

Zarządzenie
Rektora Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego
w Krakowie
nr ZR/11/03/2026

z dnia 12 marca 2026 r.

w sprawie zasad współpracy z partnerami zewnętrznymi

Na podstawie art. 23 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tj. Dz.U. 2024 poz. 1571), zwanej dalej „PSWiN”, oraz § 11 Statutu Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie, zarządza się, co następuje:

Postanowienia ogólne

§ 1

1. Niniejsze zarządzenie reguluje standardy i zasady w Uniwersytecie Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie (zwanym dalej „UAFM” lub „Uczelnią”) dotyczące współpracy z partnerami zewnętrznymi.
2. Standardy i zasady współpracy z partnerami zewnętrznymi stanowią element działań na rzecz ciągłego doskonalenia wewnętrznego systemu zapewniania jakości kształcenia oraz spójności działań Uczelni z jej misją i wartościami. Współpraca ta realizowana jest na poziomie ogólnouczelnianym, wydziałowym oraz kierunkowym i obejmuje w szczególności:
 - 1) **Na poziomie ogólnouczelnianym:**
 - a) wspieranie procesów doskonalenia uczelnianego systemu zapewniania jakości kształcenia;
 - b) udział w opiniowaniu zmian strategii Uczelni;
 - c) monitorowanie zgodności działań z misją Uczelni.
 - 2) **Na poziomie wydziałowym:**
 - a) dbanie o adekwatność oferty programowej do potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego;
 - b) pełnienie funkcji opiniodawczo-doradczej w zakresie rozwoju kierunków studiów.
 - 3) **Na poziomie poszczególnych kierunków:**
 - a) wspieranie aktualizacji treści kształcenia;
 - b) zapewnienie właściwego poziomu realizacji procesu dydaktycznego.
3. Standardy i zasady współpracy z partnerami zewnętrznymi dotyczą działań związanych z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi UAFM oraz są koordynowane przez Uczelnianą Komisję ds. Jakości Kształcenia oraz Wydziałowe Komisje ds. Jakości Kształcenia, Kierowników kierunków studiów, Dział Marketingu i Promocji (DMiP) oraz Akademickie Biuro Karier (ABK), zgodnie z ich kompetencjami.
4. Partnerami zewnętrznymi w rozumieniu niniejszego zarządzenia są w szczególności pracodawcy, przedstawiciele przedsiębiorstw, instytucji publicznych, organizacji pozarządowych, jednostek samorządu terytorialnego, instytucji badawczych oraz innych

podmiotów współpracujących z Uczelnią w zakresie kształcenia, badań naukowych lub rozwoju społeczno-gospodarczego.

5. Używane sformułowania student, absolwent należy rozumieć rozszerzająco: student, studentka, absolwent, absolwentka, itd.

Pola współdziałania Uczelni z partnerami zewnętrznymi

§ 2

1. Kluczowe pola współdziałania Uczelni z partnerami zewnętrznymi:
 - 1) **współpraca w zakresie kształtowania i doskonalenia programów studiów, w tym:**
 - a) konsultacje na temat organizacji treści nauczania na studiach pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich;
 - b) konsultacje dotyczące organizacji treści nauczania na studiach drugiego stopnia;
 - c) konsultacje związane z kwestią organizacji treści nauczania na studiach podyplomowych.
 - 2) **współpraca w zakresie realizacji procesu dydaktycznego:**
 - a) organizacja praktyk zawodowych;
 - b) udział w procesie dyplomowania;
 - c) organizacja staży zawodowych;
 - d) prowadzenie kursów i szkoleń, w tym procesu inkorporowania mikrocertyfikacji do programów studiów;
 - e) szkolenia z zakresu wykorzystania specjalistycznych narzędzi i technologii;
 - f) inne formy wsparcia procesu dydaktycznego.
 - 3) **współpraca w zakresie wsparcia studentów:**
 - a) diagnoza zjawiska przedwczesnego przerywania studiów (drop-out) oraz identyfikację jego przyczyn;
 - b) diagnoza potrzeb studentów w zakresie wsparcia w procesie kształcenia i rozwoju kompetencji;
 - c) współpraca w zakresie tworzenia systemu nagradzania wartościowych studentów.
 - 4) **współpraca w zakresie monitorowania losów absolwentów oraz relacji z pracodawcami:**
 - a) analiza informacji dotyczących losów zawodowych absolwentów;
 - b) współpraca wydziałów z innymi jednostkami Uczelni w zakresie pozyskiwania danych o absolwentach;
 - c) cykliczne badania opinii pracodawców;
 - d) pozyskiwanie pisemnych opinii dotyczących programów studiów;
 - e) organizacja konferencji, seminariów oraz paneli dyskusyjnych z udziałem przedstawicieli otoczenia społeczno-gospodarczego.
 - 5) **współpraca z sektorem gospodarczym w procesie kształcenia:**
 - a) realizacja prac dyplomowych we współpracy z partnerami zewnętrznymi;
 - b) udział partnerów zewnętrznych w procesach certyfikacji kompetencji;
 - c) komercjalizacja wyników prac naukowo-badawczych;

- d) realizacja badań lub ekspertyz na zlecenie podmiotów zewnętrznych.
 - 6) współpraca w zakresie wykorzystania infrastruktury i zaplecza technicznego:**
 - a) wymiana doświadczeń i wiedzy specjalistycznej (know-how);
 - b) udostępnianie laboratoriów oraz infrastruktury badawczej.
 - 7) współpraca w zakresie zaangażowania przedstawicieli otoczenia społeczno-gospodarczego w działalność Uczelni:**
 - a) różne formy zatrudnienia specjalistów z otoczenia zewnętrznego;
 - b) udział przedstawicieli praktyki gospodarczej w realizacji zajęć dydaktycznych.
 - 8) działania promujące wydziały oraz kierunki studiów w środowisku partnerów zewnętrznych:**
 - a) organizacja i udział w targach pracy;
 - b) organizacja seminariów, warsztatów i szkoleń.
2. Katalog form współpracy, o których mowa w ust. 1, ma charakter otwarty i może obejmować także inne działania wynikające z potrzeb Uczelni oraz jej partnerów zewnętrznych.

Inicjowanie spotkań i wydarzeń

§ 3

1. Spotkania i wydarzenia organizowane w ramach współpracy z partnerami zewnętrznymi, w szczególności: seminaria, panele, targi, kursy, szkolenia oraz inne formy aktywności, mogą być inicjowane przez każdy podmiot, o którym mowa w § 1.
2. Uczelniana Komisja ds. Jakości Kształcenia inicjuje spotkania i wydarzenia związane w szczególności z:
 - 1) tworzeniem nowych kierunków studiów;
 - 2) opiniowaniem strategicznych propozycji zmian w procesach kształcenia;
 - 3) doskonaleniem uczelnianego systemu zapewnienia jakości kształcenia.
3. Wydziałowe Komisje ds. Jakości Kształcenia inicjują spotkania i wydarzenia związane w szczególności z:
 - 1) tworzeniem programów studiów;
 - 2) realizacją i doskonaleniem programów studiów;
 - 3) oceną i ewaluacją programów studiów;
 - 4) wprowadzeniem zmian w programach studiów.
4. Kierownik kierunku inicjuje spotkania i wydarzenia związane w szczególności z:
 - 1) realizacją i doskonaleniem programów studiów;
 - 2) oceną i ewaluacją programów studiów;
 - 3) wprowadzeniem zmian w programach studiów.
5. Dział Marketingu i Promocji oraz Akademickie Biuro Karier inicjują oraz wspierają organizację spotkań i wydarzeń związanych ze studentami i absolwentami oraz przedstawicielami otoczenia społeczno-gospodarczego.
6. Dział Marketingu i Promocji wspiera inicjatywy służące promocji Uczelni promocji Uczelni, w szczególności wśród uczniów szkół średni oraz absolwentów studiów

pierwszego stopnia.

7. Akademyckie Biuro Karier wspiera inicjatywy związane z rozwojem zawodowy studentów i absolwentów, w szczególności poprzez organizację spotkań z pracodawcami, targów pracy, stoisk promocyjnych, szkoleń, warsztatów, konsultacji doradczych oraz innych działań o charakterze edukacyjnym.
8. Spotkania i wydarzenia mogą być organizowane we współpracy kilku jednostek Uczelni.

Przesłanki działania

§ 4

1. Podmioty, o których mowa w § 3 ust. 5, realizując działania związane z organizacją spotkań i wydarzeń, kierują się z zastrzeżeniem ust. 2, następującymi zasadami:
 - 1) *edukacyjny charakter wydarzeń* - każde wydarzenie powinno wpisywać się w cele edukacyjne i rozwojowe Uczelni oraz pozostawać w zgodzie z jej misją i wartościami;
 - 2) *bezpłatny udział uczestników* - udział w wydarzeniach organizowanych lub wspieranych przez Uczelnię jest bezpłatny dla uczestników. Dział Marketingu i Promocji oraz Akademyckie Biuro Karier nie wspierają inicjatyw wymagających wnoszenie opłat przez studentów lub absolwentów;
 - 3) *brak działań komercyjnych* - wydarzenia nie mogą mieć charakteru sprzedażowego ani służyć promocji produktów lub usług. UAFM nie przekazuje ofert handlowych ani nie uczestniczy w działaniach marketingowych niezwiązanych bezpośrednio z rozwojem kompetencji zawodowych uczestników;
 - 4) *ograniczenia branżowe* - w trosce o spójność z misją i wartościami Uczelni, w przestrzeni akademickiej oraz w materiałach promocyjnych nie dopuszcza się promocji produktów i marek związanych w szczególności z alkoholem, wyrobami tytoniowymi, hazardem, substancjami psychoaktywnymi ani branżami postrzeganymi jako kontrowersyjne;
 - 5) *wymogi merytoryczne* – organizatorzy wydarzeń zobowiązani są do zapewnienia wysokiego poziomu merytorycznego wydarzenia. Promowane mogą być wyłącznie inicjatywy oparte na wiedzy naukowej, doświadczeniu oraz uznanych i naukowo zweryfikowanych metodach;
 - 6) *procedura zgłaszania wydarzeń* - każde wydarzenie wymaga wcześniejszego uzgodnienia z Działem Marketingu i Promocji i/lub Akademyckim Biurem Karier, które dokonują oceny pod kątem zgodności z obowiązującymi standardami. UAFM zastrzega sobie prawo do odmowy współpracy bez konieczności podawania przyczyny w przypadku niespełnienia określonych kryteriów;
 - 7) *promocja wydarzeń* - wydarzenia mogą być promowane za pośrednictwem oficjalnych kanałów komunikacji Uczelni, wyłącznie po uprzedniej akceptacji właściwej jednostki. Wszystkie materiały promocyjne muszą zostać zatwierdzone przed ich publikacją;
 - 8) *prawo do zawieszenia lub zakończenia* - Uczelnia zastrzega sobie prawo do zawieszenia lub zakończenia współpracy w przypadku naruszenia powyższych zasad bądź pojawienia się negatywnych opinii ze strony studentów i/lub absolwentów.
2. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Rektor może zezwolić na odstępstwa we wskazanych w ust. 1 przesłanek działania Działu Marketingu i Promocji i Akademyckiego

Biura Karier.

3. Interpretacja niniejszych zasad należy do Uczelnianej Komisji ds. Jakości Kształcenia.

§ 5

1. Podmioty, o którym mowa w § 3 ust. 2-4, w swoich działaniach kierują się następującymi zasadami:
 - 1) *uzgadnianie spotkań* - każde spotkanie z partnerami zewnętrznymi powinno być wcześniej uzgodnione z ich przedstawicielami. Zalecane jest przedstawienia partnerom zewnętrznym proponowanego porządku spotkania;
 - 2) *aktywny udział w dyskusjach* – podczas spotkań należy zapewnić partnerom zewnętrznym możliwość swobodnego przedstawiania opinii, uwag oraz propozycji dotyczących współpracy z Uczelnią;
 - 3) *panele dyskusyjne oraz omawianie wyników badań i ankiet* - partnerom zewnętrznym zapewnia się dostęp do wyników prowadzonych badań, raportów i ankiet dotyczących jakości kształcenia, a także udział w dyskusji nad ich wynikami, formułowaniu rekomendacji dotyczących doskonalenia procesu kształcenia oraz ocenie sposobu ich wdrożenia tych rekomendacji;
 - 4) *protokółowanie spotkań* - z każdego spotkania sporządza się protokół zawierający główne elementy omawiane podczas spotkania oraz najważniejsze ustalenia podjęte z partnerami zewnętrznymi;
 - 5) *regularność spotkań* – zaleca się planowanie spotkań z partnerami zewnętrznymi w sposób cykliczny, w szczególności poprzez uzgadnianie rocznych harmonogramów spotkań.
2. Wnioski i rekomendacje wypracowane podczas spotkań z partnerami zewnętrznymi są analizowane przez właściwe komisje ds. jakości kształcenia oraz kierowników kierunków i uwzględniane w procesie doskonalenia programów studiów oraz organizacji procesu kształcenia.
3. Dokumentacja dotycząca współpracy z partnerami zewnętrznymi, w tym protokoły spotkań, opinie oraz rekomendacje, jest przechowywana przez właściwe jednostki organizacyjne Uczelni i może stanowić element dokumentacji systemu zapewniania jakości kształcenia.

Pełnomocnik Rektora ds. współpracy z partnerami zewnętrznymi

§ 6

1. Realizacja działań związanych ze współpracą z partnerami zewnętrznymi jest koordynowana przez Prorektora do spraw Rozwoju oraz Pełnomocnika Rektora ds. współpracy z partnerami zewnętrznymi.
2. Do głównych zadań Pełnomocnika należą:
 - 1) *Zarządzanie relacjami biznesowymi* - identyfikacja nowych możliwości, nawiązywanie i utrzymywanie stałej współpracy z partnerami zewnętrznymi, w tym przedsiębiorcami, jednostkami samorządu terytorialnego oraz organizacjami pozarządowymi.
 - 2) *Dopasowanie kształcenia* - współpraca z partnerami zewnętrznymi w zakresie

dostosowania programów studiów do potrzeb rynku pracy, organizacja praktyk studenckich, staży oraz wizyt eksperckich (visiting experts).

- 3) *Reprezentacja uczelni* - reprezentowanie Rektora w kontaktach z partnerami zewnętrznymi oraz w ramach prac Konwentu Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie.
- 4) *Sprawozdawczość* - przygotowywanie rocznych sprawozdań z działalności i analizowanie wyników współpracy.
- 5) *Wykorzystanie wniosków ze spotkań* - wnioski i rekomendacje wypracowane podczas spotkań z partnerami zewnętrznymi powinny być analizowane i uwzględniane w działaniach doskonalących proces kształcenia.

Konwent Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie

§ 7

1. Uniwersytet Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie, realizując swoją misję i strategiczne cele rozwoju, konsekwentnie rozwija swoją działalność w obszarach kształcenia, badań naukowych oraz umiędzynarodowienia, dążąc do stałego umacniania swojej pozycji jako rozpoznawalnego i cenionego niepublicznego ośrodka uniwersyteckiego w Europie. W centrum tych działań pozostaje wysoka jakość kształcenia, łącząca wymiar akademicki i praktyczny, a także tworzenie warunków sprzyjających innowacyjności, interdyscyplinarności i wymianie międzynarodowej. Zgodnie z tą wizją budujemy uniwersytet przyszłości - silnie osadzony w realiach rynku pracy, otwartego na potrzeby społeczne i zdolnego do prowadzenia interdyscyplinarnego dialogu z liderami zmiany.
2. W celu wspierania dialogu Uczelni z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz wzmacniania współpracy z partnerami zewnętrznymi powołuje się Konwent Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie.
3. Szczegółowe zasady funkcjonowania Konwentu Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie, w tym zasady powoływania oraz działania Wydziałowych Rad Partnerów, określi odrębny akt prawny.

§ 8

Opinie i rekomendacje partnerów zewnętrznych stanowią jeden z elementów procesu doskonalenia programów studiów oraz organizacji procesu kształcenia. W szczególności mogą one dotyczyć:

- 1) efektów uczenia się;
- 2) treści programowych;
- 3) form realizacji zajęć;
- 4) praktyk zawodowych;
- 5) kompetencji oczekiwanych przez rynek pracy.

§ 9

1. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem ogłoszenia.
2. Zarządzenie podlega ogłoszeniu zgodnie z przyjętymi w UAFM zasadami, a ponadto każdy

kierownik jednostki organizacyjnej UAFM zobligowany jest do jego przekazania podległym sobie pracownikom.

Rektor

dr hab. Radosław Wiśniewski prof. UAFM

