

RAPORT PROJEKTOWY KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA

MEET THE CULTURE



UNIwersYTET
WARMIŃSKO-MAZURSKI
W OLSZTYNIE



ANALIZA
I KREOWANIE
TRENDÓW

STRUKTURA RAPORTU

1. Zespół projektowy
2. Empatyzacja
3. Matryca propozycji wartości i wyzwanie projektowe
4. Ideacja
5. Prototyp rozwiązania
6. Testowanie prototypu i optymalizacja
7. Service blueprint
8. Rozwiązania i rekomendacje

ZESPÓŁ PROJEKTOWY- STUDENCI ANALIZY I KREOWANIA TRENDÓW III ROK



**Sylwia
Godlewska**



**Adrianna
Kubicka**



**Ewa
Chmieleńska**



**Dominika
Kostrzewa**



**Anna
Zan**



**Damian
Oborski**



**Anna
Czerniawska**



**Weronika
Alicka**



**Karol
Filochowski**

EMPATYZACJA

1. DESK RESEARCH

kierunki i wyniki badań

2. ANALIZA TRENDÓW

kluczowych dla opracowanego rozwiązania

3. ANALIZA SWOT

na podstawie mapy kontekstu

4. WYWIADY I WNIOSKI

na podstawie mapy empatii

5. PERSONY

DESK RESEARCH

Badany problem: komunikacja

Wyniki: Studenci zagraniczni komunikują się po angielsku, idzie im to dobrze, polskiego się uczą, ale za krótko żeby się nim porozumiewać komunikują się między sobą, bo studiują razem. Mają grupę na WhatsAppie, na Facebooku i Messengerze, ale są to grupy zamknięte dla Polaków.

Badana potrzeba: Wydział Nauki o Żywności- miejsce do gotowania i eventów

Wyniki: wydział ma jak nam pomóc, mają miejsce jadalniane na dużą ilość studentów oraz mniejszą, w której można gotować i jeść; są bardzo chętni do pomocy i integracji; współpracują z niektórymi właścicielami restauracji; mają studentów, którzy interesują się kuchnią międzynarodową.

Badane potrzeby/ problemy studentów zagranicznych

Wyniki: chcieliby dołączyć do kół naukowych i do drużyn sportowych; brakuje im ich domowego jedzenia; chcieliby pokoje do nauki, gdzie mogliby pracować z Polakami; narzekają na funkcjonowanie wydziału medycyny, ale sam wydział im się podoba; często odwiedzają Kortowo, chodzą nad jezioro zazwyczaj grupowo; mieszkają daleko od Kortowa; nie mają możliwości integracji oprócz klubów; integrują się z polskimi studentami, głównie z Wydziału Lekarskiego.



ANALIZA TRENDÓW

TRENDY WSPIERAJĄCE

DOBROSTAN PSYCHICZNY ORAZ ROZWÓJ PASJI - doskonalenie zalet człowieka, które wpływają na poczucie stabilizacji i bezpieczeństwa.

ZWIĘKSZONY DOSTĘP DO WIEDZY - stały rozwój pozytywnie wpływa na społeczeństwo, które chce poznawać nowe kultury i funkcjonalność ludzi innych krajów.

GLOBALIZACJA - umożliwia integrację z innymi ludźmi. Tym samym zacierają się bariery komunikacyjne, co sprzyja mniejszemu ryzyku konfliktów.

POPULARYZACJA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH - wspomagają reklamę, a zarazem są cennym źródłem informacji. Wspierają w podtrzymywaniu kontaktów.

RÓŻNORODNOŚĆ- odmienność, niejednorodność. To wszystkie cechy, które wpływają na naszą wyjątkowość i na to kim jesteśmy. Nasza płeć, wiek, pochodzenie, orientacja, religia, status niepełnosprawności czy przekonania. To wszystko nas wyróżnia i sprawia, że każdy z nas jest inny, każdy jest po prostu sobą.

INKULZYWNOŚĆ- oznacza sposób zachowania, który uwzględnia, szanuje i akceptuje różnorodność. Czyli to kim jesteśmy. To gotowość do uczenia się. Zrozumienia oraz wspierania różnic i wyjątkowości, które nas definiują. Dlatego, aby budować zróżnicowane zespoły musimy nauczyć się współpracować z osobami o różnych narodowościach i kulturach

ANALIZA TRENDÓW

TRENDY OSŁABIAJĄCE

RASIZM- poczucie wyższości jednych ras nad drugimi.

STEREOTYPOWOŚĆ- przypisywanie cech negatywnych i postrzeganie w sposób negatywny człowieka, grupy osób.

INNOŚĆ, ODMIENNOŚĆ, RÓŻNORODNOŚĆ- trend różnorodności przeznaczony na działania negatywne

PANDEMIA- strach przed kontaktem z ludźmi, integracją; pogorszenie kondycji psychicznej, dobrostanu psychicznego.

SYTUACJA POLITYCZNO-GOSPODARCZA PAŃSTWA - niepoprawne działania polityczne i gospodarcze wpływają na jakość życia ich mieszkańców. To często nie pozwala na swobodne funkcjonowanie społeczeństwa.

NISKA SAMOOCENA - blokuje u człowieka chęć rozwoju osobistego. Zaniża poczucie własnej wartości, wywołując brak chęci do życia - izolację.

ANALIZA SWOT

MOCNE STRONY

Mamy "wolną rękę" w planowaniu,

studenci są otwarci na współpracę,

doświadczenie w planowaniu eventów,

doświadczenie w projektowaniu usług,

SŁABE STRONY

Mamy mało informacji o studentach zagranicznych,

ciężko jest się z nimi skontaktować,

studenci zagraniczni nie integrują się z innymi studentami,

władze uniwersytetu rzadko wcielają pomysły studentów "w życie",

SZANSE

Może powstać fajne miejsce spotkań,

polscy studenci mogą zacząć się integrować z zagranicznymi,

jest dużo działań powiązanych ze studentami zagranicznymi,

wyróżnienie uczelni,

więcej osób zainteresowanych studiowaniem na UWM.

ZAGROŻENIA

Obcy ludzie mogą zniszczyć jakieś miejsca na Kortowie,

warunki pogodowe,

konkurencyjne wydarzenia,

niechęć studentów i brak zainteresowania naszą usługą,

WYWIADY I WNIOSKI

Większość przepytanych studentów zagranicznych na naszym Uniwersytecie czuje się dobrze. Główne problemy, które dotyczą ich na co dzień to: **bariera językowa, specyfika działania konkretnych wydziałów, brak oznakowań w języku angielskim oraz słaba komunikacja i integracja ze studentami z Polski.**

Zapytani o zmiany, które chętnie wprowadziliby na UWM podali kilka pomysłów, w tym: **powstanie kuchni w akademikach, więcej zorganizowanych eventów integrujących studentów zagranicznych oraz polskich oraz sposób prowadzenia zajęć.**

Ponad 50% pytanych zaznaczyło, że nie spędza czasu ze studentami z Polski. Wszyscy odpowiedzieli, że spędzają wolny czas w Kortowie lub głównie w Kortowie i to właśnie tam powinny powstać miejsca i eventy angażujące studentów z różnych krajów.

Studenci stwierdzili także, że **brakuje im ich domowych kuchni, wspólnych pokoiów do nauki i interakcji z polskimi studentami.**

Posiłki spożywają głównie w restauracjach lub w domu, rzadko na przestrzeni uniwersytetu, ze względu na brak atrakcyjnych miejsc.



PERSONY

Co widzi w swoim otoczeniu? Jakie widzi problemy? Co jej się podoba, a co jej się nie podoba?

Nie widzi wielu problemów, nie czuje dużej potrzeby integracji, czuje się dobrze w otoczeniu studentów z którymi studiuje. Gdy ma możliwości, idzie ze znajomymi na Kortowo, widzi tam wielu integrujących się studentów.

Co myśli o naszej usłudze?

Widzi naszą usługę jako dostępną opcję spędzenia czasu, ale nie jest przekonana czy chce z niej skorzystać.

Jakie ma cele związane z usługą?

Chce poznać nowych ludzi, zintegrować się.

Jakie może mieć problemy związane z naszą usługą?

Boi się, że nie będzie miała bliższego towarzystwa na evencie.

W jaki sposób moglibyśmy rozwiązać problem związany z naszą usługą?

Zaangażować jej znajomych do wzięcia udziału w evencie, by nie czuła obawy.

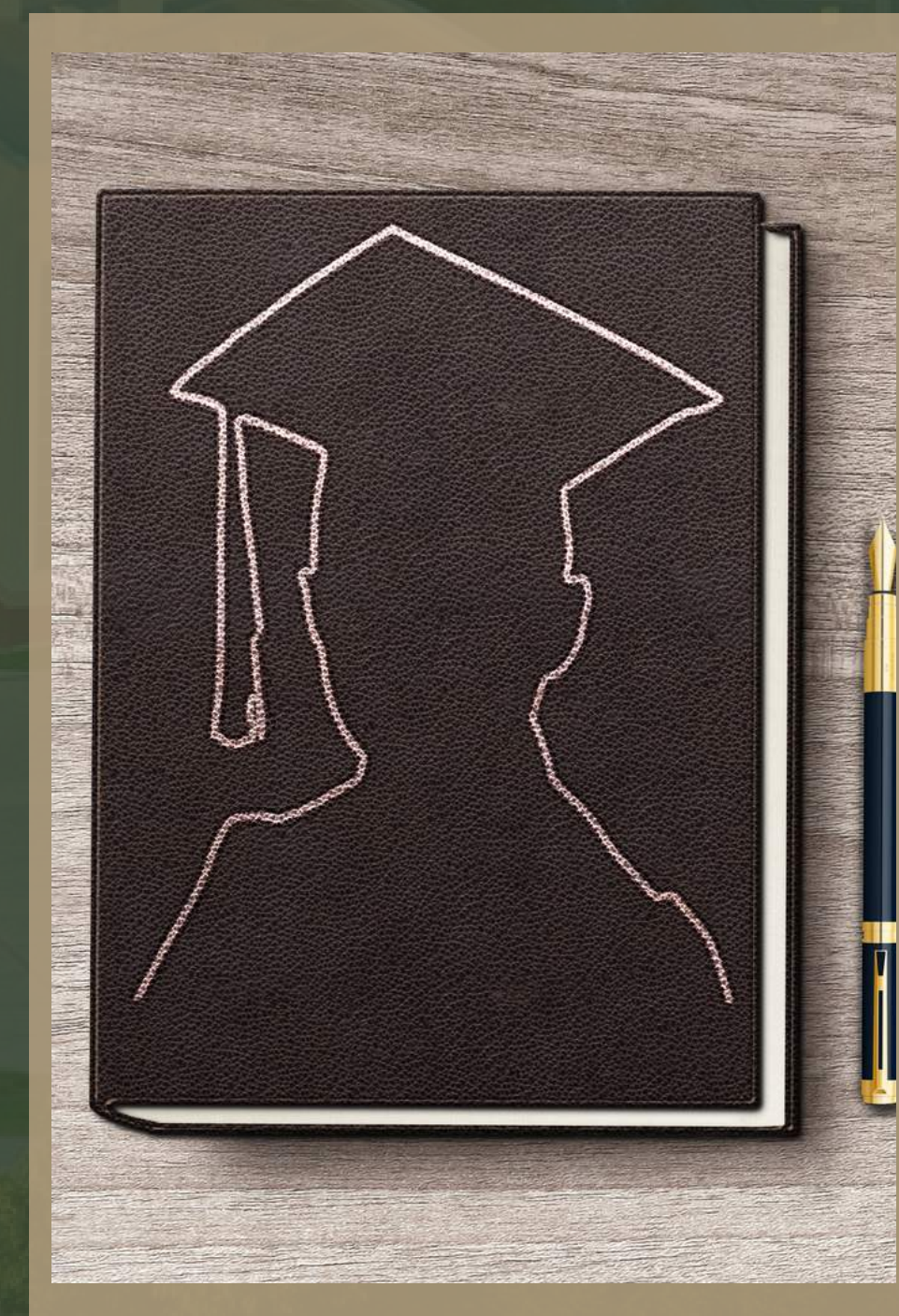
Imię: Elif

Wiek: 27 lat

Pochodzenie: Turcja

Wykształcenie: wyższe

Wykonywana praca: barista



PERSONY

Co widzi w swoim otoczeniu?

Brak możliwości integracji z innymi studentami. Podoba mu się Olsztyn. Chciały chodzić na imprezy w plenerze oraz korzystać z uroków Kortowa i spędzać dużo czasu na plaży. Wieczorami ogląda seriale na Netflixie, ale wolałby ten czas spędzać ze znajomymi.

Co myśli o naszej usłudze?

Myśli, że mógłby tam poznać wielu ciekawych ludzi, ale nie jest przekonany, czy chce wziąć w niej udział, bo ma ciekawsze rzeczy do zrobienia...

Jakie ma cele związane z usługą?

Hugo chciałby poszerzyć grono swoich znajomych oraz znaleźć na Polskiej ziemi miłość swojego życia.

Jakie może mieć problemy związane z naszą usługą?

Problemy z komunikacją, brak zainteresowania naszą usługą, konkurencyjne formy spędzania wolnego czasu.

W jaki sposób moglibyśmy rozwiązać problem związany z naszą usługą?

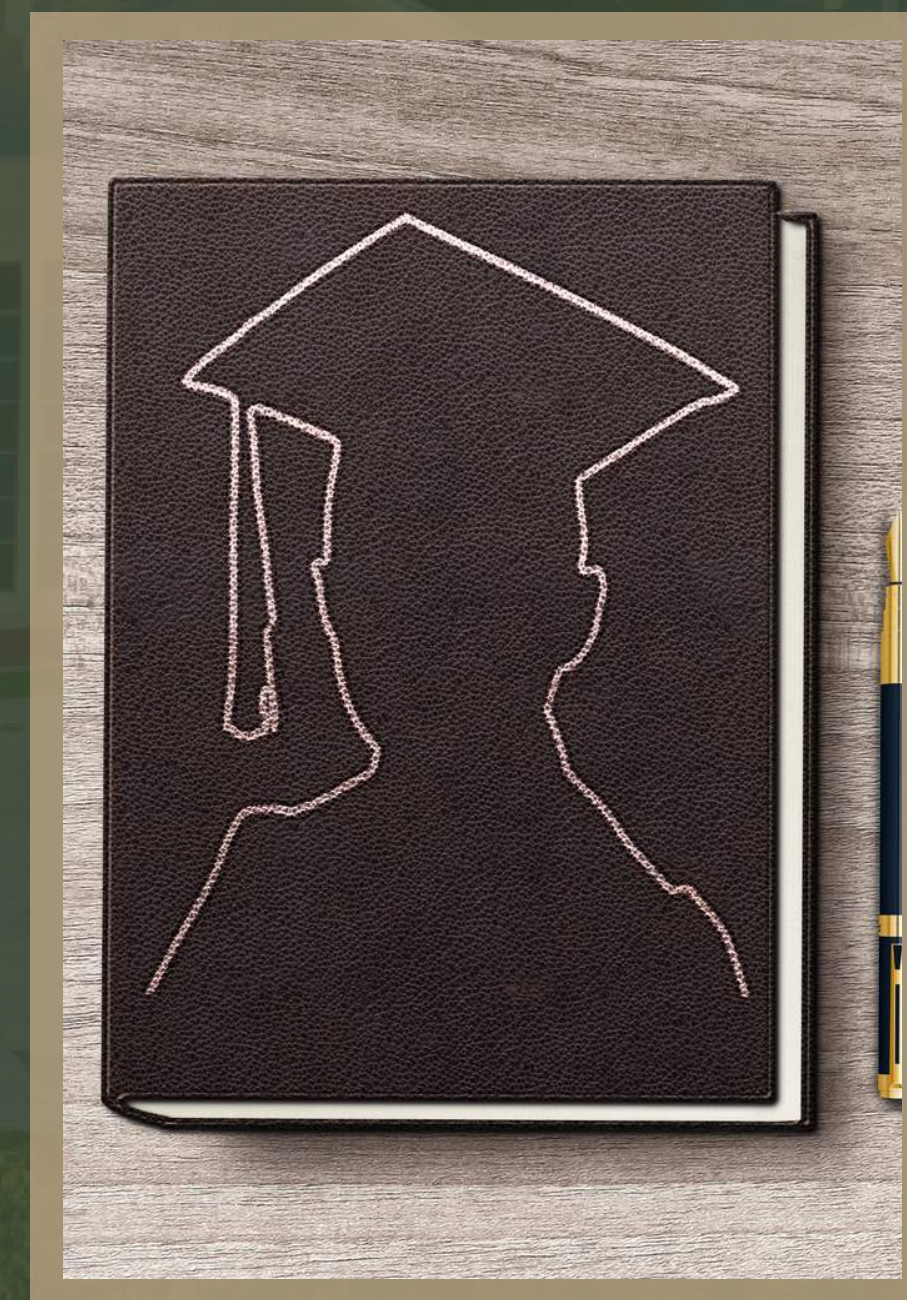
Śledzenie konkurencyjnych imprez, tłumaczenia informacji i pomoc w komunikacji, odpowiedni wybór terminu naszego przedsięwzięcia.

Imię: Hugo

Wiek: 27 lat

Wykształcenie: wyższe

Pochodzenie: Hiszpania



An aerial photograph of a modern, multi-story building with a prominent green roof. The building features large glass windows and a central courtyard area with a lawn and some structures. The image is overlaid with a semi-transparent dark green filter. The text is positioned on the left side of the image.

MATRYCA PROPOZYCJI I WYZWANIE PROJEKTOWE

KLUCZOWE PROBLEMY,
POTRZEBY I KORZYŚCI
pytanie generatywne

KLUCZOWE PROBLEMY, POTRZEBY I KORZYŚCI

Matryca propozycji wartości uwzględnia trzy czynniki, problemy, korzyści oraz potrzeby. Podczas jej tworzenia zaczęliśmy od głównych problemów, które mogą wpływać negatywnie na obcokrajowców i będą przeszkodą w integracji międzykulturowej jak również w poprawnym działaniu naszego rozwiązania. Z naszych obserwacji, analizy oraz wywiadów wyłoniliśmy główny problem, którym jest **komunikacja** jest ona kluczowa aby osiągnąć i zrealizować cel, którym jest integracja międzykulturowa, bowiem bez odpowiedniej, zrozumiałej komunikacji jakakolwiek integracja nie wystąpi.

Równie ważnym problemem jest nieśmiałość wynikająca z indywidualnych cech jednostki czy nowym środowiskiem w którym osoba odmienna kulturowo przebywa, może to wpłynąć na poczucie wykluczenia społecznego co również jest ważnym elementem, który w znaczącym stopniu wpływa na integrację i poznawanie nowych osób odmiennych kulturowo. Dodatkowo jeśli osoba jest sama bez znajomych tym bardziej jest to trudne. Poboczne problemy, które wyróżniliśmy to konkurencyjne wydarzenia w tym samym czasie oraz problemy obcokrajowców z poruszaniem się po mieście co może skutkować problemem z dotarciem na miejsce wydarzenia.



KLUCZOWE PROBLEMY, POTRZEBY I KORZYŚCI

Korzyści to następny punkt matrycy propozycji wartości, wśród nich wyłoniliśmy zdobycie wiedzy i samorozwój poprzez poznawanie nowych ludzi ich języka i kultury. Nasz projekt umożliwi obcokrajowcom poznanie nowych miejsc oraz da im możliwość konkurencji i rywalizacji w różnorodnych zawodach i grach. Być może dzięki temu odkryją swoje nowe hobby a integracja i poczucie wspólnoty z ludźmi odmiennej kultury zapewni im wspomnienia na całe życie.

Ostatnim elementem matrycy propozycji wartości są **potrzeby** na które odpowiada nasz projekt. Umożliwi on przede wszystkim możliwość cyklicznych imprez i spotkań, które będą oferowały uczestnikom rozrywkę i miłe spędzenie wolnego czasu.

Wydarzenia będą dawały możliwości samorozwoju poprzez naukę od innych ale również poznanie siebie i innych w nowych, niecodziennych sytuacjach. Integracja osób odmiennych kulturowo rozwinię w uczestnikach i będzie szerzyć akceptację i równość wobec innych kultur.

Wyzwaniem projektowym było dla nas przede wszystkim pomóc w zintegrowaniu się osób odmiennych kulturowo z innymi osobami odmiennej kultury głównie Polakami tak, aby poczuli się mniej wykluczeni, zawarli nowe znajomości i poznali inną kulturę.





PYTANIE GENERATYWNE

JAK MOŻEMY POMÓC STUDENTOM ZAGRANICZNYM ROZWIĄZAĆ PROBLEM Z ODIZOLOWANIEM I ZASPOKOIĆ POTRZEBĘ INTEGRACJI, TAK ABY POCZULI SIĘ POCZULI SIĘ MNIEJ WYKLUCZENI, ZAWARLI NOWE ZNAJOMOŚCI I POZNALI INNĄ KULTURĘ?

IDEACJA

1. WYNIKI BURZY MÓZGÓW

2. KARTY KONCEPTÓW

WYNIKI BURZY MÓZGÓW

Na tym etapie przeprowadziliśmy burzę mózgów metodą 6-3-5.

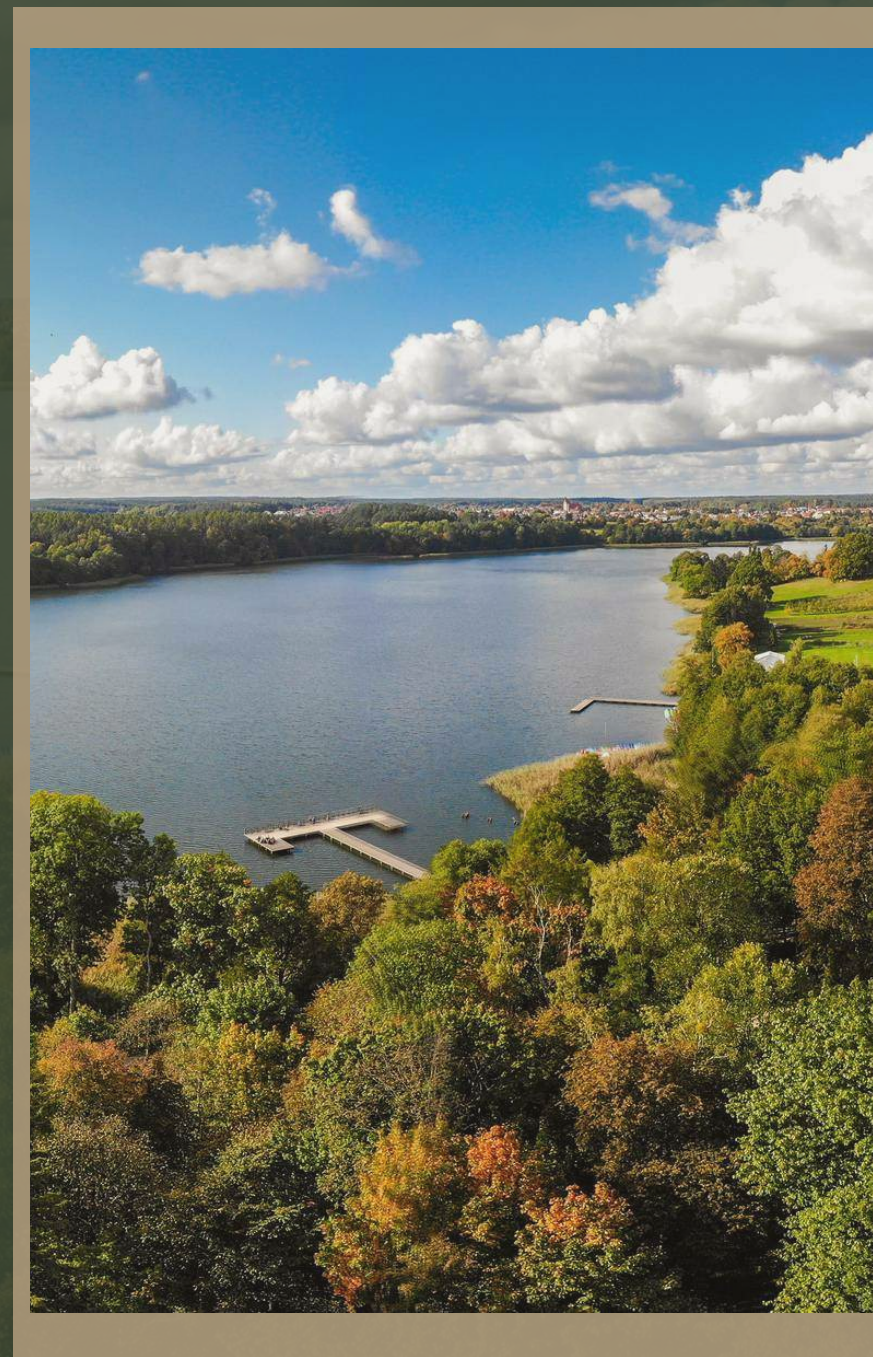
Wygenerowaliśmy pomysły, które można było podzielić na 4 kategorie:

Imprezy:

- Wyjścia do barów
- Karaoke
- Gry planszowe
- Noc filmowa na plaży kortowskiej lub na hali na sportowej przy ulicy Prawocheńskiego

Sport:

- Zawody sportowe
- Gra terenowa
- Gry charakterystyczne dla poszczególnych kultur
- Tory przeszkód



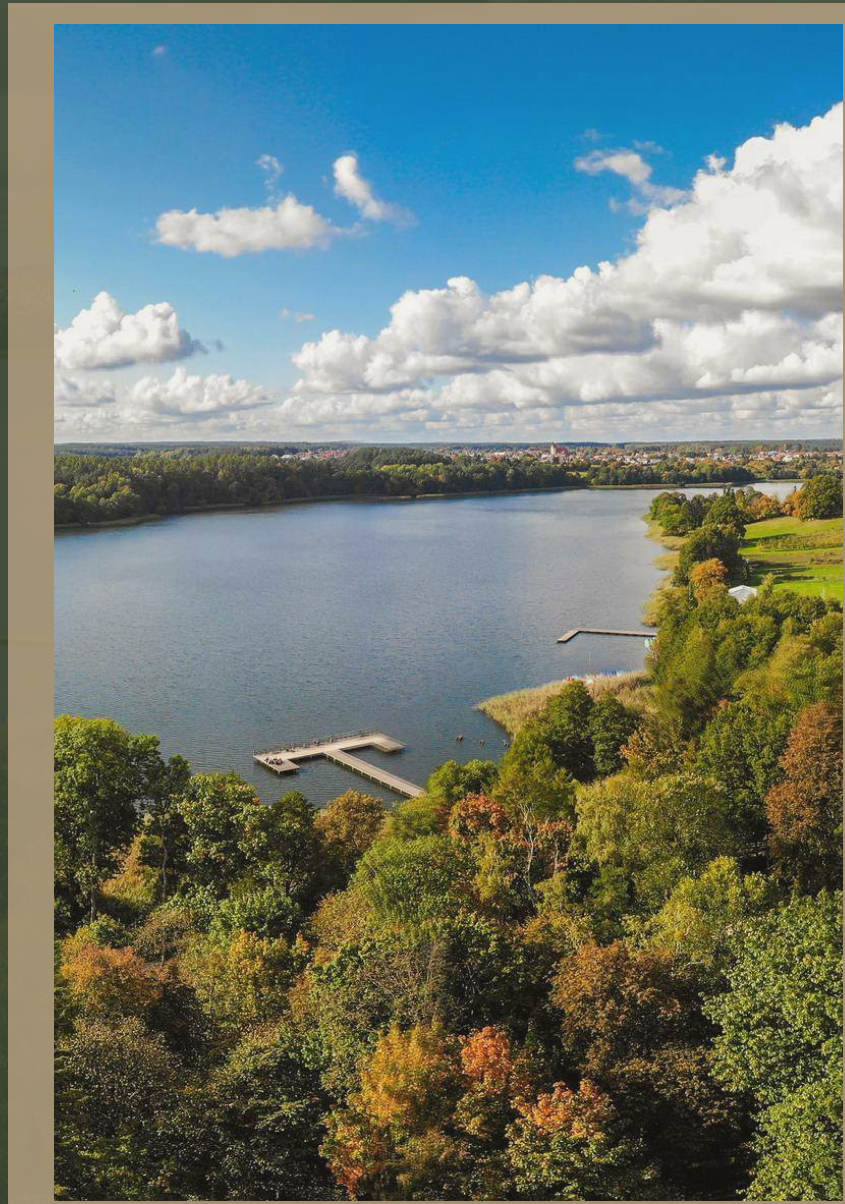
WYNIKI BURZY MÓZGÓW

Kuchnie świata:

- Wspólne gotowanie
- Wymienianie się przepisami
- Quizy z wiedzy kulinarnej
- Festiwal dań z różnych kultur
- Miejsce do gotowania

Nauka:

- Koło naukowe
- Przestrzeń do nauki
- Współpraca polskich i zagranicznych studentów



KARTY KONCEPTÓW

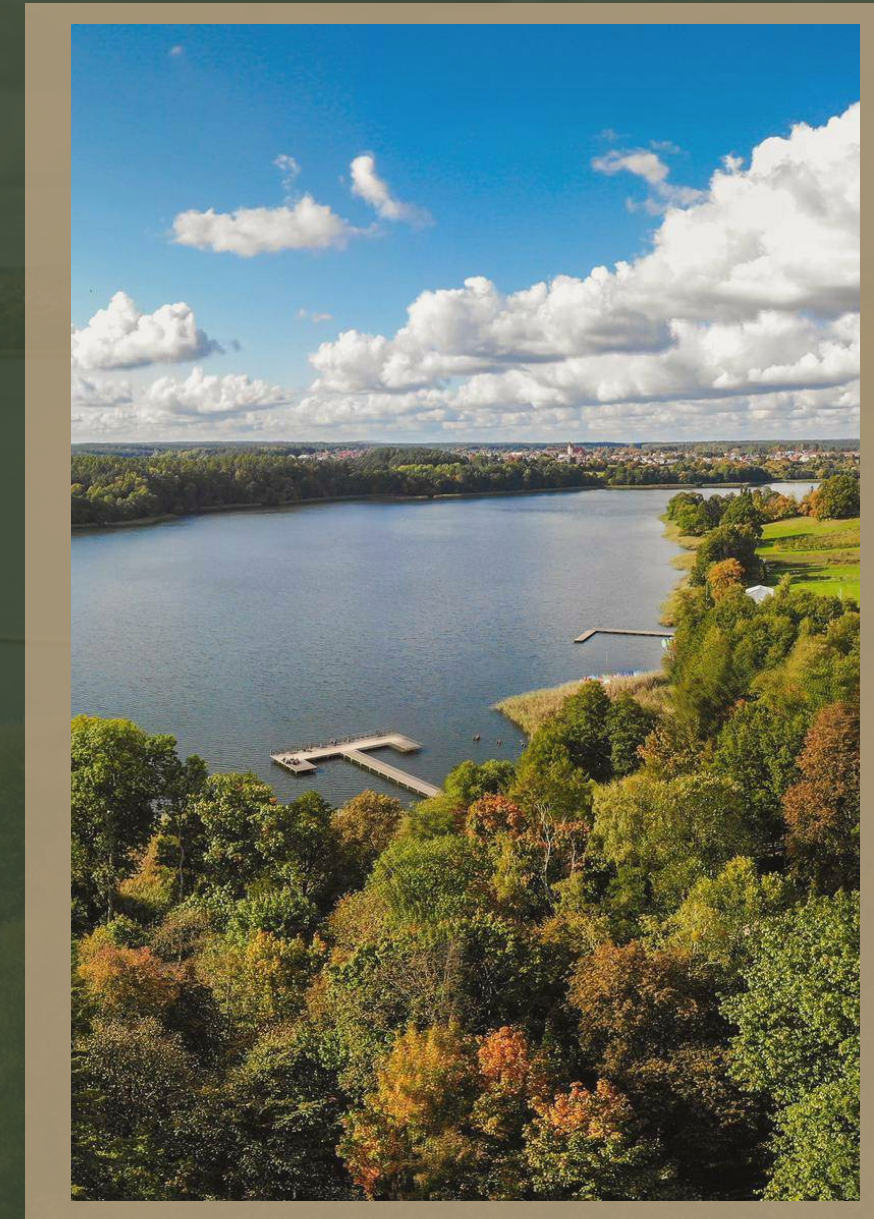
W tym miejscu połączyliśmy pomysły z burzy mózgów i stworzyliśmy dopracowane wydarzenia.

1. Zagospodarowanie przestrzeni Kortowa

Pomysł polega na wprowadzeniu w przestrzeń Kortowa akcentów związanych z międzykulturowością:

- Malowanie ławek,
- Postawienie masztów z flagami państw,
- Wywieszenie banerów,

Będą to prace wykonane wspólnie przez studentów z Polski i innych Krajów. Dzięki temu ograniczone zostaną koszty ich wykonania. Dodatkową korzyścią będzie integracja w trakcie wykonywania prac oraz poczucie odpowiedzialności za efekty wspólnych działań.

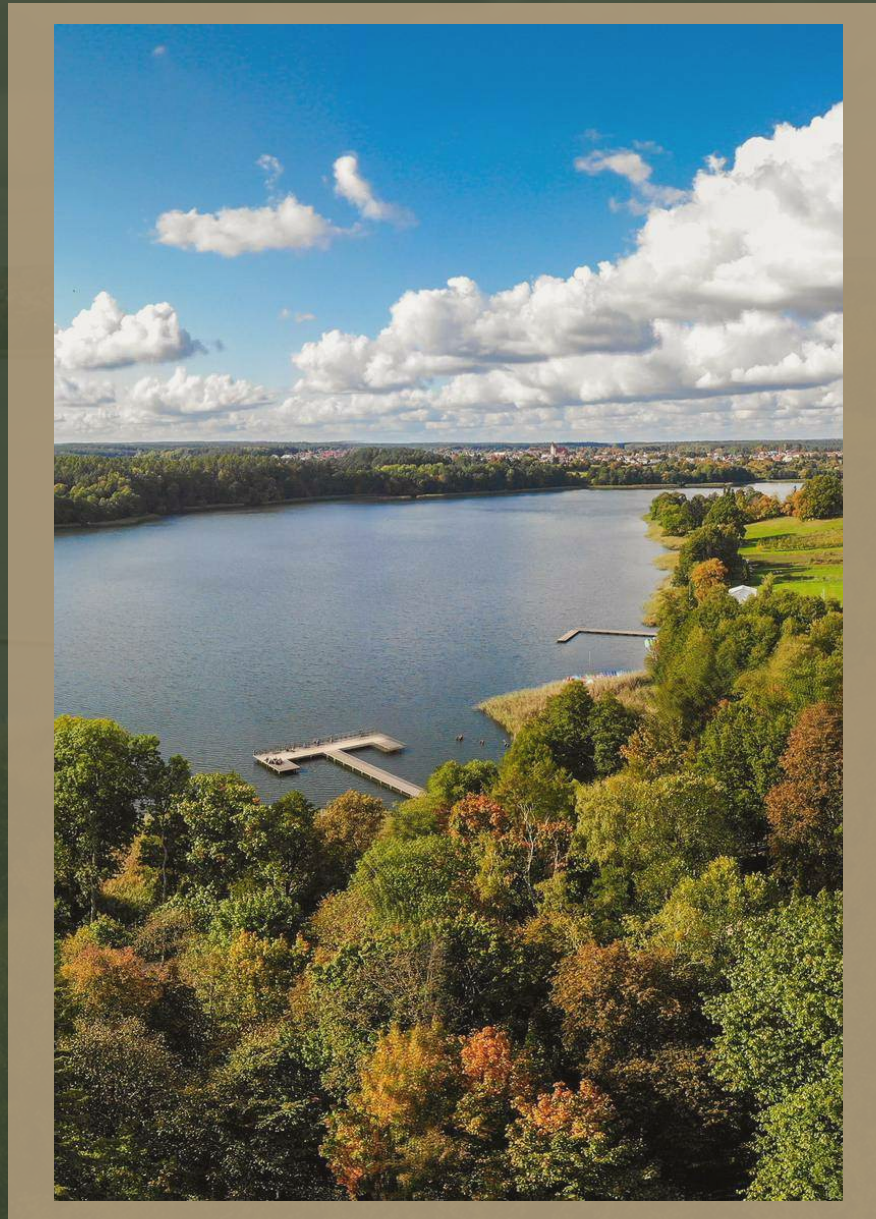


KARTY KONCEPTÓW

2. Koła naukowe i miejsca do wspólnej nauki, tworzenia rękodziela i hobby

Utworzenie miejsc dla kół naukowych, gdzie studenci będą mogli się spotkać i pouczyć, zrobić coś razem lub zwyczajnie porozmawiać.

- Stworzenie kół studenckich z polskimi i zagranicznymi studentami,
- Pomieszczenie do wspólnej nauki,
- Stworzenie miejsc na świeżym powietrzu, gdzie studenci będą mogli stworzyć obraz, rzeźbę,
- Ławeczki ze stolikami na uboczu plaży kortowskiej, gdzie będzie się można razem uczyć,
- Miejsca do szachów;
- Pomieszczenia w DS1.



KARTY KONCEPTÓW

3. Impreza w plenerze z kinem pod chmurką

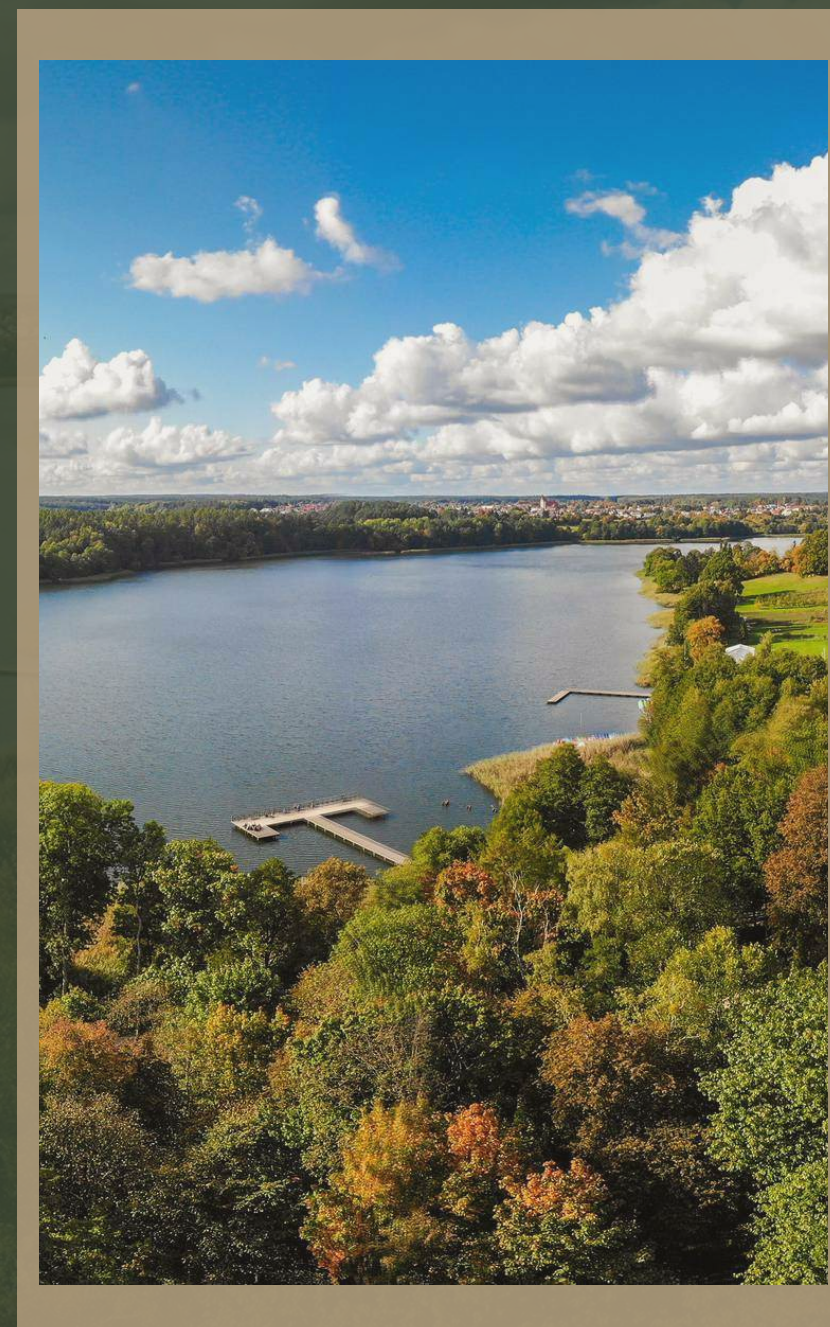
Przygotowanie miejsca do projekcji filmów na plaży kortowskiej (ekran, głośniki, miejsca do siedzenia). Oprócz tego na miejscu będzie dostępny barek i szwedzki stół. Filmy będą wybierane za pomocą ankiet, przez osoby chcące dołączyć do wydarzenia. Puszczane będą produkcje z różnych zakątków świata.

4. Międzykulturowa olimpiada sportowa

Wydarzenie będzie się składać z następujących konkurencji:

- Ludzkie piłkarzyki - zawodnicy dobierają się w pary, gdzie jedna z osób ma zawiązane oczy, a druga ją nawiguje,
- Rozgrywki w chińczyka - zawodnicy są pionkami, a drużyny muszą się składać z osób różnych narodowości,
- Mecz koszykówki,
- Mecz frisbee

Dla uczestników przewidziane są nagrody, rabaty i darmowe bilety do kina oraz poczęstunek.

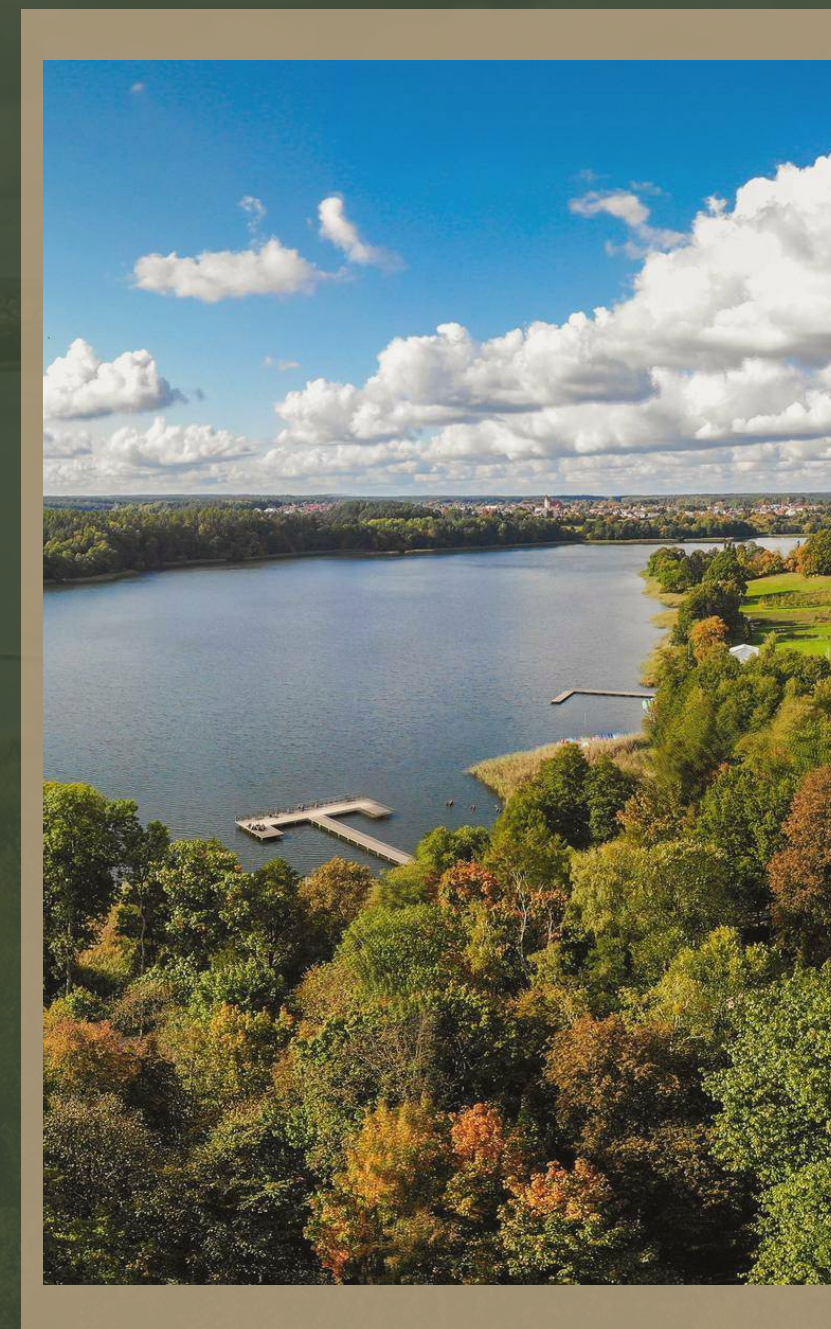


KARTY KONCEPTÓW

5. Integracje w klubach kortowskich

Powstanie grupa dla studentów na platformie Facebook, gdzie będą umieszczane informacje o zaplanowanych wieczorach integracyjnych i ich programie. Wydarzenia będą podzielone tematycznie:

- Wyjścia na imprezy muzyczne, w trakcie których odbywać się będzie karaoke, bitwy na głosy czy rap battle. Przewidziane są nagrody dla uczestników najlepiej ocenionych przez publiczność. W trakcie imprezy serwowane będą drinki typowe dla różnych kultur.
- Wieczory z grami planszowymi – na miejscu będą dostępne gry planszowe, ale studenci będą mieli możliwość przyniesienia własnych. Podczas wydarzenia przewidziany jest również pub quiz z nagrodami.
- Impreza z grami towarzyskimi, dzięki której studenci będą mieli okazję bliższego poznania się lub zawarcia nowych znajomości. Przewidziane gry to między innymi “beer-pong” czy “zgadnij kim jestem”



OPIS ROZWIĄZANIA

OPIS WYBRANEGO
ROZWIĄZANIA I PROTOTYP
cel, środki, sposób, efekt

OPIS WYBRANEGO ROZWIĄZANIA

Meet the culture

Organizacja cyklu wydarzeń w ciągu roku akademickiego, których celem jest stworzenie relacji pomiędzy studentami z Polski i z zagranicy, którzy studiują na UWM. Chcemy, żeby zagraniczni studenci mieli dobre wspomnienia z pobytu w Polsce, ale także pokazali nam kulturę swojego kraju. Wydarzenia, które mają się odbyć w to między innymi karaoke, olimpiada sportowa oraz kino pod chmurką.

TESTOWANIE ROZWIĄZANIA I OPTYMALIZACJA

WYWIADY Z UŻYTKOWNIKAMI I OCENA ROZWIĄZANIA

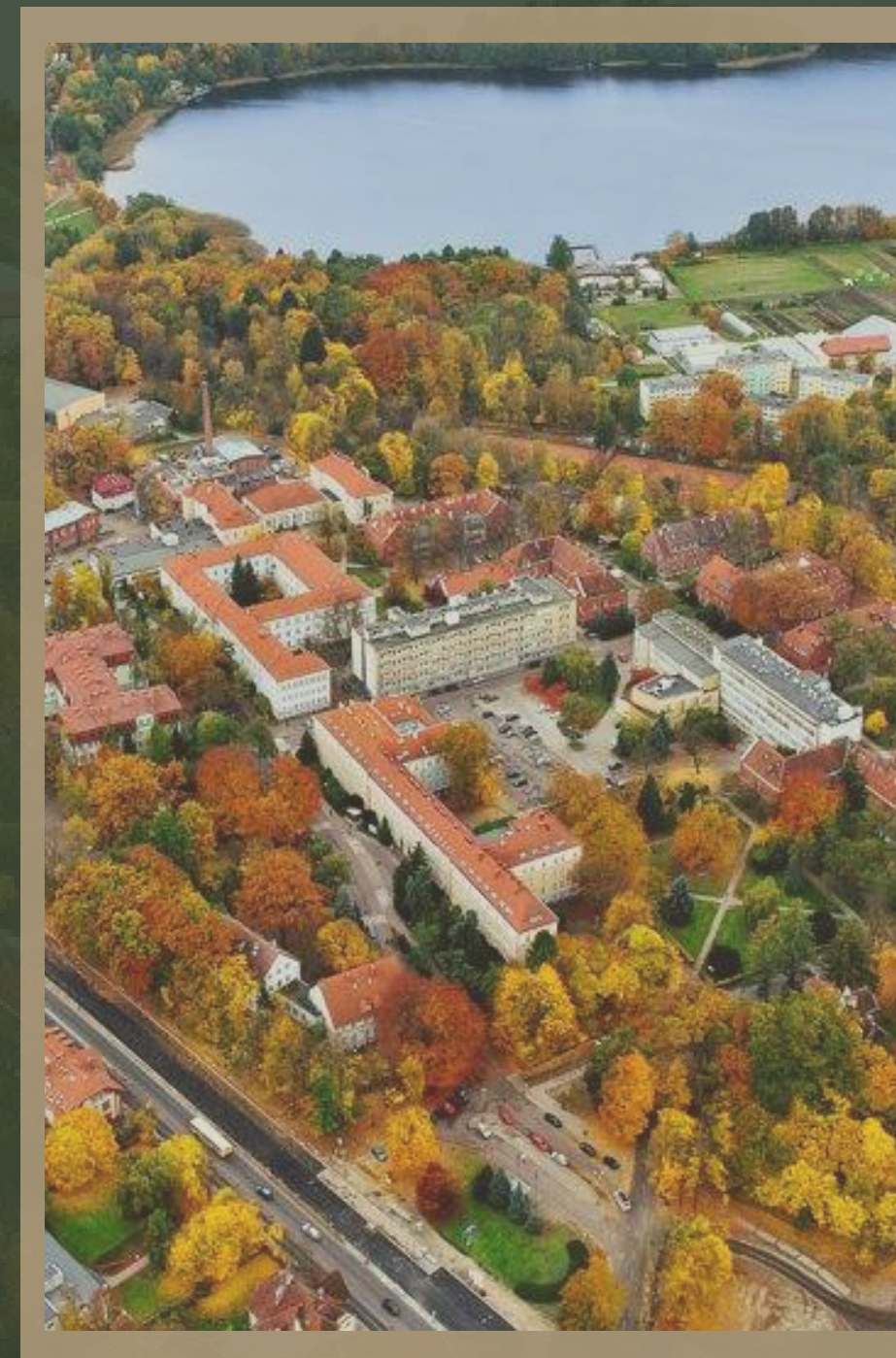
pytania, sugestie, opinie,
opis zmian do uwzględnienia

WYWIAD Z UŻYTKOWNIKAMI I OCENA ROZWIĄZANIA

Najczęściej docenianym aspektem prototypu była **różnorodność wydarzeń oraz ich ilość**. Pozytywnie oceniano sposób integracji studentów, jak i wcześniejsze planowanie wydarzeń, dzięki czemu każda zainteresowana osoba będzie mogła uwzględnić je w swoim kalendarzu z wyprzedzeniem. Testerzy na plus ocenili **możliwość integracji zarówno ze studentami z Polski jak i z zagranicy**.

W prototypie należy poprawić estetykę oraz wprowadzić **tłumaczenie w języku angielskim**. Testerzy stwierdzili również, że warto dodać więcej szczegółów związanych z wydarzeniem, takich jak opis czy data. Pojawiła się również opinia dotycząca kształtu prototypu- sugerowano odejście od koła.

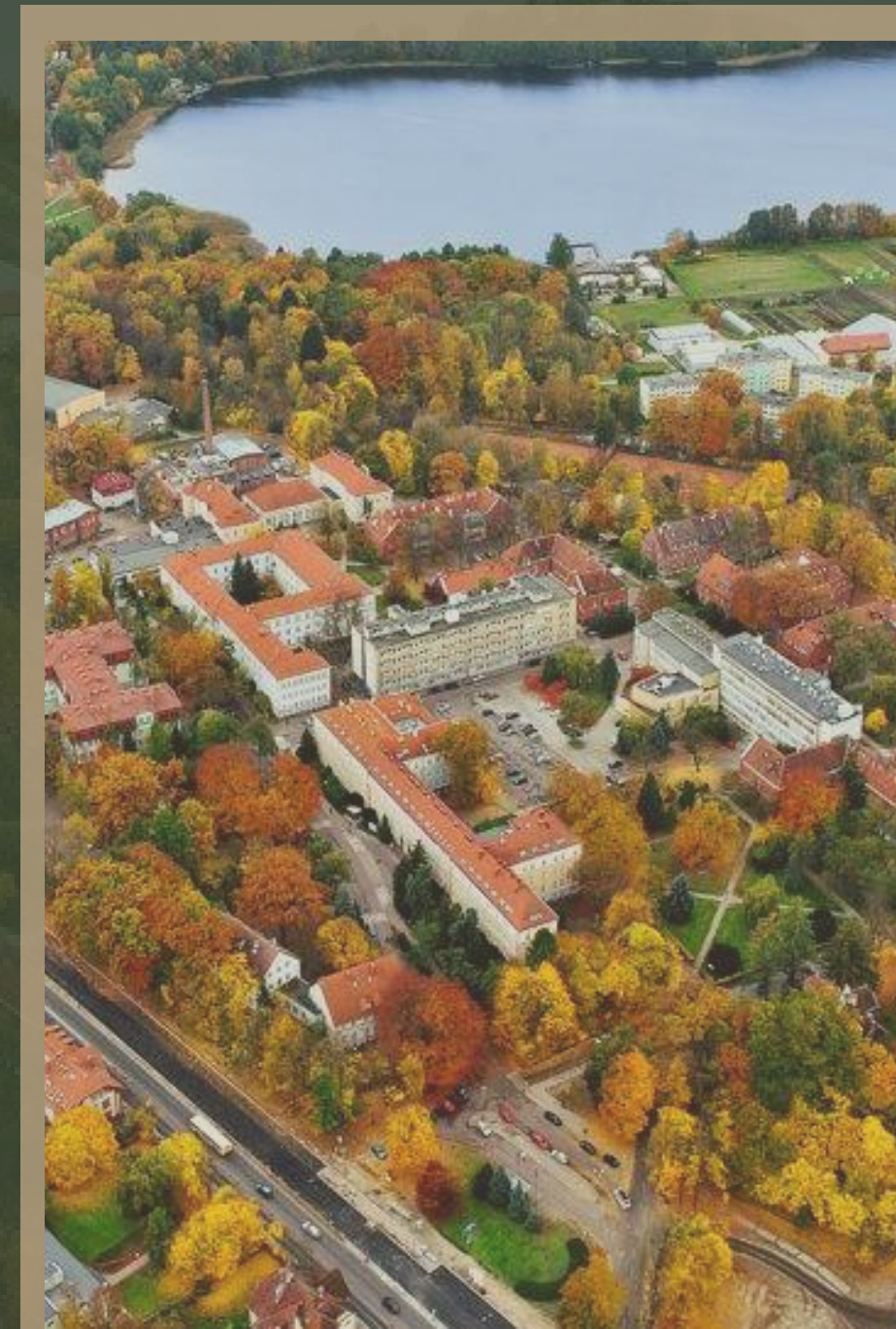
Pytania testerów dotyczyły finansowania projektu, wprowadzenia go w życie oraz tego w jakim miejscu znajdziemy „koło” wydarzeń. Niejasnością stała się forma dołączenia do wydarzeń. Testerzy byli również ciekawi czy pojawi się możliwości dodawania pomysłów studentów do koła wydarzeń. Reszta komentarzy była pozytywna i dotyczyła samego przedsięwzięcia.



WYWIAD Z UŻYTKOWNIKAMI I OCENA ROZWIĄZANIA

Sugestie dotyczyły **większej ilości graficznych symboli**, tablicy/skrzynki do zapisywania pomysłów studentów, wydarzeń w których udział weźmie znacząca grupa studentów oraz dopasowanie ich względem znajomości języków. Powtarzającą się sugestią było przetłumaczenie całego pomysłu na język angielski.

Zmiany uwzględnione w rozwiązaniu to przede wszystkim **przetłumaczenie projektu na język angielski**. Umieszczenie rozwiązania na każdym wydziale oraz dodanie skrzynki na pomysły studentów. Ma to na celu przede wszystkim **zaangażowanie studentów z każdego wydziału**, uwzględnienie ich pomysłów oraz komunikację we wspólnej inicjatywie. Optymalizacji ulega również finalna forma prototypu. Warto dodać więcej symboli graficznych, informacji takich jak opis i data.





SERVICE BLUEPRINT

Service blueprint uwzględnia aktywności podejmowane przez użytkownika, ale dużą wagę przywiązuje także do działań po stronie organizacji i roli osób, zaangażowanych w dostarczenie danego procesu (interesariuszy, innych uczestników). Dzieli się on na 3 części, czyli na aktywności przed, w trakcie i po usłudze.

Przed usługą

F
R
O
N
T
S
T
A
G
E

2 Fizyczne i wirtualne składniki rozwiązania (np. mapa, regulamin, strona internetowa, serwis, punkt dostępu).

Biuro do spraw erasmusa, komórka w samorządzie studenckim reprezentująca erasmusów i studentów zagranicznych.

Grupa na facebooku, whatsappie, fanpage, strona UWM, radio UWM, planer.

1 **Wszelkie kroki i działania użytkownika** przed usługą, podczas korzystania z niej i po jej zakończeniu

Biorą udział w programie erasmus, wybierają studia na naszym uniwersytecie, przyjeżdżają do polski.

Dowiadują się o usłudze z aplikacji, grupy na facebooku i planera umieszczonego na UWM etc.

Szukają atrakcji, znajomości, wydarzeń.

3 Bezpośrednie, widoczne i dostępne dla użytkownika działania obsługi

Ulotka w boksie, grupa na facebooku, informacje w aplikacji, kalendarz imprez.

Plakaty, ulotki oraz audycja zapowiadająca wydarzenia w radiu UWM.

B
A
C
K
S
T
A
G
E

4 Wszelkie niezbędne działania zapewniające funkcjonalność i trwałość usługi

Skorzystanie z usług drukarni oraz rozmowa z radiem UWM

5 **Wsparcie procesów** (np. niezbędne urządzenia, sprzęt, usługi zewnętrzne, kooperanci, usługi zlecane)

Usługa związana z przygotowaniem plakatów i ulotek oraz audycji w radiu UWM

Podczas usługi

LISTOPAD	GRUDZIEŃ	STYCZEŃ	LUTY	MARZEC	KWIECIEŃ	MAJ
Klub Antałek Mikrofony i sprzęt Gry planszowe Kubeczki Stoły	Centrum kopernika Przyciski do gry Stanowiska Pula pytań Puchary	Kojrys Janusz Wyposażenie Sanki Drewno Jedzeni Ławeczki i stoły	Klub antałek Mikrofony Sprzęt Nagrody Vouchery	Wydział nauki o żywności Vouchery na pyszne.pl Zaplecze Kuchenki i lodówki Produkty spożywcze Naczynia i sztucce Stoły i krzesła	Stadion kortowski Frisbee Sprzęt sportowy Piłki i siatki Karty podarunkowe	Górka kortowska Plaża kortowska Projektor Ekran Nagłośnienie Mikrofon Food trucki Oświetlenie Farby Płachty
Użytkownik przychodzi na pierwsze spotkanie w klubie Antałek, bierze udział w karaoke, gra w gry i nawiązuje znajomości	Użytkownik przychodzi do Centrum Kopernika. Bierze udział w quizach i teleturniejach. Bawi się w grupach mieszanych narodowościowo. Wygrywa teleturnieje	Użytkownik melduje się u Kojrysa, gdzie rusza kulig. Po kuligu uczestniczy w bitwie na śnieżki. Później integruje się z innymi studentami pijąc grzańca przy ognisku.	Użytkownik spotyka się z innymi studentami w klubie Antałek, gra w gry planszowe, tańczy, śpiewa i integruje się z innymi studentami. Wygrywa nagrody za udział w karaoke.	Użytkownik przychodzi na WNŻ. Na miejscu uczestniczy we wspólnym gotowaniu prowadzonym przez studentów WNŻ. Po gotowaniu uczestniczy degustacji. Siedzi i rozmawia przy stole oraz integruje się z innymi studentami.	Użytkownik przychodzi na stadion kortowski, bierze udział w zawodach sportowych w drużynach mieszanych. Wygrywa nagrody i bawi się świetnie.	Użytkownik przychodzi na kortowo, wraz z innymi studentami ogląda film a następnie bierze udział w podsumowaniu wszystkich imprez, które się działy w semestrze. Następnie wspólnie studenci tworzą "maszat" międzynarodowy reprezentujący studentów z różnych krajów, którzy są na UWM. Później idą na wspólną imprezę na plaży.
udzielenie informacji na temat wydarzenia pokazanie miejsca do śpiewania i grania w gry, wytłumaczenie zasad.	Wytłumaczenie zasad konkursu, podział na drużyny.	Przywitanie studentów, zaprowadzenie na kulig i wskazanie miejsca biesiadowania.	Poznanie kultur, innych studentów, rozdanie nagród	Wskazanie miejsca, rozdanie potrzebnych przyborów, poznanie "innych" smaków	Podział na drużyny, integracja, zmęczenie i satysfakcja.	Integracja, tworzenie czegoś wspólnie.
Zarezerwoanie klubu Antałek, ustalenie zasad wydarzenia	Zarezerwowanie Centrum Kopernika, ustalenie zasad gry, stanowisk i puli pytań oraz zakupienie nagród, aktualizacja informacji o następnym wydarzeniu	Zarezerwowanie usługi u Kojrysa, zbieranie opinii na temat wydarzenia i aktualizacja informacji o następnym wydarzeniu	Zarezerwowanie klubu Antałek i przygotowanie nagród, aktualizacja informacji o następnym wydarzeniu	Ustalenie wydarzenia w WNŻ i przygotowanie wyposażenia, i aktualizacja informacji o następnym wydarzeniu	Zarezerwowanie Stadionu kortowskiego, przygotowanie go do rozgrywek i zakup nagród, aktualizacja informacji o następnym wydarzeniu	Zarezerwowanie miejsca na górcę i plaży kortowskiej i zorganizowanie potrzebnego wyposażenia
Antałek menedżer, zakup gier i nagród, przygotowanie klubu	Przygotowanie gier i konkursów oraz nagród	Zorganizowanie budżetu, materiałów na ognisko	Przygotowanie gier, nagród	Kupno niezbędnych przyborów do gospodarowania przestrzenią	Szczupaki Olsztyn (sprzęt), zaplecze sportowe uniwersytetu	Firma od kina pod chmurką, food trucki (umowa)

P o u s ł u d z e

Nawiązanie stałej współpracy z interesariuszami

Podsumowanie spotkań - statystyki, feedback

Użytkownik zawarł nowe znajomości, zaklimatyzował się, miło i przyjemnie spędził okres studiów.

Poznał naszą kulturę, zebrał wspomnienia, rozważa możliwość zostania w Polsce na dłużej. Opinia użytkownika po usłudze.

Zachęcenie studenta do brania czynnego udziału w kolejnych imprezach.

Wykorzystanie wygranych nagród przez studenta

Przedłużenie współpracy

Podsumowanie współpracy i pomysłów na kolejne wydarzenia

Zawarcie i przedłużenie współpracy

Podsumowanie kosztów i zebranie pomysłów na kolejne wydarzenia

Po usłudze jesteśmy w stanie zaplanować kolejny rok działań powiązanych z naszym projektem, uwzględniając poprawki lub nowe pomysły i kolejne oczekiwania użytkownika. Możemy również z wyprzedzeniem nawiązać współpracę z interesariuszami.

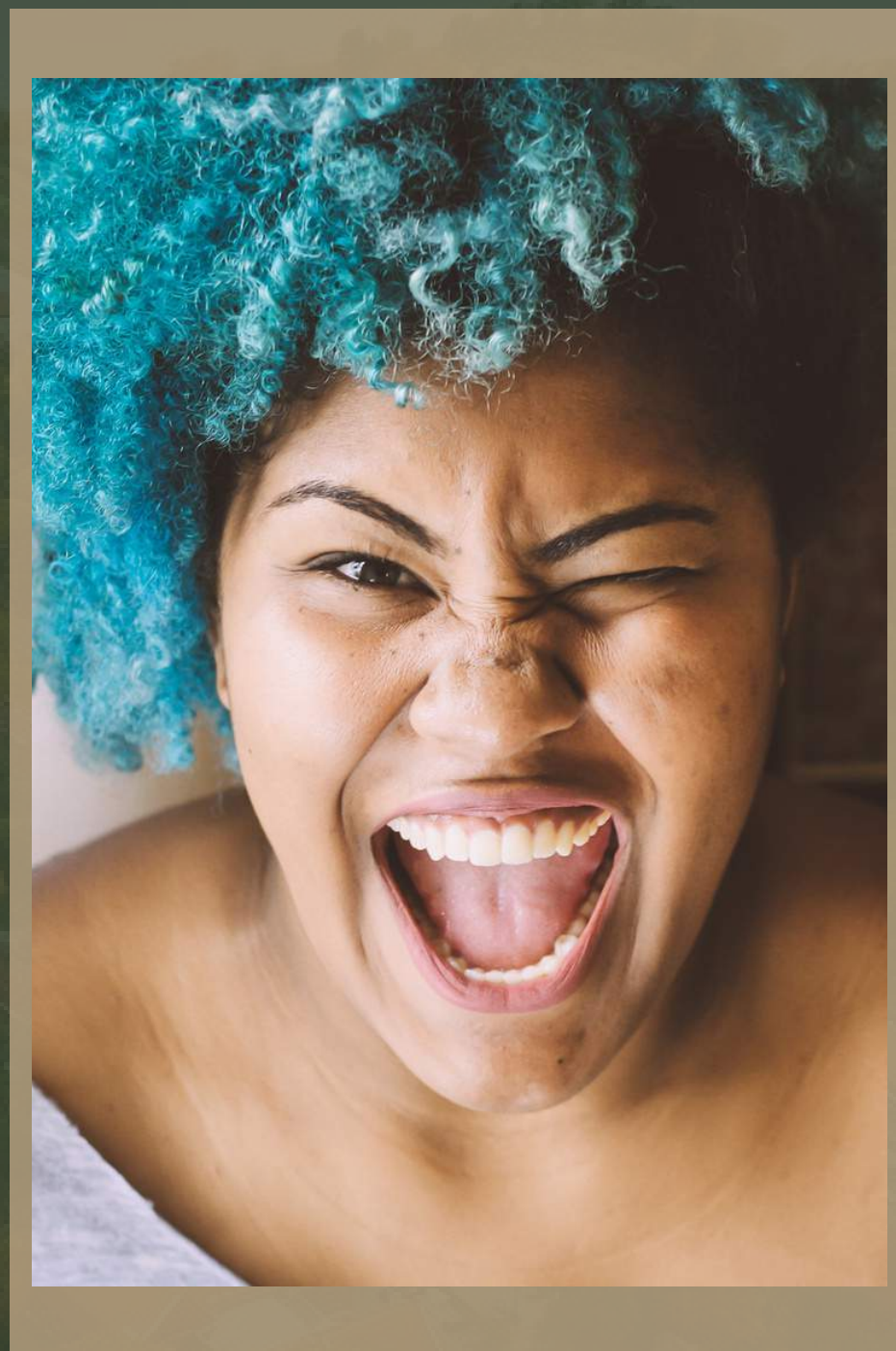


WNIOSKI I REKOMENDACJE Z PROJEKTU

WNIOSKI I REKOMENDACJE Z PROJEKTU

W trakcie projektu dowiedzieliśmy się wiele na temat problemów z jakimi borykają się studenci zagraniczni. W głównej mierze są to: odizolowanie od innych studentów, brak ciekawych wydarzeń w ramach uczelni dla tej grupy oraz bariery językowe i kulturowe. Głównym, wyłaniającym się wnioskiem jest brak możliwości integracji i poznania nowych osób przez studentów

Biorąc pod uwagę wnioski z całego procesu badawczego, rekomendujemy stworzenie cyklu imprez, który będzie integrował studentów zagranicznych i polskich. Eventy będą odbywały się co miesiąc. Za każdym razem jest to impreza o innej tematyce. Zaplanowane są z wyprzedzeniem, a ich plan jest nagłaśniany w wielu kanałach na uczelni. Rekomendujemy także stworzenie komórki przy radzie studentów, która będzie zajmowała się organizacją. W raporcie możemy znaleźć pomysły na pierwszy rok, natomiast chcemy by imprezy były konsultowane ze studentami. Całe przedsięwzięcie ma być w dużej mierze oparte na sugestiach oddolnych. Chcemy by "Meet the culture" wpisał się na dobre w krajobraz studenckiej kultury, podobnie jak "Kortowiada". To ma być inicjatywa stworzona dla studentów i z myślą o studentach oraz ich potrzebach.



ŹRÓDŁA WYKORZYSTANE W PROJEKCIE

<https://hatalska.com/>

<http://www.uwm.edu.pl/>

<https://visit.olsztyn.eu/place/2259/miasteczko-universyteckie-kortowo>

