

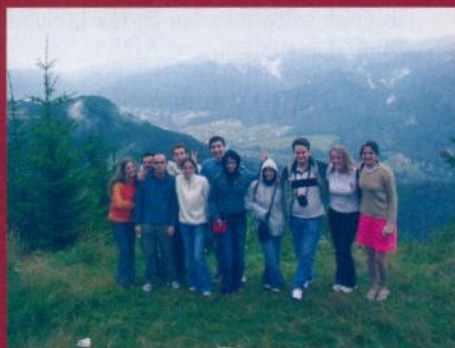
Do you want a change? Go for exchange! Cu SSM (Societatea Studenților în Medicină)

S-a terminat... a fost greu, dar distractiv. De ce? Cum altfel ar putea fi, cu un grup de studenți de pe toate continentele, pe cărări mioritice mai mult sau mai puțin umblate?

Munte, mare, Deltă, cluburi cu tineri veseli și bere ieftină, cam asta ar fi, în câteva cuvinte, descrierea unei luni petrecute de ei aici. Să nu uit de spital (deși se mai uită de el din când în când), căci de fapt acesta este motivul venirii lor: un stagiu de o lună într-un spital, la o secție oarecare. Sunt studenți la Medicină acasă la ei și vin să cunoască 'the wild west of the east', cum este descrisă România în cărțile turistice. Locuiesc în căminele noastre, lucrează alături de noi și de

profesorii noștri în spitale și se distrează tot cu noi. Și, firește, nici unul nu pleacă fără să vadă ceva legat de Dracula.

E exchange, deci pleacă și ai noștri; cu



Programe de schimburi studentești cu SSM

aceleși motiv trec granița peste 40 de studenți (numai din București, dar programul se desfășoară în 7 centre universitare din țară) an de an în Brazilia, Egipt, Franța, Germania, Tailanda și multe alte țări. Nici ei nu au puține de povestit...

"Vinoși" de aerul occidental inspirat de colegii noștri se fac IFMSA (International Federation of Medical Students Association), FASMR (Federația Asociațiilor Studenților în Medicină din România), și, nu în ultimul rând, noi, studenții de rând, membrii SSM (Societatea Studenților în Medicină) din București.



Premii și povești de succes la ABM Days

Advertising, Business & Marketing Days, eveniment organizat de BOS în perioada 19-22 aprilie, a oferit studenților șansa de a-și clarifica nelămuririle și falsele concepții legate de mediul de afaceri din România.



Audiență masivă la Advertising, Business & Marketing Days

ABM Days, aflat la a IV-a ediție, a însemnat: patru zile de conferințe, peste 700 de studenți participanți, 35 de speaker-i, 18 companii partenere. "Comunicarea eficientă" și "Mesajul în publicitate" au avut cel mai mare succes, sala devenind neîncăpătoare. Nu a fost omisă nici fațeta mai puțin plăcută a meseriei: "Advertisingul este o meserie foarte interesantă privită de la distanță.

E un ambalaj cu un design foarte atractiv să crezi că undeva într-o agenție există un client care e dispus să-ți dea 100.000 \$ ca să-ți vezi ideile puse în practică; păcat că este doar un ambalaj. Arta este cea care definește expresia personalității noastre creative, nu advertising-ul. Asta nu înseamnă că advertising-ul nu creează." (Valentin Suci - Odyssey Communication)

În ziua a IV-a, studenții au aflat detalii despre reușitele liderilor unor mari business-uri din România și nu numai, prin

întrebări cârcotoase și provocări. Cătălin Ionescu - CODECS, a subliniat provocările la care este supus un om de afaceri: "Când ești lider, ești în vârful muntelui; deci trebuie să ții cont că pe tine te zmucesc toate vânturile și apoi pe ceilalți. Liderul trebuie să fie capabil să ofere și să ceară recunoașterea de care are nevoie chiar și un lider. O altă caracteristică a unui lider este că înaintarea echipei este viteza celui mai slab, nu a celui mai puternic."

ABM Days a devenit un brand în mediul studentesc, fiind sprijinit de companii importante din România; parteneri: Cabinetul Călin Tatomir, Ops, Borsec, Interamerican, Allied Telesyn, Marsh, Radiocomunicații S.A., Euroweb, Kinecto, CODECS, Foote Cone & Belding, Dial Telecom și Focus Publicis; sponsori: Create Direct, Compass Consulting, AVON, Vel Pitar, TBWA, Leo Burnett.

