

# Multis Multum



*Podróże 360°*

*Czy jesteśmy niewolnikami  
nawyków?*

*Magia Świąt czy może  
Visual Merchandising?*

*Dlaczego podwyżki już nie wystarczają?*



**WYŻSZA SZKOŁA ZARZĄDZANIA  
I BANKOWOŚCI W KRAKOWIE**

*Świąt wypełnionych  
radością i miłością,  
niosących spokój i odpoczynek.  
Nowego Roku spełniającego  
wszelkie marzenia, pełnego optymizmu,  
wiary, szczęścia i powodzenia.  
Życzy*



**WYŻSZA SZKOŁA ZARZĄDZANIA  
I BANKOWOŚCI W KRAKOWIE**



# Wesołych Świąt!

Ż okazji nadchodzących świąt Bożego Narodzenia oraz Nowego Roku w imieniu całej Redakcji życzę wszystkim Czytelnikom pogody ducha, wiele radości przy świątecznym stole oraz miłych i spokojnych chwil spędzonych w rodzinnym gronie. Niech nadchodzący 2020 rok przyniesie Wam to, co najpiękniejsze, a każdy dzień będzie lepszy od poprzedniego.

Grudzień to okres, kiedy jesteśmy zabiegani i zajęci przygotowaniami do świąt. Warto jednak zwolnić, znaleźć czas dla siebie, odpocząć i oczywiście sięgnąć do lektury najnowszego wydania *Multis Multum*.

W tym numerze znajdziecie informacje o akcjach, które miały miejsce w WSZiB w Krakowie. Są to m.in. Kampania Go Healthy Girl, Dawcy Szpiku Fundacji DKMS, akcja charytatywna „Studenci Chorym Dzieciom” oraz akcja „Pełna miska” dla zwierzątek ze schroniska. Waszej uwadze polecam również skróty prac dyplomowych naszych absolwentów.

W nowym wydaniu nie zabraknie także działu motywacyjnego. Warto zapoznać się z listą poradników dotyczących samorozwoju, metodami nauki języków obcych oraz z tym jak i dlaczego warto inwestować w siebie.

Ponadto polecam artykuł pt.: „Podróże 360°”, w którym jeden z naszych absolwentów podzielił się z nami swoim doświadczeniem i wrażeniami po wizycie w Maroku.

Na koniec chciałam zachęcić wszystkich do wzięcia udziału w zbiorce pieniędzy dla WOŚP, której finał odbędzie się 12.01.2020 r. Każdy może dołączyć do sztabu Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie.

*Pozdrawiam serdecznie,*

*Redaktor Naczelna „Multis Multum”  
mgr Aneta Idzik-Nowak*

## Redakcja:

Magazyn Kulturalno – Studencki MULTIS MULTUM  
30-079 Kraków; al. Kijowska 14  
www.multis.wszib.edu.pl

Redaktor Naczelna: mgr Aneta Idzik-Nowak,  
a.idzik@wszib.edu.pl

Adiustacja: dr inż. Dominika Woźny

Fotografie: Mateusz Luzar, Grzegorz Ososiński,  
fotolia.com, pexels.com



## SPIS TREŚCI

Inauguracja Roku Akademickiego .....	4
28. finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy .....	6
Kampania Go Healthy Girl .....	7
Biegamy – Pomagamy .....	8
Co ciekawego w WSZiB? .....	10
Wizerunek kobiety w reklamie – analiza wybranych przykładów ....	12
Formy promocji oraz ich wpływ na rozpoznawalność marki Swatch .....	14
Technologie mobilne w zarządzaniu łańcuchem dostaw (...) .....	16
Promocja, reklama, branding i sponsoring imprez masowej na przykładzie piłkarskich Mistrzostw Świata w Rosji .....	18
Podróże 360° .....	20
Dlaczego podwyżki płac już nie wystarczają, żeby zatrzymać pracownika? .....	24
Magia Świąt czy może Visual Merchandising? .....	25
Wpływ portali społecznościowych na nasze życie .....	26
Nigdy nie jest za późno by zacząć od nowa .....	28
Czy jesteśmy niewolnikami nawyków? .....	29
Najlepsza inwestycja, to inwestycja w siebie .....	30
„Mógłbym zrobić wszystko, gdybym tylko wiedział co” - Top 5 książek o samorozwoju .....	32
Nauka języków obcych .....	34
English Corner Lesson 1 .....	35
Świąteczny handmade .....	36
Kącik smakosza - "Super ciacho" .....	37
Karta WSZiBersa! .....	38

# Inauguracja Roku Akademickiego 2019/2020

Pożegnaliśmy wakacje, okres słońca i westchnień nad ciepłym powiewem wiatru.  
Zwarci i gotowi do pracy powróciliśmy na al. Kijowską 14.



To już 25. rok WSZiB w Krakowie, który został rozpoczęty przez Rektora naszej Uczelni, prof. zw. dr hab. inż. Włodzimierza Roszczyńskiego. W dniu 1 października odbyła się Inauguracja studiów stacjonarnych I stopnia. 5 października zainaugurowaliśmy studia niestacjonarne I stopnia, a 12 października studia magisterskie.

W tym roku wszystkie Inauguracje obfitowały w obecność studentów. Mieliśmy zaszczyt poznać nowego Prorektora ds. ogólnych Pana Mecenasa Krzysztofa Roszczyńskiego. Ponadto każdy z obecnych studentów poznał plan działania na nowy Rok Akademicki. Nowa przewodnicząca Samorządu Studentów Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości zachęcała do współpracy wszystkich zgromadzonych przedstawiając krótko obszar działalności Samorządu.

Życzymy wszystkim studentom samych sukcesów i wytrwałości, a całej społeczności WSZiB, w tym jubileuszowym roku akademickim, samych pomyślności i wytrwałości w dążeniu do wyznaczonych celów.



mgr Michał Szafraniec

## 28. finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, czyli 17 lat Sztabu WOŚP Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie – ponad 1.000.000 złotych zebranych dla Orkiestry

**Pierwszy Sztab Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie został utworzony w 2003 roku. Składał się on wówczas z 30 osób - wolontariuszy i obsługi sztabu. Dziś sztab WOŚP WSZiB liczy już ponad 350 osób, którzy co roku grają dla Orkiestry.**



W całej historii Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy sztab współpracował ze wszystkimi krakowskimi uczelniami i dziesiątkami organizacji studenckich. Tradycją stał się już tramwaj Sztabu WOŚP WSZiB, który w dniu finału kursuje po linii nr 8. Na każdy finał przygotowywane są niespodzianki dla wolontariuszy i co roku jest to prawdziwa gratka dla kolekcjonerów gadżetów WOŚP. Były plecaki, portfele, kubki termiczne, parasole, serie breloczków czy skarbonki, a w tym roku będzie coś zupełnie nowego. Za każdym razem dla Wolontariusza, który zbierze największą sumę JM Rektor WSZiB prof. prof. dr hab. inż. Włodzimierz Roszczyniański funduje nagrodę, która zgodnie z tradycją wręczana jest w maju podczas uroczystości Graduacji. Dzięki przychylności Władz Uczelni Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy wpisała się na stałe w działalność Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości.

Sztab WOŚP WSZiB tworzą od wielu lat te same osoby: Michał Szafraniec, Krzysztof Wyżga, Magdalena Bogdanowicz - Szafraniec, Konrad Szlachta i od niedawna Patrycja Żmudzińska.



**Dariusz Ciupiński:** Który to już Twój finał?

**Michał Szafraniec:** Pamiętam jak były przewodniczący Samorządu Studentów Michał Fajkiel zaproponował mi, abym zajął się pomocą i organizacją WOŚP i tak się zaraziłem - to był chyba 2007 rok...

**D.S.:** Już dawno ukończyliście studia w WSZiB, a nadal działacie, dlaczego?

**K.W.:** Jak wspominałeś, każdy z nas skończył edukację, działał w samorządach szkolnych czy uczelnianych. Każdy z nas ma swoje życie, pracę, hobby i rodzinę, ale łączy nas chęć pomocy i działania w corocznej Orkiestrze. Można komuś pomóc, jak również w natłoku obowiązków i ciągłego powtarzania tych samych codziennych czynności spotkać się i jak zawsze pójść po finale na piwo :)

**D.S.:** Wspominałeś coś o hobby?

**K.W.:** Tak, hobby Michała to płyty winylowe, Magdy podróże, Konrada znaczki, a moje... od niedawna oprócz prowadzenia firmy zrobiłem prawo jazdy na autobus i w wolnym czasie jeżdżę krakowskimi autobusami.

**D.S.:** Warto pomagać?

**M.B-S.:** Zawsze warto pomagać! Jak urodził nam się synek w 2018 roku i w szpitalu przyszła pani położna prosząc o wyrażenie zgody na uczestnictwo w programie Powszechnych Przesiewowych Badań Słuchu wykonywanych noworodkom właśnie dzięki Wielkiej Orkiestrze Świątecznej Pomocy to poczułam wielką radość. Zastanawiam się tylko czy wszyscy przeciwnicy WOŚPu nie korzystają z tych czy innych badań... przecież wielokrotnie ratują one życie każdemu z nas.

**D.C.:** Ciężko jest znaleźć Wolontariuszy?

**M.S.:** Bardzo. My mamy już ułatwione zadanie, bo wielu naszych Wolontariuszy kwestuje z nami z roku na rok i mamy nie chwaląc się pewną markę, ale osoba w dzisiejszych czasach, która chce zrobić coś bezinteresownie jest na wagę złota.

**D.C.:** Dużo pracy jest przy organizacji całej imprezy?

**K.S.:** Bardzo dużo - połowa października i cały listopad to spotkania z Wolontariuszami. Grudzień jest miesiącem, w którym załatwiamy sprawy „papierkowe”, a styczeń to już szkolenia, dopinanie wszystkiego na ostatni guzik i WIELKI FINAŁ.

**D.C.:** Nie pozostaje mi nic innego jak życzyć Wam powodzenia i do zobaczenia 12 stycznia 2020 r. podczas FINAŁU!

## Kampania "Go Healthy Girl"

**Kobiece zdrowie intymne bez tabu – w Krakowie ruszyła druga edycja kampanii „Go Healthy Girl”**



mat dostępnych metod zapobiegania wielu chorobom. Podczas serii eksperckich wykładów głównie zostały poruszone tematy związane z profilaktyką zdrowia intymnego m.in. temat wirusa HPV, raka szyjki macicy, raka piersi, a także nietrzymania moczu, ćwiczeń mięśni dna miednicy, infekcji intymnych czy problemów z zajściem w ciążę.

Podczas ubiegłorocznej edycji kampanii w edukacyjnych wykładach wzięło udział ponad 400 kobiet z Krakowa, w tym studentki i pracownicy WSZiB.



**Wykłady z ekspertami, otwarte warsztaty i indywidualne konsultacje – tak właśnie wygląda druga edycja kampanii społecznej „Go Healthy Girl”, która rozpoczęła się 4 października w Bonarce w Krakowie. Inauguracyjny wykład na Uczelniach Wyższych miał miejsce 16 października w Wyższej Szkole Zarządzania i Bankowości. WSZiB po raz drugi gościła w swoich murach przedstawicieli "Go Healthy Girl". Celem akcji jest popularyzacja rzetelnej wiedzy na temat profilaktyki, przebiegu oraz leczenia kobiecych schorzeń intymnych.**

„Go Healthy Girl” to kampania edukacyjna mająca na celu zachęcenie kobiet do regularnych badań ginekologicznych i poszerzenia wiedzy na te-

Kampania „Go Healthy Girl” trwa dwa miesiące. Za pomysłem i realizacją wydarzeń stoi Fundacja Admoveri, która działa przy współpracy z State Street Bank Polska. W realizację kampanii zaangażowało się także wiele firm i instytucji krakowskich.





mgr Aneta Idzik-Nowak

## *Biegamy – Pomagamy*

14 września 2019 roku w wielu miastach w Polsce, w tym w Krakowie odbył się 5. PKO Bieg Charytatywny. Wydarzenie jest ogólnopolską inicjatywą Banku Polskiego PKO, która już od 5 lat odbywa się na stadionach lekkoatletycznych w 12 różnych miastach.

**W biegu biorą udział pięcioosobowe zespoły sztafet starające się przebiec jak największą liczbę okrążeń. Zaangażowanie uczestników zostaje przeliczone na cel charytatywny jakim jest wsparcie edukacji pozaszkolnej dzieci z placówek opiekuńczo-wychowawczych. Środki na ten cel przekazuje Fundacja PKO Banku Polskiego.**



W tym roku zawodnicy rywalizowali na obiektach sportowych w Krakowie, Koszalinie, Warszawie,

Wrocławiu, Białymstoku, Bydgoszczy, Lidzbarku Warmińskim, Łodzi, Lublinie, Poznaniu, Rudzie Śląskiej i Słupsku.

W zawodach wzięło udział 9 248 osób, w tym dorośli i dzieci, pokonując łącznie 44 862 okrążeń stadionów, czyli 17 944 km. W głównym biegu dorosłych wystartowało 5725 zawodników, robiąc w sumie 41 523 okrążenia po bieżni, natomiast w PKO Biegu Charytatywnym Młodych wzięło udział 3 523 dzieci, które przebiegły 3 338 okrążeń.

**„To było potężne wyzwanie organizacyjne, ale podołaliśmy mu i jesteśmy zadowoleni z efektów. Patrząc na rozwój PKO Biegu Charytatywnego, serce rośnie” – twierdzą organizatorzy.**

Po zakończeniu Biegu Charytatywnego PKO w każdym z tych miast odbyły się pikniki rodzinne z wieloma atrakcjami. Każdy mógł znaleźć coś dla siebie: gry i zabawy ruchowe dla dzieci i rodzin, warsztaty pierwszej pomocy czy poczęstunek ze zdrową żywnością.





Kolejną tegoroczną akcją charytatywną był 6. KrwioBIEG Kraków, który odbył się 5 października wzdłuż Bulwarów Wiślanych. Wydarzenie zostało objęte Patronatem Honorowym Rektora Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie.



Start i meta biegu znajdowały się blisko pomnika smoka wawelskiego. Uczestnicy pobiegli w różnych kategoriach:

- 500 m – dzieci,
- 1000 m – młodzież,
- 5 i 10 km - osoby w wieku powyżej 16 lat,
- 5 km marszobiegu z kijkami nordic walking - osoby powyżej 55. roku życia.

Najlepsi biegacze otrzymali pamiątkowe medale.

Małopolski oddział Polskiego Czerwonego Krzyża już po raz szósty zorganizował takie wydarzenie. Uczestnictwo w akcji było symbolicznym wyrazem solidarności z wszystkimi, którzy oddają krew i promują krwiodawstwo.

Sześć lat temu do pierwszego KrwioBIEGU w Krakowie przystąpiło 150 osób. W 2018 roku w imprezie wzięło udział już 907 biegaczy, a w obecnym prawie tysiąc. Dane te oznaczają, że warto organizować tego typu akcje, gdyż coraz więcej osób jest gotowych pomagać.

Większość zawodników bierze udział w takich akcjach charytatywnych bez względu na wygraną, na pomiar czasu, bez klasyfikacji. Co prawda u niektórych pojawia jakaś chęć rywalizacji, niemniej cel dla każdego jest zupełnie inny - liczy się pomoc. Dla każdego uczestnika najważniejsze jest to, że warto biegać, by pomagać innym.

# Co ciekawego w WSZiB?

Niedawno rozpoczęliśmy rok akademicki 2019/2020, a koniec semestru zbliża się już wielkimi krokami. Warto więc wspomnieć o niektórych wydarzeniach, które miały miejsce w WSZiB.

## Akcja DKMS

W dniach 6 i 9 listopada 2019 roku w Wyższej Szkole Zarządzania i Bankowości w Krakowie odbył się Dzień Dawcy Szpiku. Mieliśmy przyjemność zarejestrować 47 osób! Wolontariusze spisali się na medal, a wszystkie rejestracje przebiegły zgodnie z otrzymanymi wytycznymi. Jest nam niezmiernie miło, że WSZiBersi chcą pomagać i mamy nadzieję, że podczas kolejnych Dni Dawcy będzie nas jeszcze więcej!



**DKMS** X  
POKONAJMY NOWOTWORY KRWI

**HANIA,**  
żyje dzięki Dawcy szpiku

**PIOTR,**  
Dawca szpiku

**I TY MOŻESZ URATOWAĆ  
KOMUŚ ŻYCIE!**

ZOSTAŃ POTENCJALNYM DAWCĄ  
KRWIOTWÓRCZYCH KOMÓREK MACIERZYSTYCH

## Akcja charytatywna „Studenci Chorem Dzieciom”

Akcja charytatywna „Studenci Chorem Dzieciom” trwała od 8 listopada do 5 grudnia br.

Jej celem było zebranie środków na stworzenie pierwszego w Polsce szpitalnego kina dla Małych Pacjentów Uniwersyteckiego Szpitala Dziecięcego w Krakowie w Prokocimiu. Jest to szansa na sprawienie chorem dzieciom wielkiej radości. Do akcji zostały zaproszone wszystkie uczelnie wyższe w województwie małopolskim. WSiZB zadeklarowała swój udział w akcji i zaprosiła do zbiórki studentów, wykładowców i pracowników Uczelni.



## Akcja Pełna miska dla zwierzaków ze schroniska!

Wszyscy są dla nas ważni – zarówno potrzebujący ludzie jak i zwierzęta. Zima w schroniskach to ciężki czas dla naszych kudłatych przyjaciół, dlatego Samorząd Studencki WSiZB postanowił wesprzeć Fundację Dla Zwierząt La Fauna. Fundacja podejmuje interwencje w przypadkach złego traktowania zwierząt, złych warunków bytowych czy innych ciężkich sytuacjach. Fundacja jest domem tymczasowym dla zwierzaków, które docelowo szukają swojego prawdziwego domu. Dzięki dobrym sercom studentów WSiZB udało nam się zebrać duże ilości karmy dla zwierząt, koców, zabawek i środków czystości.



# Wizerunek kobiety w reklamie – analiza wybranych przykładów

Skrót pracy  
dyplomowej

Praca licencjacka napisana pod kierunkiem  
prof. dr hab. inż. Barbary Jabłońskiej-Firek  
oraz mgr inż. Joanny Brandys

**W**e współczesnych reklamach najczęściej spotykamy się z trzema typami wizerunków kobiet – wyróżnia się „kobietę panią domu”, „kobietę biznesu” oraz „kobietę uwodzicielkę”.

Wizerunek „kobiety pani domu” często połączony jest z rolą matki i żony. Kobieta zajmuje się domem, sprząta, gotuje, opiekuje się dziećmi. Miejsce, w jakim najczęściej jest przedstawiana to dom lub kuchnia. Zazwyczaj w tego typu reklamach występują kobiety o przeciętnej urodzie, jednak zadbane i schludnie ubrane. Obraz kobiety tradycyjnej najczęściej wykorzystywany jest w reklamach produktów żywnościowych, które matki i żony podają swojej rodzinie w trosce o ich zdrowie i dobre samopoczucie. Kobieta, mama dbająca o dzieci występuje w reklamie Nutelli Energia na start, w której jako opiekunka i troskliwy rodzic musi dopilnować, by dostarczyć rodzinie pełnowartościowe śniadanie, a tym samym zapewnić im energię na cały dzień. Bohaterka znajduje się w kuchni, gdzie przygotowuje posiłek dla bliskich.

W reklamie „kobieta biznesu” przedstawiana jest jako osoba niezależna, stale dążąca do celu. Jest pełna energii, witalności życiowej oraz zdro-



**Zdjęcie 1**

Źródło: Nutella – Energia Na Start 2007,  
<https://www.youtube.com/watch?v=5ph-Ih3y78I>  
(data dostępu 20.12.2018 r.).

wia. Kobieta aktywna zawodowo ma zazwyczaj prestiżową pracę, zajmuje wysokie, nobilitujące stanowisko zawodowe, jest wykwalifikowana i podejmuje się odpowiedzialnych zadań. W reklamach „kobiety biznesu” często są pokazywane przed komputerem, przy biurku. Reklamują telefony komórkowe, ubezpieczenia, fundusze emerytalne oraz konta oszczędnościowe. Nie jest to jednak regułą, nowoczesność polega na łączeniu



Jeśli chcesz więcej  
od życia, wybierz  
**eKonto mobilne**  
z oprocentowaniem

**4%**

w skali roku, do 3000 zł

[mBank.pl](http://mBank.pl) | 801 300 800

Zdjęcie 2  
Reklama firmy mBank

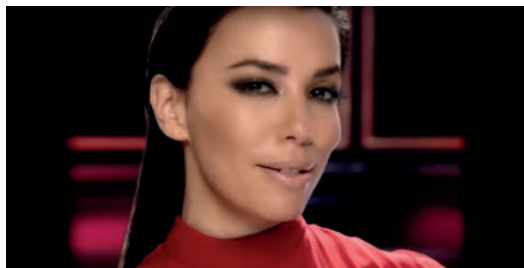
Źródło: Mobilny mBank promuje mobilne konto,

<http://www.portalmedialny.pl/art/45901/mobilny-mbank-promuje-mobilne-konto.html> (data dostępu 18.02.2019 r.)

pracy, życia zawodowego z życiem rodzinnym, pozwala również znaleźć czas na rozrywkę i czas dla siebie. Wizerunek kobiety biznesu opiera się na wszechstronności i uniwersalności. Kampania reklamowa mBanku, podczas której promowane jest mobilne eKonto przedstawia kobietę łączącą wszystkie cechy nowoczesności. Bohaterka jednego ze spotów pod tytułem Szefowa jest pełna energii, osiągnęła sukces zarówno w pracy, jak i w życiu rodzinnym. Zachęcona korzystnym oprocentowaniem na koncie osobistym, decyduje się na zmianę swojego dotychczasowego banku na mBank. Wideo pokazuje urywki z życia kobiety, która znajduje czas na pracę, życie rodzinne, spędzanie czasu z mężem i dziećmi oraz na aktywność fizyczną (Zdjęcie 2). W jej świecie nie ma czasu na nudę i zatrzymywanie się. Celem reklamy jest pokazanie, że mBank nadąża za klientami. Dzięki temu z rozwiązań tego banku mogą korzystać osoby o różnych potrzebach, znajdujące się np. na różnych etapach kariery zawodowej.

Kolejny typ wizerunku kobiety wykorzystywany w reklamach to „kobieta uwodzicielka”. Uroda jest istotnym elementem kobiecej natury. Poprawianie naturalnego wyglądu i doskonalenie swojego zewnętrznego wizerunku to domena pań występujących w reklamach, które chcą być atrakcyjne oraz pociągające pod względem fizycznym. Kobieta uwodzicielka to kobieta pełna szyciu, wdzięku i uroku, której ciężko jest się oprzeć. Zwykle jest to kobieta ubrana w strój, który w sposób szczególny podkreśla jej seksualność. Ten wizerunek kobiet wykorzystywany jest najczęściej w reklamach perfum, kosmetyków i ekskluzywnie

bielizny czy ubrań. Przykładem jest reklama tuszu do rzęs Volume Million Lashes Excess L'Oréal Paris. Bohaterka to młoda i zgrabna kobieta, występuje w obcisłym stroju podkreślającym jej sylwetkę. Głównym elementem reklamy są zbliżenia na idealnie pomalowane, wydłużone i pogrubione rzęsy (Zdjęcie 3). Oczy są jednym z najważniejszych elementów w anatomii przyciągania. Duże oznaczają młodość, energię i zdrowie. Kolorystyka utrzymana jest w wyrazistych kolorach czerwieni i czerni. Kolor czerwony to jeden z najczęściej używanych kolorów w marketingu, stosowany w celu przyciągnięcia uwagi. Jest on dynamiczny, uwodzicielski i pobudza wyobraźnię. Czern natomiast kojarzy się z elegancją, tajemnicą, dyskrecją, a także siłą. Głos kobiety jest zmysłowy i ponętny. W reklamie pojawia się również motyw czerwonej róży, która symbolizuje piękno, rozkosz oraz namiętność.



Zdjęcie 3 Reklama Volume Million Lashes Excess firmy L'Oréal Paris

Źródło: Reklama od L'Oréal Paris, <https://www.youtube.com/watch?v=MaZiBPrRt3h4> (data dostępu 07.07.2019 r.).

# Formy promocji oraz ich wpływ na rozpoznawalność marki Swatch na polskim rynku

Skrót pracy  
dyplomowej



swatch®

Praca licencjacka napisana pod kierunkiem  
dr Justyny Michniak-Szladerba

**G**lobalizacja i szybki przepływ informacji spowodowały znaczny wzrost intensywności promocji dóbr i usług. Przedsiębiorcy dokładają wszelkich starań, by to właśnie ich oferta dotarła do odbiorcy jako pierwsza i nakłoniła go do zakupu oferowanego dobra. W takich warunkach odbiorca – bombardowany różnymi formami promocji – może popełniać błędy w wyborze odpowiedniej dla siebie jakości.

Dobór form promocji jest kluczowy w dążeniu do sukcesu i pozyskiwaniu klientów. Każda marka charakteryzuje się pewnymi cechami, które ją wyróżniają. Są to między innymi nazwa, logo czy stroje firmowe. Wszystkie te elementy tworzą pewien obraz w świadomości klientów. Prawidłowo zaplanowane i wdrażane działania PR są w stanie wpływać na wyobrażenie nabywców o danej marce. Jed-

nym z pierwszych kroków, który należy podjąć budując to wyobrażenie, jest charakterystyka grupy odbiorców produktów (usług). Badania przeprowadzone w firmie Swatch wskazały, że marka oferuje produkty zarówno dla dzieci, dorosłych, jak i tych osób starszych, które nie boją się odważnych rozwiązań. Swatch chce być odbierany jako marka pozytywna, odważna, pełna szczerości i radości. Klient w salonie sprzedażowym ma się czuć jak w domu, a kupowany przez niego produkt powinien odzwierciedlać jego charakter. W ofercie firmy Swatch można więc znaleźć zegarki i inne produkty, które są bardzo charakterystyczne, wyróżniają się designem i kolorami, przyciągają uwagę, a nawet często są kontrowersyjne.

Swatch to szwajcarska marka o charakterze globalnym, która na rynku polskim działa od 2006 roku. Zajmuje się głównie produkcją i sprzedażą zegarków, jak i również biżuterii i okularów. W Polsce



prowadzonych jest 13 salonów firmowych, z których największy znajduje się w Krakowie.

Badania wykazały, że do najczęściej wykorzystywanych form promocji firmy Swatch można zaliczyć działalność w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram), a także reklamy prasowe i outdoorowe (zewnątrzne) takie jak: billboardy, plakaty, reklamy na słupach, reklamy w gazetkach galerii handlowych, czy współpracę ze znanymi osobami ze świata sztuki, sportu i kultury ulicznej.

Najświeższym przykładem jest współpraca Swatch z Lувrem, której efektem jest limitowana edycja zegarków, w skład której wchodzi na przykład model L.E.P - specjalny zegarek z motywem obrazu "Wolność wiodąca lud na barykady" Eugène'a Delacroix, arcydzieła z kolekcji muzeum.

Na podstawie badań można stwierdzić, że wykorzystywane formy promocji mają pozytywny wpływ na rozpoznawalność i wizerunek marki - na większość pytań dotyczących znajomości marki ankietowani odpowiedzieli poprawnie. Pochodzenie marki, jej logo, produkty i formy promocji marki Swatch są dobrze znane respondentom.

Co ciekawe, większość ankietowanych nie widziała nigdy oficjalnej strony internetowej Swatch, która jest jednocześnie sklepem internetowym. Duża część z nich posiada produkty tej marki i jest zadowolona z ich użytkowania oraz z obsługi w salonie. Jednocześnie, większość ankietowanych potwierdziła, że często robi zakupy w Internecie. Można więc wysunąć wniosek, że część klientów kupuje produkty marki w innych miejscach niż oficjalny sklep internetowy Swatch, np. w butikach multibrandowych, na lotniskach, czy na stronach internetowych, na których sprzedawane są różne marki. Taka informacja może być ważnym sygnałem dla firm, aby wsparła promocję swojej strony internetowej.



# *Technologie mobilne w zarządzaniu łańcuchem dostaw na przykładzie firmy General Logistics Systems Poland Sp. z o.o.*

**Skrót pracy  
dyplomowej**

*Praca magisterska napisana  
pod kierunkiem dr Pawła Kawy*

**D**ynamiczny rozwój technologii mobilnych jest jednym ze zjawisk, które kształtują modele, strategie, innowacje i praktyki biznesowe współczesnych przedsiębiorstw. Z jednej strony stanowi on podstawę dla tworzenia łańcuchów wartości dostarczających mobilne urządzenia, systemy, aplikacje czy usługi. Z drugiej zaś strony doprowadza do transformacji modeli i strategii zarządzania łańcuchami dostaw w innych branżach, wywierając wpływ na struktury, funkcje, procesy oraz komponenty zarządcze. Rosnąca złożoność zarządzania łańcuchem dostaw determinuje silną potrzebę stosowania technologii mobilnych. Mobilne technologie odgrywają coraz większą rolę jako źródło przewagi konkurencyjnej globalnych przedsiębiorstw stanowiąc obecnie najbardziej nowoczesny i efektywny kanał komunikacji z rynkiem wśród technologii informacyjnych i komunikacyjnych.

Celem pracy było omówienie zastosowania technologii mobilnych w zarządzaniu łańcuchem dostaw na przykładzie firmy General Logistics Systems Poland Sp. z o.o. (GLS) oraz ich wpływu na jakość świadczonych usług i konkurencyjność na rynku KEP (przesyłek kurierskich, ekspresowych i paczkowych). W tym celu przeprowadzono własne badanie ankietowe wśród 107 pracowników tego przedsiębiorstwa. Znaczną większość, bo aż 95,3% badanych stanowili mężczyźni. Ponad 84% respondentów określiło wpływ technologii mobilnych na jakość świadczonych usług oraz wydajność zarządzania łańcuchem dostaw jako duży lub bardzo duży.

W opinii badanych pracowników do najważniejszych cech posiadanych przez usługi/produkty świadczone przez firmę GLS należą m.in.: możliwość złożenia zamówienia przez Internet (100%), możliwość nadania/odbioru przesyłki w punkcie ParcelShop (100%), możliwość śledzenia przesyłki (99,1%), odbiór przesyłki przez ku-



riera pod wskazanym przez nadawcę adresem (97,2%), informowanie odbiorców o dostawie przesyłki e-mailem/sms-em (96,3%), zmiana terminu lub adresu dostawy (94,4%) oraz opcja doręczenia alternatywnego do najbliższego punktu ParcelShop (92,5%).

rzystaniem nowoczesnych technologii mobilnych. W najbliższym czasie Firma powinna wejść w system dostarczania paczek za pomocą sterowanych mobilnie dronów. Drony mają stać się przyszłością logistyki, dzięki zmniejszeniu kosztów i skróceniu czasu dostawy.



Firma General Logistics Systems Poland Sp. z o.o. posiada własną aplikację mobilną, dzięki której klienci mają dostęp do wielu przydatnych funkcji. Osoby biorące udział w badaniu za najważniejsze z nich uznały: możliwość śledzenia przesyłek (100%), wyszukiwanie punktów ParcelShop GLS (94,40%), skanowanie kodów kreskowych (91%) lub możliwość przekierowania paczki online (89,7%).

Blisko 93% ankietowanych wskazało, że posiadanie przez kurierów technologii mobilnych w postaci urządzeń typu handheld poprawiło wydajność ich pracy. W opinii badanych firma GLS powinna inwestować w rozwój usług i produktów opartych na technologiach mobilnych (95,3%).

Wyniki przeprowadzonego badania ankietowego pokazują jak silny wpływ na zarządzanie oraz rozwój współczesnego przedsiębiorstwa wywierają technologie mobilne. Ich umiejętne wykorzystanie w celu ulepszenia usług oraz ich dostępności jest szansą na pozyskanie nowych klientów oraz stworzenie przewagi konkurencyjnej w branży.

Firma General Logistics Systems Poland Sp. z o.o. jest jednym z europejskich liderów rynku przesyłek kurierskich. Ze względu na dynamiczny rozwój handlu e-commerce skupia swój rozwój na wdrażaniu nowych systemów doręczeń z wyko-

Perspektywę przyszłego rozwoju technologii mobilnych w branży KEP tworzy również rozszerzona rzeczywistość, w której każdy przedmiot może zyskiwać dodatkowe, wartościowe cechy pożądane przez użytkownika. Innym rozwiązaniem w zakresie nowoczesnych technologii jest Automatyczny System Rozpoznawania Mowy (ASR). Nowoczesna technologia pozwala rozpoznać ludzki głos, a następnie przekształcić go na czytelny komunikat dostarczony do oprogramowania. W ten sposób klienci mogą mobilnie sprawdzić status przesyłki, podając tylko numer listu przewozowego bez konieczności połączenia z konsultantem call center. Rozwiązanie stanowi alternatywę dla osób niekorzystających z aplikacji dostępnych na smartfony.

Branża KEP jest niezwykle wymagająca i podatna na ciągły rozwój technologiczny. Konieczność wprowadzania zmian w aspekcie mobilności jest szczególnie dostrzegalna w odniesieniu do rynku B2C (business-to-customer). Współczesny klient oczekuje coraz wyższego poziomu obsługi. Szybki rozwój nowoczesnych technologii informacyjnych prowadzi do technologizacji życia codziennego, za którą muszą podążać firmy kurierskie obsługujące e-klientów.

# ***Promocja, reklama, branding i sponsoring imprezy masowej na przykładzie piłkarskich Mistrzostw Świata 2018 FIFA World Cup Russia TM***

**Skrót pracy  
dyplomowej**

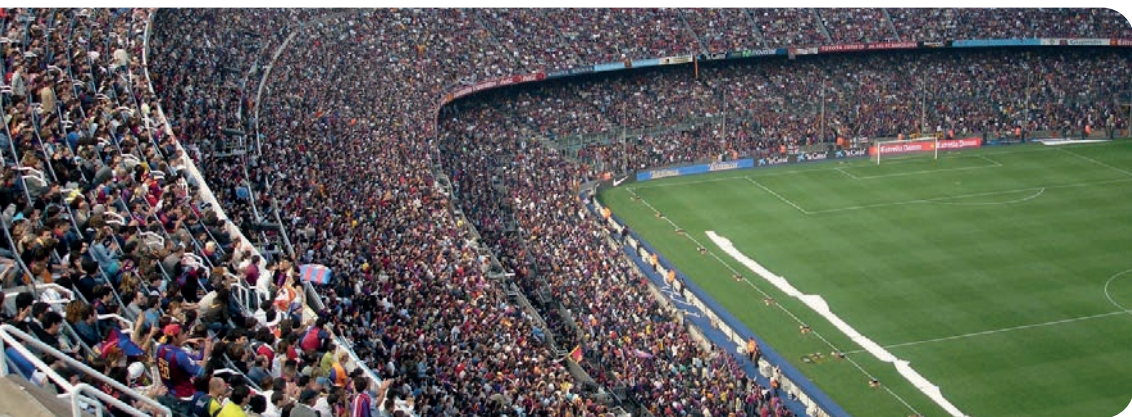
*Praca magisterska napisana  
pod kierunkiem dr Pawła Kawy*

**P**ytania jakie przyświecają podjętym w niniejszej pracy rozważaniom odnoszą się do przygotowań imprezy sportowej i sponsoringu realizowanego na potrzeby turnieju. **Czy opłaca się być sponsorem Mundialu? Czy organizator potrafi dobrze wypromować wydarzenie? Jakie posiada narzędzia do promocji? Czy telewizja zarabia na imprezach masowych?.**

Obecnie trudno znaleźć obszar, gdzie szeroko pojęty marketing byłby nieobecny. Na pewno musi on być bardzo dobrze przygotowany na największe, międzynarodowe imprezy sportowe. Śledząc je, warto zwracać uwagę na aspekty pozasportowe, choćby takie jak oglądalność, która w niektórych przypadkach liczona jest w milionach osób, a wartość kontraktów sponsorskich i praw telewizyjnych często przekracza miliardy dolarów. To pokazuje skalę i potencjał marketingowy, który organizatorzy tego typu imprez starają się wykorzystać. Oprawa graficzna, reklamowanie wy-

darzenia w mediach, uroczyste prezentacje logotypów, dobór kolorów do brandu odgrywają bardzo ważną rolę w promowaniu wydarzeń sportowych. To złożony proces wymagający ogromnego nakładu pracy i synchronizacji. Jednym z wydarzeń spełniających powyższe kryteria bez wątpienia były Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej FIFA Rosja 2018.

W przypadku piłkarskich Mistrzostw Świata 2018 w Rosji zarówno sponsorzy, jak i sponsorowany, to marki międzynarodowe, rozpoznawalne na całym świecie. Dla zrozumienia i zobrazowania poziomu kwot wynikających ze sponsoringu w przypadku piłkarskiego Mundialu 2018 warto przeanalizować sprawozdanie finansowe FIFA. W oficjalnym komunikacie można przeczytać, że 95% przychodów FIFA jest sumą ze sprzedaży praw do transmisji TV, umów sponsorskich i hotelarskich, a także licencji dotyczących FIFA World Cup. Łączne przychody FIFA za okres 2015-2018 to kwota bliska 6 421 mln dolarów, z czego aż 83%



stanowi zysk bezpośrednio związany z Mistrzostwami w Rosji.

W celu zbadania efektywności działań marketingowych wykorzystywanych do promocji imprez sportowych zastosowano ankietę jako metodę badawczą. Pytania w kwestionariuszu dotyczyły głównie marketingu Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej FIFA. Badanie przeprowadzono w maju 2019 r., a więc niespełna rok po Mistrzostwach Świata w Rosji. Kwestionariusz stworzono przy pomocy aplikacji „Dysk Google” i rozesłano do respondentów drogą internetową. W ankiecie odpowiedziało łącznie 60 respondentów. Ankieta skierowana była do osób niezależnie od płci, wykształcenia czy przedziału wiekowego. Wszyscy respondenci to obywatele Polski, a więc państwa, którego Reprezentacja w Piłce Nożnej brała udział w Mistrzostwach Świata FIFA Rosja 2018, co mogło mieć wpływ na poziom znajomości i odbioru niektórych pytań. Przeważającą grupą respondentów pod względem płci były kobiety, które stanowiły 60% (36 osób), mężczyźni stanowili grupę 24 osób, tj. 40% badanych. Ciekawe odpowiedzi, które były źródłem do wysunięcia wniosków, zostały udzielone w pytaniu: „Czy podczas dużych imprez masowych (takich jak: olimpiada, mistrzostwa, koncerty, eventy, zloty), które są w Pana/Pani kręgu zainteresowań, zwraca Pan/Pani uwagę na ich logo i grafikę?” Zdecydowana większość ankietowanych, bo aż 70% odpowiedziało „tak, zwracam uwagę”. Zaledwie 30% ankietowanych udzieliło odpowiedzi przeczącej. Odpowiedzi mogą być pomocne dla organizatorów różnego rodzaju imprez masowych sugerując im, że warto inwestować w odpowiedni image, grafikę, ponieważ większość osób zwraca na te elementy uwagę. Skonfrontowanie pytania „Czy interesuje się Pan/Pani piłką nożną?” z innymi pytaniami z kwestio-

nariusza ankietowego („Czy znane jest Panu/Pani wydarzenie zwane Mistrzostwami Świata w Piłce Nożnej 2018 zorganizowanymi przez Międzynarodową Federację Piłki Nożnej (FIFA)?”, „W jakim państwie zorganizowane zostały Mistrzostwa Świata FIFA w Piłce Nożnej 2018?”, „Z jakimi firmami/markami kojarzą się Panu/Pani Mistrzostwa organizowane przez FIFA?”) pozwoliło m.in. na udowodnienie postawionej tezy, iż nawet grupy ludzi nieinteresujące się piłką nożną bądź interesujące się nią w minimalnym stopniu, kojarzą marki związane z Mistrzostwami Świata FIFA oraz same Mistrzostwa. Zróżnicowanie poziomu zainteresowania piłką nożną wśród ankietowanych było duże. Tylko około 36% ankietowanych deklaruje bardzo duże zainteresowanie piłką nożną na poziomie takim, że śledzi ją regularnie. Pozostałe grupy podchodzą do tego sportu bardziej sceptycznie lub w ogóle się nim nie interesują. Jeśliby zsumować trzy grupy o najmniejszym stopniu zainteresowania to można stwierdzić, że niemal połowa respondentów wykazuje minimalne zamiłowanie piłką lub jego całkowity brak.

Reasumując, można stwierdzić, że impreza masowa jaką były Mistrzostwa Świata FIFA w Piłce Nożnej Rosja 2018 składa się z wielu elementów marketingowych. Wymaga to od organizatorów, którym w tym przypadku była FIFA, przygotowań zakrojonych na szeroką skalę. Przygotowania powinny obejmować: odpowiednie wyprzedzenie czasowe, zaangażowanie dużej ilości specjalistów, wolontariuszy, pracowników działów PR, firm specjalizujących się w dystrybucji, sprzedaży, logistyce. Jak wykazano na przykładzie sponsoringu tego typu imprezy, zaangażowane firmy sponsorujące powinny być z każdej możliwie dostępnej branży, to pozwoli organizatorowi na ogromny zysk finansowy.



inż. Tomasz Kowalkiewicz

## Podróże 360°

*Jestem absolwentem Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie. Bardzo chętnie podzielę się w magazynie studenckim Multis Multum moim hobby i doświadczeniami, które dzięki niemu zdobywam. Być może zainspiruję czytelników do odwiedzenia ciekawych miejsc na świecie.*

**Razem z żoną jesteśmy parą lubiącą podróże. Staramy się zwiedzać świat tak często, jak jest to możliwe. Przeważnie naszym środkiem transportu jest motocykl, czasami samochód, samolot lub po prostu pokonujemy kilometry pieszo – w zależności od potrzeb i odległości.**

Lubimy zwiedzać praktycznie wszystko, jednak najbardziej zamki, opuszczone miejsca czy klimatyczne kościoły. Mocno interesuje nas lista obiektów światowego dziedzictwa UNESCO bo prawie zawsze są one unikalne w skali całego świata. W tym numerze pragnę podzielić się z wami moją ostatnią wizytą w Maroku.

### **Erg Chebbi – prawie jak Sahara**

Celem naszej wycieczki na wschód od Marrakeszu była pustynia Erg Chebbi, będąca przedsiönkiem prawdziwej Sahary. Stwierdziliśmy, że nocleg na pustyni i przejażdżka na wielbłądzie będą ciekawą atrakcją podczas wizyty w tym dość egzotycznym kraju.

Jeszcze przed wylotem z Polski przeglądaliśmy wiele stron w poszukiwaniu ofert i natrafiliśmy na coś, co wydawało się w bardzo ciekawe i polecane przez innych.

### **Erg Chebbi a Sahara**

Zacznijmy od powtórki z geografii i przypomnijmy, czym jest erg. Jest to typowa pustynia piaszczysta z dużymi ilościami lotnego piasku i wydmami formowanymi przez ten piach. Płożona w pobliżu granicy marokańsko-algierskiej. Ma wymiary 28 kilometrów długości na średnio 6 kilometrów szerokości. Jej najwyższe wydmy osiągnęły wysokość 150 metrów – co robi ogromne wrażenie na żywo.

Niestety, wbrew naszym początkowym oczekiwaniom, Erg Chebbi to nie Sahara ani nawet jej część. Znajduje się w obrębie saharjskim, jednak jest otoczona kamienistą pustynią (hamadą) i geograficznie nie ma połączenia z największą pustynią świata.

### **Start wycieczek – Merzouga**

Wszystkie (lub prawie wszystkie) wycieczki na pustynię zaczynają się z pobliskiej osady Merzouga. Nie ma oficjalnych statystyk o jej wielkości, natomiast szacuje się, że mieszka tam około 3000 osób. Praktycznie wszyscy zajmują się obsługą ruchu turystycznego i zapewnianiem podróży różnymi atrakcjami. Dało się to odczuć, gdy wjeżdżając do miasteczka zostaliśmy dosłownie zaatakowani ofertami przez naganiaczy. Niektórzy wręcz wskakiwali nam przed maskę samochodu, byle by tylko przedstawić swoją ofertę. Final-



nie udało nam się z nimi uporać i dojechać do punktu zbiórki naszej „karawany”.

### **Początek wycieczki**

Po dojechaniu do organizatora zapłaciliśmy (35€ od osoby), zostawiliśmy nasze bagaże i samochód. Zabraliśmy ze sobą tylko małe plecaki z wodą i ubraniami na noc, gdyby okazała się być zimna. Odtransportowano nas do miejsca skąd „startowały” wszystkie wycieczki. Do naszego obozu szły 2 karawany po 4 wielbłądy każda, prowadzone przez Berberów. Droga do oazy zajmowała prawie 2 godziny. W tym czasie mieliśmy też przerwę na podziwianie zachodu słońca na pustyni. Niestety słońce nie chciało współpracować, więc można powiedzieć, że zachód się nie udał. Tak to czasem bywa z pogodą. Mimo to, warto było usiąść na chwilę, by nacieszyć się panującą w tym momencie ciszą, spokojem oraz widokami wokół. Piszę „w tym momencie”, ponieważ wbrew pozorom na pustyni nie zawsze łatwo o ciszę, co wyjaśnię później.

### **Obozowe atrakcje i powrót**

Po dotarciu do obozu, który składał się z kilku 8-osobowych namiotów po zmroku została nam podana kolacja. Był to tradycyjny marokański tadjin z kurczakiem i warzywami. Do tego oczywiście była marokańska zielona herbata z miętą. Po kolacji przyszła pora na krótki pokaz berberskiego

śpiewu przy ognisku. Nie ominęły nas też niezbyt wyszukane zagadki (typu: co zrobić, aby włożyć słonia do lodówki). Przed pójściem spać pozwolono nam wyciągnąć polowe łóżka poza namiot. Pełni wrażeń, podziwiając rozgwieżdżone niebo szybko zasnęliśmy. A noc okazała się cieplejsza niż się spodziewaliśmy. Nocleg pod gołym niebem wydawał się być rewelacyjnym pomysłem! Do czasu, gdy w środku nocy musieliśmy uciekać do namiotów przed krwiożerczymi „pustynnymi” komarami.

Rano czekała nas pobudka na wschód słońca. Niestety, ze względu na słabą przejrzystość powietrza i unoszący się piasek (prawdopodobnie z prawdziwej Sahary) nie był on wyraźny. Następnie dostaliśmy słodkie śniadanie (typowe dla Maroka). Po śniadaniu zapakowaliśmy się z powrotem na karawanę składającą się z ośmiu wielbłądów i niespiesznym krokiem wróciliśmy do Merzougi. W trakcie tej drogi zaliczyliśmy jeszcze postój na sesje fotograficzne z wielbłądami.

Czy polecamy tego typu atrakcje? Jak najbardziej! Udział w takiej mini karawanie, gdzie dookoła widać tylko piaski Erg Chebbi jest na pewno ciekawym doświadczeniem. Nocleg na pustyni to też coś, czego w Polsce nie doświadczymy. Mimo tego, że mamy np. Pustynię Błędowską, nie jest to to samo. Czy jest to warte swojej ceny? – ocena indywidualna. My nie żałujemy wydanych pieniędzy na tę wycieczkę.



## Żywiciel okolic

W dawnych czasach pustynia, jaką jest Erg Chebbi (podobnie jak i Sahara) stanowiła tylko utrudnienie przy podróżowaniu między miastami, a także dość nieprzyjazne dla człowieka środowisko. Obecnie kwitnie tam turystyka, niestety robiona w sposób raczej niekontrolowany. Z naszej perspektywy wydawało się, że każdy kto ma pieniądze może zrobić dosłownie wszystko.

Z tego co widzieliśmy w okolicach oprócz karawan i nodegów na pustyni, organizowane były także wyprawy na quadach, buggy, 4x4 i motocyklach crossowych. Można było również zjechać z najwyższych wydym na desce snowboardowej (tego akurat żałujemy, że nie udało się nam spróbować).

Skutkuje to jednak tym, że idąc w karawanie wielbłądów co chwilę byliśmy mijani przez różne pojazdy mechaniczne. Podobnie w nocy – licząc na ciszę i ciemność pustyni często na horyzoncie pojawiały się samochody jadące z lub do obozu. Naprawdę na niejednej polskiej wsi bywa spokojniej. Ale takie są uroki turystyki, z której wszyscy dookoła żyją – i nie jesteśmy hipokrytami, sami byliśmy tego częścią chociaż za pomocą cichszego wielbłądziego transportu.

Jeśli popatrzymy na satelitarny widok Erg Chebbi to spokojnie możemy doliczyć się ponad 100 obozów rozrzuconych na jej niewielkiej powierzchni.

## Przeprawa przez Atlas czyli przełęcz Tizi n'Tichka

Kolejny punkt wycieczki skierowany był bardziej we wschodnią stronę kraju. A że góry Atlas dzielą Maroko – to trzeba było się przez nie przeprawić. Jedna z dróg prowadzi przez malowniczą przełęcz o nazwie Tizi n'Tichka – więc było dość

oczywiste, że tędy pojedziemy. Jest to główna droga łącząca Marrakesz z miastem Warzazat.

## Wrota do Sahary

Droga przez przełęcz była znana już od bardzo dawna. Przechodziły tędy karawany z Sahary – wiozące towary na sprzedaż nad morze. Dopiero w latach 1925-1939, Francuskie wojska zbudowały tutaj szerszą i trochę bardziej bezpieczną drogę, którą mogły przejeżdżać samochody. Na pamiątkę tej inicjatywy postawiono w najwyższym punkcie przełęcz (2260 m n.p.m.) pomnik z tablicą o tym wydarzeniu. Jest to charakterystyczny punkt przełęcz, chociaż nie tak widokowy.

## Wędrowni sprzedawcy kamieni

Droga pomiędzy Marrakeszem a Warzazatem usiana jest sklepami oferującymi piękne minerały czy skamieniałości przeróżnych rozmiarów. Na każdym kroku sprzedawcy oferują turystom te wszystkie produkty. Zatrzymując się przy jednym z widokowych zakrętów, gdzie chcieliśmy zrobić zdjęcia, nagle jak spod ziemi wyrósł pan, który poszedł do betonowego przepustu pod drogą, wyjął garść kamieni i posługując się łamanym angielskim próbował je sprzedawać. Dowiedzieliśmy się, że około 90% sprzedawanych tam minerałów jest gipsowymi podróbkami. Oczywiście istniały prawdziwe okazy, ale nie są one sprzedawane na przydrożnym bazarze w Maroko.

## Niebezpieczna droga

Pomimo tego, że droga obecnie jest dość szeroka to jest ona cały czas górską i krętą drogą usianą przepaściami. W 2012 roku, w pobliżu przełęcz miał miejsce najgorszy w skutkach wypadek drogowy w Maroko. Jako jedną z przyczyn wypad-

ku podano między innymi zły stan dróg. Możliwe, że to właśnie on wymusił remont tej drogi (który trwa cały czas).

### **Droga przelotowa**

Jak już wspomnieliśmy, droga przez przełęcz Tizi n'Tichka łączy zieloną część kraju z tą ukrytą za górami Atlas. Kierując się na przykład w stronę ksaru Ait Ben Haddou, czy sławnych wąwozów Dades i Todra, najprawdopodobniej przejedziecie tą drogą. Warto się tutaj zatrzymać, by nasycić oczy widokiem gór.

### **Dolina Dades – bajkowe miejsce w Maroku**

Jeśli ktoś lubi piękne krajobrazy, a nie ma wystarczająco sił lub chęci, by biegać po górach Atlas to koniecznie musi odwiedzić dolinę Dades. Dolina ta jest chyba niepowtarzalnym miejscem na skale całego Maroku. Została wyrzeźbiona przed rzeką Dades, płynącą z północnego-wschodu w kierunku miasta Warzazat. Jej najbardziej malowniczy fragment to droga pomiędzy miejscowościami Boumalne Dades a Agoudal. Kolorowe skalne ściany pną się prawie pionowo w górę tworząc 200, a czasem i 500-metrowe urwiska.

### **Dolina Tysiąca Kazb**

Dolina rzeki Dades, zwana jest „Doliną Tysiąca Kazb”, czyli takich domów-warowni, w których zazwyczaj żyła jedna bogata rodzina. To właśnie z powodu bardzo dużej ilości kazb wzniesionych na ostrych zboczach doliny dostała ona taką nazwę. Drugą nazwą tego miejsca jest też „Dolina Róż” – która wzięła się od upraw róży damasceńskiej kwitnącej w maju. Wyrabia się z niej głównie różane olejki, ale także inne kosmetyki.

Trasa nie była długa, zajęła nam może 2 godziny spaceru, ale krajobrazy były naprawdę piękne. Złota godzina i pomału zachodzące słońce jeszcze bardziej podkreślały pomarańczowy kolor tych intrygujących formacji skalnych. Patrząc przed siebie, mieliśmy wrażenie, że jesteśmy na Marsie, przynajmniej tak go sobie wyobrażaliśmy.

### **Pałac El-Bahia w Marrakeszu**

Pałac El-Bahia stanowi idealny przykład tego jak wyglądała architektura arabska w XIX wieku. Dokładna data budowy nie jest znana. Niektóre źródła mówią o latach 1866-1867. Pewne jest, że został zaprojektowany przez architekta El Mekki – dla wielkiego wezyra Si Moussy.

Po śmierci Si Moussy (w 1894 roku) pałac przejął jego syn Bou Ahmed. Zatrudnił nowego ar-

chitekta do rozbudowy tego miejsca dla niego samego, 4 żon i 24 konkubin. Wtedy pałac zyskał meczet, łaźnie oraz ogród warzywny.

Niestety Bou Ahmed nie nacieszył się zbyt długo swoją władzą wezyra, ani pięknym budynkiem. Zmarł w 1900 roku i praktycznie od razu po jego śmierci pałac został splądrowany i rozkradziony ze wszystkich kosztowności.



### **Zwiedzanie**

W maju 2019 r. zwiedzanie pałacu Bahia kosztowało 70 MAD (około 7€) od osoby. Przynajmniej to jest cena dla turystów, bo Marokańczycy mają sporo taniej. W związku ze swoim pięknem pałac przyciąga rzesze turystów.

Jedynym minusem jest jego pustość. Dosłownie chodzi się po pustych pomieszczeniach, w których znajdują się tylko inni turyści robiący zdjęcia. Brakuje również więcej informacji odnośnie znajdujących się tam pomieszczeń. Do czego służyły, kto w nich przebywał itp.

Ze swojej strony polecamy wizytę w pałacu El-Bahia zwłaszcza, że zwiedzenie go trwa tylko godzinę, a warto zobaczyć coś takiego na własne oczy.

### **Zapraszamy również na FB**

<https://www.facebook.com/podroze360tk/>, gdzie na bieżąco publikowane są nowe artykuły z podróży z panoramami 360°, dzięki której można zobaczyć wiele miejsc z zupełnie innej perspektywy.

## ***Dlaczego podwyżki płac już nie wystarczają, żeby zatrzymać pracownika?***

*Nie da się ukryć, że w pytaniu tytułowym pobrzmiewa pewna postawa narzekania i tęsknoty za minionymi latami. Pracownik stał się już tak wymagający, że nie chce pieniędzy... Czego on tak właściwie chce? A pracodawcy muszą „głowić się” i szukać innych sposobów, by zatrzymać pracownika. Jakich to czasów doczekaliśmy? Chcieliśmy to mamy. Zachodni rynek pracownika!*



**Lata minione to czasy, kiedy ludzie pracowali w jednym zakładzie przez większość życia. Czekali z utęsknieniem na „kilka stówek” podwyżki i obawiali się rozmów z szefem, czy aby na pewno dalej jest dla nich miejsce w organizacji. Utrata pracy byłaby bardzo bolesna i trudna - z czegoś rodzina musiała żyć. Jest to mocne uogólnienie, lecz mam wrażenie, że jednak dość powszechne. Co takiego się stało, że się to zmieniło?**


Można powiedzieć, że zmieniło się wszystko. Zaczniemy od poprawy warunków życia. Średnio poziom wynagrodzeń znacznie się poprawił. Mamy zapewniony byt i bezpieczeństwo. W naturalny zatem dla funkcjonowania człowieka sposób przemieszczamy się wyżej po piramidzie Masłowa. Ważna dla nas będzie coraz bardziej potrzeba uznania i samorealizacji. Pieniądze wypełniają to w sposób minimalny i bardzo ograniczony.

Oliwy do ognia dolewa zmieniający się charakter pracy. Coraz więcej stanowisk to praca intelektualna, która jeśli ma przynosić oczekiwane rezultaty niesie rewolucję na linii pracodawca-pracownik. To już nie model z PRL, gdzie władczy kierownik dyktuje warunki, a pokorny pracownik słucha i wykonuje to co ma zlecone. Jest to współpraca ze zrozumieniem i poszanowaniem swoich obowiązków i kompetencji. Podwyżka w takiej sytuacji będzie miała ograniczone przełożenie na efektywność. Rzecz jasna przy założeniu, że zarabiamy dobrze (każdy ma swoją indywidualną definicję słowa „dobrze”). Nad-

godziny również są kiepskim remedium - efektywność takiej pracy będzie bardzo niska i będzie spadać z większą ilością godzin. A gdy taka sytuacja zdarza się często może przełożyć się na wypalenie zawodowe, które jest definiowane jako choroba, a nie jako coś z czym można i trzeba żyć.

Pieniądze to tak zwana motywacja zewnętrzna. Zwłaszcza kiedy rośnie konkurencyjność i pracownik czuje się pewnie na rynku pracy. Pieniądze w tej sytuacji nie mają decydującego przełożenia na jego „być” albo „nie być”. Jeśli nasze podstawowe potrzeby życiowe są zapewnione, będziemy szukać odpowiedzi na następujące pytania: Czy ja mogę się tutaj rozwijać? Czy jestem dobry w tym co robię? Czy mój cel życiowy jest odzwierciedlony w tym co robię? Czy mam dobre relacje z ludźmi w pracy? itd. Ważny jest szereg czynników, które dzieją się wewnątrz każdej osoby. Nie są czymś zewnętrznym w stosunku do człowieka jak np. system kar i nagród. To zjawisko nazywamy wzbudzeniem motywacji wewnętrznej. Zadowolająca odpowiedź na powyższe pytania będzie decydującym kryterium, czy ktoś chce pracować w danej firmie czy nie. Kierownicy, którzy jeszcze nie przepracowali w sobie tej zmiany sytuacji mogą swoją osobą i metodami, które stosują przeszkadzać w efektywnej pracy. Obecnie pojawia się to zwłaszcza w firmach, które działają od dziesięcioleci i które święciły sukcesy w poprzednich warunkach na rynku pracy. Teraz już tych sukcesów nie ma? Dlaczego? Czyja to wina? Z pewnością zdemoralizowanego, młodego pokolenia wchodzącego na rynek pracy!





Agata Tomczyk

## *Magia Świąt czy może Visual Merchandising?*

Już nawet trzy sekundy mogą zdecydować o tym, czy wejdziemy do danego sklepu czy nie. W dużej mierze odpowiada za to witryna, często nazywana sercem sklepu. Wzbudza ona ciekawość, a następnie potrzebę dokonania zakupu. To tylko jeden element układanki, dzięki której sklepy osiągną swój cel, mowa tutaj o visual merchandisingu, czyli jak to się potocznie w branży nazywa, o „cichym sprzedawcy”.

**Atmosfera w punktach sprzedaży tworzona jest poprzez działanie na zmysły klienta. Czy nie kupimy chętniej kolejnego kompletu świątecznych bombek, gdy w tle usłyszymy piosenkę „Last Christmas”, pocujemy zapach cynamonowych ciasteczek, a przy tym obok nas stoi idealnie przyozdobiona choinka, na której powieszona są te same bombki, których zakup rozważamy? Do tego przy okazji zwróciliśmy uwagę na ozdobny łańcuch, który idealnie się z nimi komponuje. No właśnie...**

Mowa tutaj o muzyce, zapachu, odpowiednio dobranym oświetleniu, jak i oczywiście o całym układzie i wyposażeniu sklepu. Kluczowym elementem są materiały POS (czyli point of sale – materiały wspierające sprzedaż), uważane za główny sposób komunikacji z klientem, zwłaszcza w punktach sprzedaży o wielkiej powierzchni. Takimi materiałami są np. ceny i plakaty promocyjne. Kompozycja elementów mebli, jak i kolorystyka produktów skomponowana jest tak, by zachęcić nas do podejścia i oglądnięcia. Ich układ jest przemyślany w ten sposób, by ułatwić samoobsługę, jak i skłonienie klienta do zakupu całego kompletu, np. ubrań, razem z dodatkami. Za to odpowiedzialny jest cross merchandising, który wspomaga sprzedaż komplementarną.

Kto za tym wszystkim stoi? Visual merchandisinger, jest on profesjonalnym kreatorem przestrzeni handlowej, dzięki któremu „cichy sprze-

dawca” jest w stanie obsłużyć ogromną liczbę klientów. Na podstawie technik sprzedażowych wykonuje projekt, realizuje go, a następnie nadzoruje jego efekty za pomocą wskaźników sprzedażowych, specjalnych raportów, np. raport bestsellerów czy raport sprzedaży zerowej. Dzięki temu może na bieżąco zmieniać nietrafione elementy ekspozycji, jak i wzmacniać te, które przynoszą pożądane efekty.

Co dzieje się w sytuacji, gdy pomimo wielu prób nadal brak efektów? Większość z nas widziała półki pełne niepasujących do siebie produktów, często nieuporzędowanych i do tego w okazyjnej cenie, prawda? Jest to zrobione specjalnie, by wzbudzić w nas instynkt „łowcy”, gdzie nie liczy się to, co kupujemy, ale to, że nabywamy coś, co sami nieoczekiwanie znaleźliśmy. Często za mniejsze pieniądze. Klient odczuwa wtedy satysfakcję.

Niedbanie o podstawy visual merchandisingu może spowodować poważne konsekwencje względem sprzedaży. Chociażby przypadkowe ułożenie produktów, pomieszanie marek i producentów czy złe ustawienie asortymentu pod względem cenowym, to wszystko wywołuje u klienta wrażenie nieładu i braku logiki przez co zrezygnuje z zakupu. Za jeden z najczęściej popełnianych błędów uważa się brak odpowiedniej komunikacji i logistyki w sklepie. Większości z nas zdarzyło się odłożyć produkt, ponieważ nie mogliśmy znaleźć informacji, ile on kosztuje. Nie od dziś mówi się, że wszystko ma swoją cenę. W tym przypadku ma to podwójne znaczenie.

# Wpływ portali społecznościowych na nasze życie

Na początku 2019 roku liczba użytkowników Facebooka wyniosła ponad 500 milionów, a Instagrama ponad 700 milionów. Codziennie młodzi ludzie korzystają z portali społecznościowych przez co przyglądają się pasmom powodzeń zawodowych i prywatnych innych ludzi. Dla niektórych życie poza portalami społecznościowymi nie istnieje, a codzienne relacjonowanie swojego życia jest czymś powszechnym i obowiązkowym. W telewizji, radio i Internecie można usłyszeć zachęty, aby „dzielić się sobą” i „udostępniać siebie” na portalach internetowych. Niektórzy zauważają, że w wielu sytuacjach istnieje wręcz psychologiczny przymus intensywnego uczestnictwa w życiu cyfrowych społeczności. Badacze Internetu nazywają to zjawisko „fear of missing out”, co tłumaczymy jako „lęk przed pominięciem”. Wielu użytkowników Facebooka czy Instagrama wykształtowało w sobie poczucie, że jeśli przegapią jakąkolwiek informację o tym, co dzieje się w życiu ich znajomych, będzie to miało negatywne konsekwencje dla ich pozycji towarzyskiej. Tego typu mechanizm to prosta droga do uzależnienia się od portali społecznościowych.



Według sondażu przeprowadzonego przez The Royal Society for Public Health (RSPH) w Wielkiej Brytanii (organizacji pozarządowej zajmującej się edukacją w zakresie zdrowia fizycznego i psychicznego) aż 90 proc. młodych ludzi jest aktywnych w portalach społecznościowych. Prawie półtora tysiąca osób w wieku od 14 do 24 lat oceniało popularne serwisy i aplikacje społecznościowe, biorąc pod uwagę m.in. takie zmienne jak: niepokój, depresyjność, poczucie osamotnienia, jakość snu, nękanie w sieci czy wizerunek własnego ciała. Naukowcy badali jak na młodych ludzi wpływa pięć najpopularniejszych portali: Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat i YouTube. W rankingu najniebezpieczniejszego dla zdrowia psychicznego portalu na pierwszym miejscu znalazł się Instagram. Ankietowani podkreślali, że korzystając z aplikacji, czują się mniej pewni siebie i mniej ak-

ceptują swoje ciało. Tak jak w przypadku Facebooka – młodzi porównują się do innych użytkowników, dopatrując w samych sobie niedoskonałości. Instagram pozwala doskonale manipulować wizerunkiem retuszując to, co niewygodne, a podkreślając walory. Aplikacja w prosty sposób przy pomocy filtrów kreuje nierealistyczny wzorzec piękna. Młodzi ludzie, zwłaszcza dojrzewające nastolatki, obsesyjnie dążą do perfekcji. Niezadowolenie z samych siebie, kompleksy i porównania obniżają ich poczucie własnej wartości oraz pewność siebie, a w skrajnych przypadkach doprowadzają do depresji. Poza tym, ludzie którzy nadmiernie korzystają z platform umożliwiających komunikację coraz częściej mają problemy z nawiązywaniem kontaktów w realnym świecie tracąc pewność siebie mając przed sobą drugiego człowieka.

Wiele osób nie zastanawia się nad ograniczeniami prywatności w związku z informacjami jakie podaje publicznie. Często prowadzi to do sytuacji, że obce osoby są w stanie uzyskać szereg prywatnych danych, dzięki którym bez problemu podszywają się pod użytkownika. Skutkiem często są włamania na konta bankowe, kradzieże czy zastraszanie.


Uwagę na ten problem zwróciła belgijska Federacja Sektora Finansowego (Febelfin), która w swojej kampanii w sieci wskazała między innymi na łatwość zdobycia informacji z serwisu takiego jak Facebook.

Nawet pośród pracodawców coraz popularniejsza staje się praktyka dokładnego prześwietlenia kandydatów oraz pracowników pod kątem ich działalności w social media. Rekruterzy dokładnie przyglądają się profilom potencjalnych pracowników i na podstawie tego wyciągają wnioski, które często mogą być mylące, a także krzywdzące. Brak ustawień prywatności, które zablokują przeglądanie treści na profilu obcym osobom, może skutkować również narażeniem się na bycie pociągniętym do odpowiedzialności za swoje długi lub unikanie podatków.

Jest też także druga strona medalu. Social media to nie tylko wady. Facebook i Instagram niosą ze sobą ogromne możliwości i ułatwienia. Do tego w głównej mierze zostały stworzone. Facebook daje możliwość bycia na bieżąco z rodziną, znajomymi oraz nadchodzącymi wydarzeniami. Jest to również miejsce prowadzenia prywatnych rozmów i publikacji zdjęć. Instagram natomiast to portal, w którym dzielimy się swoją fotografią oraz znajdujemy interesujące nas treści od influencerów i celebrytów. Portale społecznościowe służą do zawierania nowych znajomości i łączenia się ludzi o podobnych pasjach. Na Facebooku występują grupy tematyczne, gdzie organizowane są spotkania, wyjazdy, czy rozmowy o wspólnych zainteresowaniach. Poprzez opinie na Facebooku klienci mogą zweryfikować wiarygodność usług, z których chcą skorzystać i sprawdzić poziom satysfakcji innych klientów. Instagram i Facebook to świetne źródło reklamy swojego biznesu.

Aby dobrze korzystać z portali społecznościowych należy być świadomym ich działań. Warto raz na jakiś czas zrobić sobie przerwę od korzystania z Facebooka i Instagrama i spojrzeć na świat z innej perspektywy. Nie stracimy wiele, a możemy zyskać świadomość tego, co tak naprawdę wynosimy z korzystania z portali społecznościowych i w jakich obszarach faktycznie są nam one potrzebne.





Karolina Średnicka

# Nigdy nie jest za późno by zacząć od nowa

Ile razy dopadała Cię przeszłość, dręczyły myśli co można było zrobić lepiej, albo jak czemuś zapobiec? Kiedyś myślenie oznaczało mądrość, dzisiaj często jest największym wrogiem. Przeszłość powinna z założenia dawać tylko lekcję na przyszłość, a nie stawać się jej częścią. Ludzie są niezwykle zagubieni, każdy stara się wyróżnić i być kimś innym, by zwrócić na siebie uwagę. Prawda jest taka, że wszyscy mamy powtarzalne problemy. Sama chęć wyróżnienia się z tłumu jest objawem wewnętrznych kompleksów lub potrzeby bliskości i akceptacji. Powstał taki wygodny nawyk, że każdy ruch jest związany z przeszłością i podświadomą chęcią zmiany tego co kiedyś było złe. Tylko dlaczego ludzie chcą zmieniać terażniejszość? Skąd wiedzą, że jest zła?

**To niestety wielki nawyk ludzkości, patrzenie na terażniejszość jakby działa się kiedyś, jakby patrzyli na nią przez specjalne okulary. Ciężko jest odrzucić w jednej chwili wszystkie uprzedzenia i pozbyć się wszystkich blokad. Wymaga to sporego nakładu pracy i chęci zmiany. Jednak kiedy już się za coś zabieramy warto to wcześniej przemyśleć. Najlepszym sposobem jest nowy start.**

Najprościej go zrobić wtedy, gdy zmieniasz pracę, przeprowadzasz się, czy zaczynasz nowe studia, ale tak naprawdę zawsze jest jakaś okazja. Nic innego nie przychodzi Ci do głowy? Może to być nowy miesiąc, nowy tydzień, urodziny, wesele lub impreza jako ostatnia dobra rozrywka przed zmianą. Dobry początek powinien być jak czysta kartka, bez śmieci z przeszłości. To musi być czas, gdy zaczynasz wszystko od nowa i odrzucasz to co ma związek z przeszłością. Działa to podobnie jak moment, w którym czytasz książkę i nagle się pogubisz, albo czegoś nie zrozumiesz. Co wtedy robisz? Czytasz od nowa! Jeśli panikujesz na myśl o tym, że odrzucając przeszłość nie wyciągniesz wszystkich wniosków pamiętaj, że możesz to zrobić w każdej chwili. Poświęć czas na przeanalizowanie tego co powinno zostać w Twojej głowie jako ważna lekcja, dzięki

której wiele się nauczyłeś. Nie zapomnij zrobić chociaż małego planu działania na nowy start. Jest to pierwszy krok do detoksu Twojego mózgu, a tym samym myślenia. Jedni lubią planować bardziej, inni mniej. Każdy powinien zrobić plan według swoich upodobań. Warto go wykonać z prostej przyczyny – nie będziesz się nudził, więc nie będziesz aż tyle myślał. Dodatkowo jest to doskonała okazja, by zaplanować coś co pozwoli pokonać jakąś Twoją blokadę, wyjść ze strefy komfortu. Pamiętaj, że każde działanie zwiększa chęć, motywację i satysfakcję, a Ty stajesz się szczęśliwszy! Planując i stawiając sobie nowe wyzwania zaczniesz zauważać jak komfort Twojego życia się poprawia. Być może nawet wspomnisz swój pierwszy dzień i stwierdzisz: „dobrze, że wzięłem się za siebie”. Na pewno będziesz z siebie dumny i będziesz miał więcej chęci do pracy nad sobą. Życie nagle przestanie wydawać się takie trudne. Pamiętaj, że masz pełną kontrolę nad tym co robisz, nie ma przymusu. Rób to co kochasz i to co chcesz. Nie bój się popełniać błędów i nie bój się zgubić. Dzisiaj mamy świat, w którym każdy stara się być inną barwą, a w efekcie tworzy tylko zwykły zestaw farb. Nie skupiaj się na tym, by być kolejnym kolorem. Szukaj swojej ścieżki metodą prób i błędów i pamiętaj, nawet jeśli się zgubisz zawsze możesz zacząć od nowa.

# Czy jesteśmy niewolnikami nawyków?

Intuicyjnie rozumiemy czym są nawyki, jednak często nie zdajemy sobie sprawy z tego w jakim stopniu rządzą one naszym życiem i jak bardzo ograniczają naszą sferę wolności. Chociaż lubimy o sobie myśleć jako o ludziach wolnych i świadomie podejmujących swoje decyzje, to czy przypadkiem nie ulegamy złudzeniu będąc w istocie niewolnikami własnych umysłów?

**Według szacunków nawyki wypełniają nawet do 90% naszego zwyczajnego dnia. Koniec końców cały przebieg naszych dni jest odbiciem pewnego schematu – utrwalonego częstym powtarzaniem i wykonywanym automatycznie. Jedzenie śniadania, chodzenie do pracy, wybór ubrań, mycie zębów od prawej strony, ubieranie butów najpierw na prawą nogę czy w końcu słynne wstawanie lewą nogą. To wszystko i wiele innych rzeczy to czynności nawykowe, które zazwyczaj wykonujemy bez udziału świadomości myślami rozwiązując nadchodzące problemy, czy też układając plany na najbliższą przyszłość.**

Z jednej strony nawyki to czynności, które wykonujemy bez udziału świadomości, a zatem dzieją się nie dzięki naszej decyzji, ale niejako poza nami. Za to z drugiej strony, codzienne podejmowanie decyzji o tym, od którego buta zacząć, jaką nogą wstać i które oko otworzyć pierwsze, to niezawodny sposób na rychłe postradanie rozumu. Nawyki z perspektywy ewolucyjnej stanowią pewien rodzaj adaptacyjnego mechanizmu, który odciąża nasz mózg z podejmowania decyzji, co do problemów, z którymi już rutynowo potrafimy sobie radzić. W ten sposób zwalniane są zasoby uwagi i nasz mózg podczas wykonywania czynności automatycznych może pożytkować energię na rozwiązywanie kolejnych problemów i analizowanie innych wydarzeń.

Nawyki potrafią także zmieniać swoje oblicze w czasie. Nawyk pytania rodziców o absolutnie każdą sprawę jaką mieliśmy w dzieciństwie, po osiągnięciu dorosłości w wielu sytuacjach społecznych mógłby wprawić zarówno nas jak i otoczenie w zakłopotanie. Wcześniej jednak pozwalał nam

szybciej i sprawniej poznawać świat, który był dla nas niepojętym cudem. By zatem ocenić czy jakiś nasz nawyk jest destrukcyjny czy adaptacyjny, musimy przeanalizować plusy i minusy jakich doznajemy dzięki jego obecności. Jeżeli minusy przeważają – wówczas należy zastanowić się nad jego zmianą...

I tutaj pojawiają się schody! W końcu ile razy słyszeliśmy z ust znajomych noworoczną deklarację dotyczącą diety, czy uprawiania sportu, zrzucenia kilku kilogramów albo nauki nowego języka? I ileż razy mieliśmy okazję słyszeć tę samą deklarację kilka lat z rzędu? A może sam doznałeś na własnej skórze rozbieżności między tym, czego pragnąłeś a w czym przeszkodził Ci Twój własny umysł?

Otóż trudności, których doznajemy podczas próby wprowadzenia nowego lub usunięcia starego nawyku wynikają ze skąpstwa naszych umysłów. Psychologowie mówią o teorii „skąpca poznawczego”, którym jest nasz mózg. Ze wszelkich sił stara się on unikać nadmiernego wysiłku, co jest imperatywem rodem z dżungli, gdzie każda kaloria mogła ocalić życie naszym „włochatym przodkom”. A jak wiadomo zmuszenie się do wybicia z rutyny dnia codziennego, by wykonywać nową czynność wymaga pewnej energii i samozaparcia. Nasz umysł mając do dyspozycji zasoby mózgu będzie zdolny do racjonalnego wytłumaczenia nam czemu nie opłaca się podejmować tego wysiłku, w końcu na bieganie może być za zimno, ale jak jest za gorąco też nie jest dobrze. Nasz umysł doskonale wie, jak zbić nasze wszystkie argumenty, bo są to w końcu jego argumenty. W takiej sytuacji rodzi się pytanie, na które każdy z nas może odpowiedzieć tylko indywidualnie: czy jesteśmy niewolnikami nawyków?

# Najlepsza inwestycja, to inwestycja w siebie.

Inwestycja zazwyczaj kojarzy się z finansami, bankiem i liczbami. Co by się stało, gdybyś bank zamienił na swój umysł i ciało? Dlaczego nie zainwestować w siebie? Musisz wybrać najlepsze oprocentowanie oraz dobrze ulokować środki, a nakład z pewnością zaprocentuje. Czym jest inwestycja w siebie i czy ona w ogóle się opłaca? Zdecydowanie tak!

**Czym może być inwestycja w siebie? Dla każdego ma ona inną definicję. Dla jednych będzie to rezygnacja z jedzenia słodczy, dla innych poświęcenie więcej czasu na naukę albo odkładanie oszczędności, by móc podróżować i poznawać świat. Jaka to nie będzie inwestycja – na pewno będzie dobra i zaprocentuje.**

**W co warto inwestować?**

## 1. Wiedza

Inwestowanie w swoją wiedzę może przybierać różne formy. Poszerzanie wiedzy i umiejętności nie ogranicza się jedynie do sfery biznesu i szkolnictwa. Istnieje wiele możliwości inwestycji w siebie, które z czasem przynoszą wiele zysków, zwłaszcza materialnych.

Można skorzystać z płatnej edukacji – dodatkowe zajęcia, zaawansowane stopnie naukowe czy odpowiednie certyfikaty. Są to cenne elementy, które z pewnością pomogą w awansie czy zmianie pracy.

Można także zapisać się na darmowe szkolenia i kursy – warsztaty, konferencje czy webinary prowadzone w każdym większym mieście. Warto śledzić tego typu wydarzenia i brać w nich czynny udział.

W obecnych czasach, jeśli nie chcemy wychodzić z domu można rozwijać się online – Internet



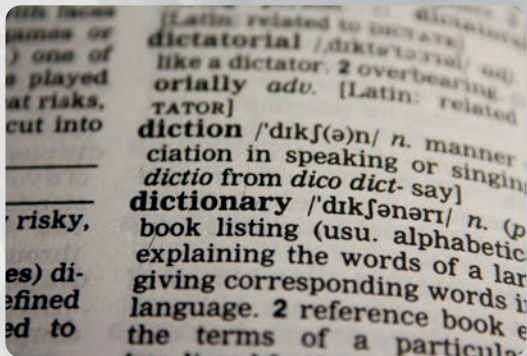
to miejsce, w którym jest dostępnych wiele informacji na każdy temat. Czytanie artykułów, blo-

gów czy udział w kursach online to szybki sposób na rozwój umiejętności.



## 2. Zdrowie

Obecny tryb życia często zmusza nas do wysiłku ponad własne siły, co często odbija się na naszym zdrowiu. Warto pamiętać o zdrowym odżywianiu i odpowiedniej ilości ruchu już od najmłodszych lat. Dostarczanie organizmowi zdrowych składników odżywczych, które są źródłem energii to jeden z kluczowych elementów odpowiedniego stylu życia. Dobre samopoczucie i wygląd to z kolei dobra motywacja do poszerzania swoich umiejętności i chęci poprawy jakości życia. Pamiętajmy, że ciało to bardzo dobra inwestycja, a zdrowe odżywianie i sportowy tryb życia za młodu zapoczątkują nam na starość.



## 3. Nauka języków obcych

Opanowanie innego języka niż ojczysty ma ogromne zalety. Daje wgląd w inną kulturę i pozwala cieszyć się podróżami w większym stopniu. Ponadto wielojęzyczność sprawia, że jesteśmy bardziej wartościowi w miejscu pracy, czyli bardziej pożądanymi i ceniłymi. Na rynku istnieje spora ilość szkół językowych, kursów i podręczników. Dodatkowo, często

firmy inwestują w pracowników opłacając im lekcje językowe. Wygospodarowanie paru godzin tygodniowo czasem nie jest łatwe, za to niezwykle przydatne w dalszej perspektywie.



## 3. Podróże

„Dalekie podróże mają to do siebie, że przywozi się z nich coś zupełnie innego niż to, po co się pojechało.” - Nicolas Bouvier.

Odnosząc się do cytatu szwajcarskiego podróżnika i fotografa, śmiało można stwierdzić, że z podróży nie przywozi się jedynie nagrań, zdjęć i pamiątek. Z wypraw wraca się z pięknymi wspomnieniami, wiedzą i często dystansem do świata i ludzi. Podróżowanie to inwestycja w swój umysł. Dzięki nim kształtujemy swój charakter oraz poglądy. Uczymy się tolerancji, otwartości, ale też wrażliwości, a nawet asertywności. Podróże mają ogromny wpływ na umiejętności językowe. Żadna szkoła nie nauczy nas języka obcego tak dobrze, jak praktyka zdobyta w podróży. Ilu z nas mimo tego, że zna język obcy to jednak „boi się” go używać. Martwi się, że powie coś źle lub nieskładnie, ponieważ nie mówi wystarczająco płynnie. Wizyta za granicą to gwarancja przełamania swoich wewnętrznych barier i osvajania z innymi językami.

Musimy pamiętać, że wiedza i doświadczenie będą miały przełożenie na wielkość naszych sukcesów. Czas włożony we własny rozwój jest równy wielkości sukcesu. Inwestycja w siebie powinna być dla każdego priorytetem. Jeśli komuś brakuje samodyscypliny warto zacząć od małych kroków. Początki nigdy nie są łatwe, dlatego możemy powinniśmy pomyśleć już dziś, że to od nas zależy czy za rok o tej samej porze będziemy np. biegłe mówić po hiszpańsku, czy nadal będziemy tylko o tym marzyć.

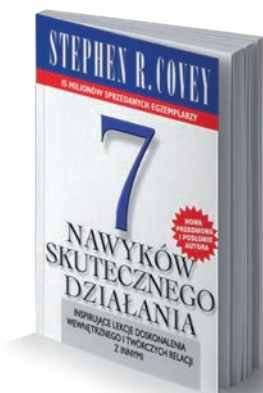
Jedno jest pewne – aby czegoś dokonać musimy postawić na siebie i zainwestować w swój rozwój na różnych płaszczyznach.

# „Mógłbym zrobić wszystko, gdybym tylko wiedział co”

## Top 5 książek o samorozwoju do przeczytania.

Czy można żyć i cieszyć się pełnią życia? Jak ustalić i osiągnąć cele w krótkim czasie? Co jest potrzebne, by pracować wydajniej? Ważne jest ciągłe pogłębianie swojej wiedzy i umiejętności oraz dbanie o samorozwój. Uważam, że jednym z najlepszych „pomocników” w tym zakresie są książki. Wybrałam pięć najlepszych poradników, które pomagają zrobić długo wyczekiwany krok naprzód i poprawić jakość życia.

### 1. „7 nawyków skutecznego działania” Stephen R. Covey



**O książce:** to naukowy przewodnik dla tych, którzy pragną stać się produktywni, posiadać cechy przywódcze i poprawić swoją osobowość. „Książka opisuje siedem podstawowych umiejętności. Autor oferuje czytelnikowi praktyczne narzędzia, które pozwalają lepiej poznać siebie i dowiedzieć się więcej o naszym wpływie na innych ludzi.

**Cecha:** łatwe do zrozumienia metody pomagające ustalić cele i osiągnąć sukces. Praktyczne tabele i diagramy służą lepszej percepcji tekstu.

**Kto powinien przeczytać:** początkujący przedsiębiorcy i „rekiny” biznesu, a także każdy, kto chce usprawnić swój biznes lub życie osobiste.

### 2. „Fenomen poranka”, Hal Elrod





**O książce:** dość powszechne jest odkładanie wielu rzeczy na później. Często odkładamy nawet poranny budzik włączając tzw. „drzemkę”. Amerykański biznesmen i trener Hal Elrod opisał swoje osobiste doświadczenie, w którym postanowił obudzić się wcześniej niż zwykle. Setki tysięcy ludzi na całym świecie poszło w jego ślady. Nauczyli się wcześniej wstawać z łóżka bez większego wysiłku, a teraz mają czas by robić nie tylko znacznie więcej, ale i lepiej. Według autora ta publikacja może pomóc czytelnikowi zniwelować stres, zwiększyć wydajność, poprawić ogólny stan zdrowia i wreszcie stać się tym, kim chcemy.

**Cecha:** uczy optymistycznego myślenia i podejścia do życia.

**Kto powinien przeczytać:** absolutnie każdy, bez wyjątku.

### 3. „Mógłbym zrobić wszystko, gdybym tylko wiedział co”, *Barbara Sher*



**O książce:** aby zacząć żyć realizując swoje marzenia nie potrzebujemy mantr, autohipnozy czy wielu wrodzonych talentów. Potrzebne są tylko praktyczne metody rozwiązywania problemów, umiejętność planowania, odpowiednie cechy charakteru, a także dostęp do niezbędnych materiałów i informacji.

**Cecha:** książka jest pełna optymizmu i skutecznie zachęca do zmian.

**Kto powinien przeczytać:** osoba, która nie ma jasno określonych celów i marzeń, ale chciałaby zacząć się realizować lub odnaleźć głębszy sens życia.

### 4. „Myśl i bogać się”, *Napoleon Hill*

**O książce:** książka jest zbiorem praktycznych wskazówek pozwalających osiągnąć sukces finansowy oraz życiowy. Autor oferuje unikalną filozofię opartą na siedmiu filarach: autohipnoza, wiedza,

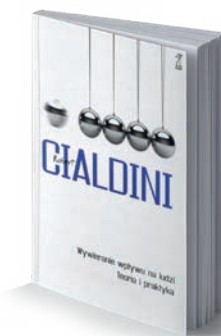
wyobraźnia, praca i sukces, wytrwałość, podświadomość oraz strach. Jego zdaniem są to podstawowe zasady i integralna część szczęścia i bogactwa.



**Cecha:** czytana jednym tchem, zwalcza słabości.

**Kto powinien przeczytać:** wszyscy, którzy szukają swojego przeznaczenia.

### 5. „Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka”, *Robert B. Cialdini*



**O książce:** każdy z nas spotkał się z tym, że nasze prośby nie zostały w żaden sposób wysłuchane, a życzenia pozostały niespełnione. Co robić w takich sytuacjach? Autor książki odpowiada na te pytania oraz daje wskazówki jak szybko i skutecznie rozwiązać najbardziej złożony problem, jak budować relacje z innymi w sposób otwarty, moralny i nienaganny.

**Cecha:** książka pisana jest językiem naukowym z dziedziny psychologii społecznej. Uczy świadomego zauważania metod oddziaływania z zewnątrz.

**Kto powinien przeczytać:** osoby, które zawodowo zajmują się wpływaniem na innych, m.in. dziennikarze, kierownicy, negocjatorzy, specjaliści od reklamy i marketingu, ekonomiści.



Aleksandra Wołowicz

## Nauka języków obcych

*Obecnie znajomość języków obcych jest niezbędna, nie tylko przez to, że dzięki umiejętności posługiwania się więcej niż jednym językiem mamy większe perspektywy, ale też dlatego, że w dzisiejszych czasach mamy nieograniczone możliwości takiej nauki.*

**O zaletach przyswajania języków można mówić wiele. Oczywiście jest, że ich znajomość rozwija nasze kompetencje, poszerza horyzonty, pozwala nam poznawać nowe kultury i ludzi ze świata. Jednak głównie motorem napędowym do uczenia się nowych języków jest dla ludzi zwiększenie swoich zarobków czy znalezienie dobrej pracy.**

W Stanach Zjednoczonych przeprowadzono badania, w których ustalono, że osoby mówiące w więcej niż jednym języku zarabiają nawet 20 tysięcy dolarów więcej bez względu na wykonywaną pracę czy posiadane umiejętności. Pracodawcy pożądamy kandydatów, którzy będą w stanie porozumieć się z partnerami biznesowymi oraz klientami zagranicznymi.

Umiejętność posługiwania się językami obcymi jest przydatna nie tylko w pracy, ale i w obecnych czasach, gdzie podróżowanie staje się dużo prostsze. Znajomość chociaż podstaw angielskiego jest niezbędna, bo w jaki sposób poprosimy o pomoc w obcym państwie, jak zamówimy jedzenie w restauracji?

Rozwój technologii również powoduje, że jesteśmy „bombardowani” coraz to nowszymi zagranicznymi słowami, bez których znajomości korzystanie z wielu urządzeń czy aplikacji mobilnych jest mocno ograniczone.

### Jak zacząć naukę?

Istnieje wiele sposobów. W zależności od motywacji, samozaparcia i umiejętności organizacji pracy naukę należy dostosować do siebie. Osoby, które potrafią zarządzać swoim wolnym czasem mogą zacząć naukę w zaciszu swojego pokoju. Nie trzeba na to przeznaczać ogromnej ilości pieniędzy, wystarczy dostęp do Internetu. Można wymienić tutaj:

- Aplikacje mobilne, które ułatwiają naukę i sprawiają, że staje się ona przyjemniejsza poprzez fiszki, testy czy gry.
- Przyswajanie nowych słówek, struktur gramatycznych przez słuchanie i oglądanie w obcym języku seriali, filmów, podcastów, zagranicznych stacji radiowych, a dla początkujących nawet bajek dla dzieci.
- Granie w obcojęzyczne gry.
- Czytanie zagranicznych książek, artykułów i gazet.
- Korzystanie z kursów językowych (stacjonarnych lub online) czy konwersacji z native speakerami.

Istnieje mnóstwo sposobów na naukę, jednak żaden z nich nie przyniesie oczekiwanych efektów bez regularności, planu działania, ciągłego powtarzania i odpowiednio dopasowanej do naszych potrzeb nauki.



dr inż. Dominika Woźny

# English Corner Lesson 1

## Day after day.

Na podstawie: T. Śmiechowski, Essential English Expressions, Prywatna Oficyna Wydawnicza „Wiedza i Świat”, Warszawa 1994.

**to make one's bed** – pościelić łóżko

*She gets up too late and usually has no time to make her bed.*

**to get ready** – przygotować się

*It takes her an hour to get ready to go out.*

**to have/eat a meal** – zjeść posiłek

*If you want to lose weight you ought to have five small meals a day.*

**to comb one's hair** – czesać się

*Why hasn't she combed her hair? She looks awful!*

**to help sb to sth** – poczęstować, podać coś komuś

*Can I help you to another piece of cake?*

**to eat out** – zjeść w restauracji/poza domem

*We ate out last night.*

**to get tired** – zmęczyć się

*I often get tired if I have to walk a long distance.*

**to take a rest** – odpocząć

*Don't work so hard. Take a rest.*

**to be at one's best** – być w znakomitej formie

*I'm not at my best today. I feel rather tired.*

**to be well** – być zdrowym/czuć się dobrze

*You're so pale. Are you well?*

**to sit up late** – przesiadywać do późna

*He sits up late every night because he's preparing for an exam.*

**to wait up for** – oczekiwać do późna na; za/czekać na

*You needn't wait up for her. She has her own key.*

**to nod off** – zdrzemnąć się

*Do you mind if I nod off for a while?*

**to have/take a nap** – zdrzemnąć się

*He likes to have a nap after dinner.*

**to keep sb awake** – nie dawać komuś spać

*I didn't sleep well last night because cats kept me awake.*

**to fall asleep** – zasnąć

*I went to bed at ten, but I couldn't fall asleep.*

**to keep late hours** – przesiadywać do późna

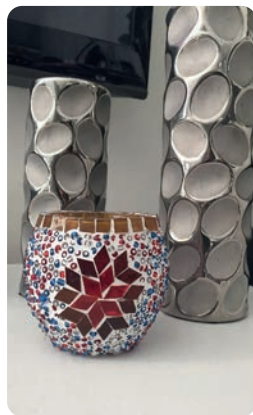
*She's always sleepy because she keeps late hours.*

lic. Aleksandra Sadowska

# Świąteczny handmade

Świąteczne podarunki to odwieczny problem. Jak znaleźć coś niepowtarzalnego, niedrogiego i jednocześnie uniwersalnego? HANDMADE! Zrób własnoręczne upominki świąteczne, które na pewno zapadną w pamięci obdarowanego, a trud włożony w stworzenie unikatowego prezentu z pewnością zostanie doceniony. Poniżej pokażę Wam kilka pomysłów na świąteczny handmade, który jest łatwy do wykonania i niskobudżetowy.

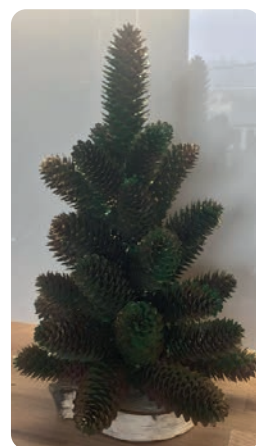
**Oryginalny lampion** będący ozdobą wnętrza wykonany z potłuczonego kolorowego szkła oraz koralików umocowanych trwale klejem na słoiku lub szklance.



**Artystyczna świeczka.** W każdym mieszkaniu znajdują się niedopalone zapachowe, wieloko-



lorowe świece. Wykorzystaj je! Wystarczy je przetopić i stworzyć wielowarstwową nową świecę. Jeśli masz duszę artysty sięgnij po ostrze i ponacinaj fantazyjne kształty, które nadadzą niezwykłego charakteru.



**Choinka z szyszek.** Spacer po lesie to doskonała jesienna aktywność dla ciała i ducha. Spacerując leśnymi ścieżkami na pewno niejednokrotnie rozdeptałeś szyszkę. Tak się składa, że wysuszone szyszki to świetny budulec małych choinek. Do ich stworzenia wystarczy klej, brokatowy zielony spray, drut zamocowany w podstawie wykonanej z drewna lub wieczka od słoika oraz oczywiście szyszki. Całość zajmuje 15 minut, a efekt jest niesamowity.

Koniecznie spróbuj własnych sił i stwórz niepowtarzalny prezent na święta dla swoich bliskich.

# Kącik smakosza

## "Super ciacho"

### Składniki na 2 keksówki:

- 6 jajek
- $\frac{3}{4}$  szklanki cukru
- $\frac{3}{4}$  szklanki oleju lnianego
- $\frac{1}{2}$  łyżki sody
- 1  $\frac{1}{2}$  szklanki mąki
- 3 sztuki twardych jabłek
- Garść orzechów oraz rodzynek



Ubij białka. Stopniowo dodawaj cukier, żółtka oraz olej lniany. Zmniejsz obroty, wsyp sodę oraz mąkę. W międzyczasie obierz i pokrój jabłka na 8 części. Dwie formy „keksówki” wyłóż papierem do pieczenia. Wlej odrobinę masy do foremek i ułóż jabłka wraz z orzechami i rodzynekami. Rozłóż równomiernie ciasto tak, aby naczynia były wypełnione do połowy.

**Wstaw ciasto do piekarnika nagrzanego na 165°C na 65 minut.**

**Po ostygnięciu ciasto jest gotowe :)  
SMACZNEGO !**

# Karta WSZiBersa!

Każdy student ma możliwość przystąpienia do Programu Lojalnościowego, który oferuje dodatkowe przywileje i udogodnienia w ramach studiów w Wyższej Szkole Zarządzania i Bankowości w Krakowie. Największą korzyścią z posiadania karty są rabaty gwarantowane przez naszych partnerów takich jak Termy Krakowskie, Sneakers Studio czy All for body. Aby stać się posiadaczem Karty WSZIBERSA należy zapisać się na studia w WSZiB. Warto śledzić też nasz profil Facebook oraz Instagram ponieważ pojawiają się tam bieżące informacje na temat nowych partnerów i zniżek.

Momentem przystąpienia do programu jest otrzymanie karty, co oznacza, że posługiwanie się samą legitymacją studencką nie wystarcza, by otrzymać zniżkę.

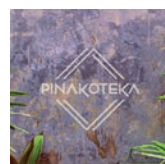
O kartę WSZIBERSA możecie pytać w Biurze Promocji i Przedsiębiorczości WSZiB (pokój 211, II piętro).

**Listę naszych partnerów oraz zniżki znajdziecie na stronie:**  
[www.wszib.edu.pl/studenci/wszibers/wszibers-partnerzy/](http://www.wszib.edu.pl/studenci/wszibers/wszibers-partnerzy/)



## WYŻSZA SZKOŁA ZARZĄDZANIA I BANKOWOŚCI W KRAKOWIE

**YesSport**



# Sudoku

czyli ćwiczenie dla mózgu

## Jak grać w Sudoku?

Kwadratowa plansza jest podzielona na dziewięć identycznych kwadratów 3 x 3 - w każdym z nich znajduje się dziewięć komórek.

Twoim zadaniem jest wypełnienie wszystkich komórek planszy cyframi od 1 do 9. W każdym wierszu i każdej kolumnie dana cyfra może występować jedynie raz.

1		3	8			9	4	
8	4	5		3		2	7	6
	6			4	2	3	8	
	1	4	6	9			2	
3	5							
6	8	9	3	2	5		1	
4	9	6	1				5	2
2			4					7
5	7	1	2				3	

8	1		5	4		7	3	
	9					6	4	
6		4		9	7			8
2		6	4				1	
4				2		3	8	6
	8	3	9	6		2		4
5		1	8		9	4	6	
3		8	6				9	
		7		1	4			





# WYŻSZA SZKOŁA ZARZĄDZANIA I BANKOWOŚCI W KRAKOWIE



[www.wszib.edu.pl](http://www.wszib.edu.pl)



@wszib