

### **13. Oddzielajmy prywatne treści od komunikatów oficjalnych**

Staraj się odpowiedzialnie i właściwie wykorzystywać kanały komunikacji, szczególnie w przypadku kanałów oficjalnych, takich jak: grupy dyskusyjne czy strony. Zawsze zaznaczaj różnicę pomiędzy Twoim prywatnym zdaniem, a zdaniem uczelni. Oddzielaj prywatne komunikaty od komunikatów oficjalnych.

### **14. Pamiętajmy o zarządzaniu prywatnym wizerunkiem także poza kanałami Uczelni**

Pamiętaj, że jesteś częścią naszej społeczności - zarówno w pracy, jak i w czasie prywatnym. Twoje wypowiedzi oraz działania, zarówno w sieci, jak i poza nią, będą przez ludzi automatycznie kojarzone z uczelnią.

## OFICJALNE KANAŁY UNIwersYTETU SWPS W INTERNECIE

### Uniwersytet SWPS

Strona internetowa: [www.swps.pl](http://www.swps.pl)

Facebook: <https://www.facebook.com/UniwersytetSWPS/>

Instagram: [https://www.instagram.com/universytet\\_swps/](https://www.instagram.com/universytet_swps/)

YouTube: [https://www.youtube.com/channel/UC\\_TPLhzQ\\_EACFaB5KiJ6NEA](https://www.youtube.com/channel/UC_TPLhzQ_EACFaB5KiJ6NEA)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/school/universytet-swps/>

flickr: <https://www.flickr.com/photos/studiujswps/>

Cupsell: <https://universityswps.cupsell.pl/>

### Strefa Psyche Uniwersytetu SWPS

Blog: [psyche.swps.pl](http://psyche.swps.pl)

Grupa na Facebooku: <https://www.facebook.com/groups/StrefaPsyche/>

YouTube: <https://www.youtube.com/swpspl>

Kanały podcastowe Strefy Psyche Uniwersytetu SWPS:

- Spotify: <https://open.spotify.com/show/5cGf88vSco2hKNnHByTSII>
- iTunes: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/strefa-psyche-universytetu-swps/id1437994794>
- SoundCloud: <https://soundcloud.com/swpspl>
- Lecton: <https://lectonapp.com/pl/p/swps>

### Strefa Designu Uniwersytetu SWPS

Blog: [design.swps.pl/](http://design.swps.pl/)

Grupa na Facebooku: <https://www.facebook.com/groups/StrefaDesignu/>

YouTube: [https://www.youtube.com/channel/UCL-AjsRT81k\\_DMtJztRtXVA](https://www.youtube.com/channel/UCL-AjsRT81k_DMtJztRtXVA)

Kanały podcastowe Strefy Designu Uniwersytetu SWPS:



- Spotify: <https://open.spotify.com/show/3Nb7Mkxpy0P0T30S4TiKf>
- iTunes: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/strefa-designu-universytetu-swps/id1460690724>
- SoundCloud: <https://soundcloud.com/user-181745606>
- Lecton: <https://lectonapp.com/pl/podcast/16171afd-27f5-44b4-9bc4-9cf252ef2927>

### **Strefa Zarządzania Uniwersytetu SWPS**

Blog: [zarzadzanie.swps.pl](http://zarzadzanie.swps.pl)

Grupa na Facebooku: <https://www.facebook.com/groups/StrefaZarzadzania/>

YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UC1Qu-v0doPeiemYJaAVgyGg>

Kanały podcastowe Strefy Zarządzania Uniwersytetu SWPS:

- Spotify: <https://open.spotify.com/show/5fg9dWz8cgyQTDstJO7DAU>
- iTunes: <https://podcasts.apple.com/pl/podcast/strefa-zarz%C4%85dzania-universytetu-swps/id1460686479>
- SoundCloud: <https://soundcloud.com/user-509252963>
- Lecton: <https://lectonapp.com/pl/podcast/e7fcb9cf-d60a-42a5-9dac-820d88ce3db5>

### **Strefa Prawa Uniwersytetu SWPS**

Blog: [prawo.swps.pl](http://prawo.swps.pl)

Grupa na Facebooku: <https://www.facebook.com/groups/StrefaPrawa/>

### **Strefa Kultur Uniwersytetu SWPS**

Blog: [kultura.swps.pl](http://kultura.swps.pl)

Grupa na Facebooku: <https://www.facebook.com/groups/StrefaKultur/>

YouTube: [https://www.youtube.com/channel/UC3PGacuQthwzjGB0NpYdU\\_g](https://www.youtube.com/channel/UC3PGacuQthwzjGB0NpYdU_g)

### **School of Form Uniwersytetu SWPS**

Strona internetowa: <https://www.sof.edu.pl/>

Facebook:

<https://www.facebook.com/School-of-Form-Uniwersytetu-SWPS-418252068626210/>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/SchoolofForm>

### **Grafika Uniwersytetu SWPS**

Strona internetowa: <https://grafika.swps.pl/>

Facebook: <https://www.facebook.com/grafikaswps/>

### **Klinika Uniwersytetu SWPS**

Strona internetowa: <https://klinika.swps.pl/>

Facebook: <https://www.facebook.com/Klinika-Uniwersytetu-SWPS-221698255201083/>

YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCu9-PeS7GIF4DTqSpPBrAzg>

### **Grupy na Facebooku**

Biuro Karier SWPS Uniwersytetu Warszawa:

<https://www.facebook.com/groups/BiuroKarierSWPS/>

Biuro Karier SWPS Uniwersytetu Poznań:

<https://www.facebook.com/groups/BK.SWSPSPoznan/>

Biuro Karier SWPS Uniwersytetu Wrocław:

<https://facebook.com/groups/BK.SWPSWroclaw/>

Biuro Karier SWPS Uniwersytetu Sopot:

<https://www.facebook.com/groups/BK.SWSSopot/>

Biuro Karier SWPS Uniwersytetu Katowice:

<https://www.facebook.com/groups/BK.SWPSKatowice/>

Biuro ds. Zdrowia i Osób z Niepełnosprawnością Uniwersytetu SWPS:

<https://facebook.com/groups/biuroZON>

Naukowcy w Uniwersytecie SWPS:

<https://facebook.com/groups/naukowcy.w.swps/>

Absolwenci Uniwersytetu SWPS:

<https://facebook.com/groups/456653127862883/>

Psychologia Biznesu: <https://www.facebook.com/groups/1833542800257983/>

Młodzi w Centrum Lab Uniwersytetu SWPS:

<https://facebook.com/groups/MlodziwCentrumLabSWPS/>

## ZASADY I DOBRE PRAKTYKI: PRACOWNICY

### 5.1. Warunki ogólne

Pamiętaj o tym, że jesteś częścią naszej społeczności - zarówno w pracy, jak i w czasie prywatnym. Twoje wypowiedzi oraz działania, zarówno w sieci, jak i poza nią, będą przez ludzi automatycznie kojarzone z uczelnią. Staraj się więc odpowiedzialnie i właściwie wykorzystywać kanały komunikacji, szczególnie w przypadku kanałów oficjalnych, takich jak: grupy dyskusyjne czy strony. Zawsze zaznaczaj różnicę pomiędzy Twoim prywatnym zdaniem, a zdaniem uczelni. Oddzielaj prywatne komunikaty od komunikatów oficjalnych. Nie udostępniaj informacji poufnych oraz dbaj o wizerunek uczelni poprzez reagowanie na niewłaściwe zachowanie innych pracowników/studentów/użytkowników. Swoim zachowaniem staraj się dawać przykład innym - najpierw myśl, potem pisz. Bierz pod uwagę każdą stronę wypowiedzi, do każdej sytuacji staraj się podchodzić z empatią i zrozumieniem. Pamiętaj o zachowaniu profesjonalizmu i dystansie do negatywnych wypowiedzi - nie wszyscy użytkownicy mediów społecznościowych przestrzegają tej zasady, nie oznacza to jednak, że zwalnia nas to z obowiązku podtrzymywania merytoryczności oraz kultury wypowiedzi.

Ponadto, jeżeli decydujesz się na reprezentowanie uczelni w sieci (czy to korzystając z konta prywatnego z informacją o afiliacji, czy też oficjalnego kanału uczelni), zapoznaj się także i przestrzegaj następujących regulaminów (z uwzględnieniem dokumentu: Polityka mediów społecznościowych Uniwersytetu SWPS):

#### **Statut Uniwersytetu SWPS:**

[https://www.swps.pl/images/2015/dokumenty/STATUT\\_SWPS\\_UNIWERSYTETU\\_HUMANISTYCZNSPOIECZNEGO\\_zmiana\\_09.2019.pdf](https://www.swps.pl/images/2015/dokumenty/STATUT_SWPS_UNIWERSYTETU_HUMANISTYCZNSPOIECZNEGO_zmiana_09.2019.pdf)

**Regulaminem Społeczności Uniwersytetu SWPS w sieci:** <https://bit.ly/30GWgqt>

Regulaminy poszczególnych serwisów, z których decydujesz się korzystać (w tym te niewymienione poniżej):

**Facebook:** [https://web.facebook.com/legal/terms?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/legal/terms?_rdc=1&_rdr)

**LinkedIn:** [https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?\\_l=pl\\_PL](https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?_l=pl_PL)

**YouTube:** <https://www.youtube.com/static?gl=PL&template=terms>

**Instagram:** [https://web.facebook.com/help/instagram/478745558852511?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/help/instagram/478745558852511?_rdc=1&_rdr)

**Twitter:** <https://help.twitter.com/pl/rules-and-policies/twitter-rules>

## 5.2. Zakładanie nowego kanału

Jeżeli chcesz założyć jakikolwiek profil wykorzystujący markę Uniwersytetu SWPS, napisz do nas: [social@swps.edu.pl](mailto:social@swps.edu.pl).

Do swojej wiadomości załącz wypełniony brief, którego wzór można pobrać z [Wirtualnej Uczelni](#).

## 5.3. Zgłaszanie nieprawidłowości

Jeśli jesteś świadkiem nieetycznych, niemoralnych, nielegalnych oraz niedopuszczalnych praktyk - czy to po stronie innych pracowników, przełożonych, studentów czy innych członków naszej społeczności - zareaguj na nie i/lub zgłoś je odpowiednim osobom (w sytuacji, w której interwencja będzie wykraczała poza Twoje możliwości). Za nieprawidłowości uważamy:

- łamanie regulaminów Uniwersytetu SWPS (regulamin społeczności, statut uczelniany, polityka mediów społecznościowych);
- łamanie regulaminów serwisów internetowych;
- łamanie prawa;
- korupcję;
- psychiczną lub fizyczną krzywdę osoby oraz zwierzęcia;
- naruszenie praw autorskich.

## 5.4. Pomoc i sytuacje kryzysowe

Jeżeli potrzebujesz konsultacji odnośnie prowadzenia i/lub korzystania z kanałów uczelni lub własnego kanału powiązanego z Uniwersytetem, lub jesteś świadkiem nieprawidłowości opisanych w punkcie powyżej, zgłoś to odpowiednim osobom:

Problemy i pytania związane z Wirtualną Uczelnią: Wirtualna Uczelnia - kafeł Strefa kontaktu lub [helpdesk@swps.edu.pl](mailto:helpdesk@swps.edu.pl).

Problemy i pytania związane ze stroną www (dział IT): [helpdesk@swps.edu.pl](mailto:helpdesk@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane ze stroną www (Redakcja): [redakcja@swps.edu.pl](mailto:redakcja@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane z mediami społecznościowymi: [social@swps.edu.pl](mailto:social@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane z Centrum Prasowym: [cprasowe@swps.edu.pl](mailto:cprasowe@swps.edu.pl)

Problemy z obsługą studenta agresywnego, pijanego, odurzonego: telefon alarmowy 694441725 lub służby interwencyjne 112, 997, 998, 999.

Problemy i pytania związane ze sprawami studenckimi: Wirtualna Uczelnia - kafeł Strefa kontaktu

Problemy i pytania związane z Rekrutacją: [rekrutacja@swps.edu.pl](mailto:rekrutacja@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane ze studentami zagranicznymi oraz wymianami: Wirtualna Uczelnia - kafel Strefa kontaktu/Contact Zone lub Opiekun studenta zagranicznego/International Student Counselor, Agata Kozłowska [isc@swps.edu.pl](mailto:isc@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane z pracownikami Uniwersytetu:

dotyczące pracowników organizacyjnych - dyrektor personalny [hr@swps.edu.pl](mailto:hr@swps.edu.pl) lub dyrektor generalny

dotyczące pracowników dydaktycznych - dziekan właściwego wydziału

Problemy i pytania związane ze studentami Uniwersytetu:

dotyczące spraw studenckich (toku nauki) Wirtualna Uczelnia - kafel Strefa kontaktu

dotyczące niewłaściwego zachowania studenta - dziekan właściwego wydziału (jeśli jest znany wydział) lub jeśli Biuro Rektora [biuro.rektora@swps.edu.pl](mailto:biuro.rektora@swps.edu.pl)

## Zasady i dobre praktyki: studenci

### 6.1. Warunki ogólne

Pamiętaj o tym, że jesteś częścią naszej społeczności - zarówno będąc na terenie uczelni podczas zajęć, jak i w czasie prywatnym. Twoje wypowiedzi oraz działania, zarówno w sieci, jak i poza nią, będą przez ludzi automatycznie kojarzone z uczelnią. Staraj się więc odpowiedzialnie i właściwie wykorzystywać kanały komunikacji, szczególnie w przypadku kanałów oficjalnych, takich jak: grupy dyskusyjne czy fanpage. Zawsze zaznaczaj różnicę pomiędzy Twoim prywatnym zdaniem, a zdaniem uczelni. Oddzielaj prywatne komunikaty od komunikatów oficjalnych. Nie udostępniaj informacji poufnych oraz dbaj o wizerunek uczelni poprzez reagowanie na niewłaściwe zachowanie innych pracowników/studentów/użytkowników. Swoim zachowaniem staraj się dawać przykład innym - najpierw myśl, potem pisz. Bierz pod uwagę każdą stronę wypowiedzi, do każdej sytuacji staraj się podchodzić z empatią i zrozumieniem. Pamiętaj o zachowaniu profesjonalizmu i dystansie do negatywnych wypowiedzi - nie wszyscy użytkownicy mediów społecznościowych przestrzegają tej zasady, nie oznacza to jednak, że zwalnia nas to z obowiązku podtrzymywania merytoryczności oraz kultury wypowiedzi.

Ponadto, jeżeli decydujesz się na reprezentowanie uczelni w sieci (czy to korzystając z konta prywatnego z informacją o afiliacji, czy też oficjalnego kanału uczelni), zapoznaj się także i zaakceptuj przestrzeganie następujących regulaminów (z uwzględnieniem dokumentu: Polityka mediów społecznościowych Uniwersytetu SWPS):

#### Statut Uniwersytetu SWPS:

[https://www.swps.pl/images/2015/dokumenty/STATUT\\_SWPS\\_UNIWERSYTETU\\_HUMANISTYCZNSPOIECZNEGO\\_zmiana\\_09.2019.pdf](https://www.swps.pl/images/2015/dokumenty/STATUT_SWPS_UNIWERSYTETU_HUMANISTYCZNSPOIECZNEGO_zmiana_09.2019.pdf)

Regulaminem Społeczności Uniwersytetu SWPS w sieci: <http://goo.gl/XCK0cl>

Regulaminy poszczególnych serwisów, z których decydujesz się korzystać (w tym te niewymienione poniżej):



**Facebook:** [https://web.facebook.com/legal/terms?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/legal/terms?_rdc=1&_rdr)

**LinkedIn:** [https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?\\_l=pl\\_PL](https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?_l=pl_PL)

**YouTube:** <https://www.youtube.com/static?gl=PL&template=terms>

**Instagram:** [https://web.facebook.com/help/instagram/478745558852511?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/help/instagram/478745558852511?_rdc=1&_rdr)

**Twitter:** <https://help.twitter.com/pl/rules-and-policies/twitter-rules>

## **6.2. Zakładanie nowego kanału komunikacji**

Możesz założyć profil związany z Uczelnią bez kontaktowania się z nami, zaznacz jednak w nazwie i opisie, że jest to profil np. organizacji studenckiej (a nie oficjalny, prowadzony przez pracowników Uniwersytetu). Profile te nie powinny wprowadzać w błąd poprzez podszywanie się pod oficjalne kanały marki. Jeśli potrzebujesz porady lub wsparcia w kwestii stworzenia profilu, strony lub grupy związanej z Uczelnią, napisz do nas ([social@swps.edu.pl](mailto:social@swps.edu.pl)).

## **6.3. Zgłaszanie nieprawidłowości**

Jeśli jesteś świadkiem nieprawidłowości - nieetycznych, niemoralnych, nielegalnych oraz niedopuszczalnych praktyk - czy to po stronie pracowników Uniwersytetu, studentów czy innych członków naszej społeczności - zareaguj na nie i/lub zgłoś je odpowiednim osobom (w sytuacji, w której interwencja będzie wykraczała poza Twoje możliwości). Za nieprawidłowości uważamy:

- łamanie regulaminów Uniwersytetu SWPS (regulamin społeczności, statut uczelniany, polityka mediów społecznościowych);
- łamanie regulaminów serwisów internetowych;
- łamanie prawa polskiego;
- korupcję;
- psychiczną lub fizyczną krzywdę osoby oraz zwierzęcia;
- naruszenie praw autorskich.

## **6.3. Pomoc i sytuacje kryzysowe**

Jeżeli potrzebujesz konsultacji odnośnie prowadzenia i/lub korzystania z kanałów uczelni lub własnego kanału powiązanego z Uniwersytetem, lub jesteś świadkiem nieprawidłowości opisanych w punkcie powyżej, zgłoś to odpowiednim osobom:

Problemy i pytania związane z Wirtualną Uczelnią: Wirtualna Uczelnia - kafelek Strefa kontaktu lub [helpdesk@swps.edu.pl](mailto:helpdesk@swps.edu.pl).

Problemy i pytania związane ze stroną www (dział IT): [helpdesk@swps.edu.pl](mailto:helpdesk@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane ze stroną www (Redakcja): [redakcja@swps.edu.pl](mailto:redakcja@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane z mediami społecznościowymi: [social@swps.edu.pl](mailto:social@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane z Centrum Prasowym: [cprasowe@swps.edu.pl](mailto:cprasowe@swps.edu.pl)

Problemy z obsługą studenta agresywnego, pijanego, odurzonego: telefon alarmowy 694441725 lub służby interwencyjne 112, 997, 998, 999.

Problemy i pytania związane ze sprawami studenckimi: Wirtualna Uczelnia - kafel Strefa kontaktu

Problemy i pytania związane z Rekrutacją: [rekrutacja@swps.edu.pl](mailto:rekrutacja@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane ze studentami zagranicznymi oraz wymianami: Wirtualna Uczelnia - kafel Contact Zone lub Opiekun studenta zagranicznego/ International Student Counselor, Agata Kozłowska [isc@swps.edu.pl](mailto:isc@swps.edu.pl)

Problemy i pytania związane z pracownikami Uniwersytetu:  
dotyczące pracowników organizacyjnych - dyrektor personalny [hr@swps.edu.pl](mailto:hr@swps.edu.pl) lub dyrektor generalny  
dotyczące pracowników dydaktycznych - dziekan właściwego wydziału

Problemy i pytania związane ze studentami Uniwersytetu:  
dotyczące spraw studenckich (toku nauki) Wirtualna Uczelnia - kafel Strefa kontaktu  
dotyczące niewłaściwego zachowania studenta - dziekan właściwego wydziału (jeśli jest znany wydział) lub jeśli Biuro Rektora: [biuro.rektora@swps.edu.pl](mailto:biuro.rektora@swps.edu.pl)