

Kryteria rozliczania działalności członków IFMSA-Poland

Przyjęte dnia 11 kwietnia 2015 w Lublinie

Spis treści

1. Cel punktowania działalności członków IFMSA-Poland	3
2. Rozliczenie akcji przeprowadzonych w ramach IFMSA-Poland.....	3
3. Akcje przeprowadzane w ramach IFMSA-Poland.....	3
4. Marketing	5
4.1. Filmy	5
4.2. Partnerzy	5
4.3. Zniżki.....	6
5. Taryfikator	6
5.1. Regulacje ogólne	6
5.2. Punktacja za czynności	6
5.3. Punktacja za funkcje.....	12

1. Cel punktowania działalności członków IFMSA-Poland

- 1.1. Punkty przyznawane za działalność w IFMSA-Poland są formą wynagrodzenia aktywności członka Stowarzyszenia i wykorzystywane przez Komisję Kwalifikacyjną do tworzenia list rankingowych w procesie kwalifikacji na Praktyki Wakacyjne SCOPE oraz Wymianę Naukową SCORE.

2. Rozliczenie akcji przeprowadzonych w ramach IFMSA-Poland

- 2.1. Koordynatorzy Lokalni Projektów są zobowiązani do poprawnego napisania raportów w ciągu 2 tygodni od przeprowadzenia akcji. Nadzór nad wpisywaniem akcji do systemu sprawuje odpowiedni Koordynator Lokalny Programu Stałego.
- 2.2. Tylko poprawnie wprowadzona i opublikowana w systemie intranet akcja może zostać rozliczona przez LEO, a następnie sprawdzona i zatwierdzona przez NEO.
- 2.3. Po rozliczeniu akcji nie mogą być do niej wprowadzane żadne zmiany, tj. dodane zadania lub osoby. Koordynator ma za zadanie dopilnować, aby w raporcie znalazła się każda osoba biorąca udział w akcji.
- 2.4. Raporty oraz punktację za funkcje lokalne wprowadza i publikuje w systemie intranet Prezydent Oddziału. Punkty za funkcję członka Zarządu Oddziału przyznawane są przy uwzględnieniu opinii właściwego Koordynatora Narodowego lub członka Zarządu Głównego sprawującego bezpośredni nadzór nad daną funkcją lokalną na temat wywiązywania się z obowiązków. Punkty za inną funkcję powołaną przez Zarząd Oddziału przyznawane są przy uwzględnieniu opinii wszystkich członków Zarządu Oddziału.
- 2.5. Raporty oraz punktację za funkcje ogólnopolskie (KOP, Asystent Koordynatora Narodowego, Asystent Członka Zarządu Głównego, Członkowie Zespołu Ogólnopolskiego Programu Stałego) wprowadzane są do systemu intranet w oparciu o raporty przesyłane do Koordynatora Narodowego ds. Praktyk Wakacyjnych NEO-Out przez nadrzędnych Koordynatorów Narodowych i Członków Zarządu Głównego.
- 2.6. Raporty oraz punktację za funkcję Członka Zarządu Głównego oraz Komisji Rewizyjnej wprowadzane są do systemu intranet w oparciu o raporty przesyłane do Koordynatora Narodowego ds. Praktyk Wakacyjnych NEO-Out przez Prezydenta IFMSA-Poland przy uwzględnieniu opinii podległych im Koordynatorów Lokalnych i Członków Zarządów Oddziałów.
- 2.7. Raporty oraz punktację za inne funkcje powołane przez Zarząd Główny wprowadzane są do systemu intranet w oparciu o raporty przesyłane do Koordynatora Narodowego ds. Praktyk Wakacyjnych ENO-Out przez Prezydenta IFMSA-Poland przy uwzględnieniu opinii wszystkich Członków Zarządu Głównego oraz Koordynatorów Narodowych.

3. Akcje przeprowadzane w ramach IFMSA-Poland

- 3.1. Akcje organizowane w ramach działalności IFMSA-Poland dzielimy na pojedyncze i cykliczne według następujących zasad:
 - 3.1.1. Za akcję pojedynczą uznaje się akcję, która odbyła się w ramach danego projektu pierwszy raz w ciągu roku rozliczenia punktów.
 - 3.1.2. Za akcję cykliczną uznaje się każdą akcję, która odbyła się w ramach danego projektu po akcji pojedynczej w ciągu roku rozliczenia punktów.
 - 3.1.3. Za koordynację akcji cyklicznej każdorazowo przyznawane jest 20% punktów należnych za koordynację akcji pojedynczej.

- 3.2. Akcje organizowane w ramach działalności IFMSA-Poland dzielimy na małe, średnie i duże według poniższych kryteriów.
- 3.2.1. Akcję uznaje się za małą, jeżeli spełniła od 0 do 4 kryteriów wymienionych w punkcie 3.2.4.
- 3.2.2. Akcję uznaje się za średnią, jeżeli spełniła od 5 do 7 kryteriów wymienionych w punkcie 3.2.4.
- 3.2.3. Akcję uznaje się za dużą, jeżeli spełniła od 8 do 12 kryteriów wymienionych w punkcie 3.2.4.
- 3.2.4. Kryteria służące do klasyfikacji akcji:
- a) długotrwałe bądź intensywne przygotowania akcji,
 - b) przyznany patronat (pozauczelniany),
 - c) zdobyci sponsorzy (materialne i/lub finansowe wsparcie),
 - d) zdobyci partnerzy (pomagający w promocji, nie przyznający dofinansowania!),
 - e) akcja w plenerze (akcja poza uczelnią),
 - f) szerokie/różnorodne grono odbiorców,
 - g) media – IFMSA-Poland przygotowuje materiały promocyjne:
 - i. informacja w prasie,
 - ii. informacja w Internecie (nie dotyczy portali społecznościowych, stron internetowych oddziału oraz grup dyskusyjnych oddziałów),
 - iii. informacja w telewizji/radio,
 - iv. promocja (stworzenie ulotek, gadżetów, plakatów, filmów promocyjnych, prezentacje multimedialne),
 - h) zasoby ludzkie (oddział lub osoby z innych organizacji),
 - i) goście specjalni/prelegenci,
 - j) czas trwania akcji (powyżej 1 dnia),
 - k) odpowiedzialność materialna.
- 3.3. Osoba koordynująca akcję, będąca bezpośrednio odpowiedzialna za jej przeprowadzenie, może otrzymać punkty za jej koordynację według taryfikatora (punkt 5).
- 3.3.1. Osoba koordynująca nie otrzymuje dodatkowych punktów za czynności, które wynikają ze specyfiki akcji i są konieczne do jej przeprowadzenia (dalej nazwane „obowiązkami koordynatora akcji”).
- 3.3.2. Przykładowe obowiązki koordynatora akcji:
- a) zapewnienie miejsca, w którym ma być przeprowadzona akcja,
 - b) przygotowanie stoiska na akcję,
 - c) przygotowanie i dostarczanie dokumentów,
 - d) przygotowanie materiałów niezbędnych do przeprowadzenia akcji,
 - e) przeprowadzenie spotkania organizacyjnego dla uczestników akcji,
 - f) obsługa techniczna akcji.
- 3.3.3. Jeżeli akcja jest koordynowana przez więcej niż jedną osobę, punkty za koordynację ulegają odpowiedniemu podziałowi.
- 3.3.4. Koordynator może otrzymać dodatkowe punkty za dodatkowe czynności niebędące koniecznymi do odbycia się akcji, ale zwiększające jej atrakcyjność lub rangę.
- 3.3.5. Przykładowe czynności nienależące do obowiązków koordynatora akcji, za które może otrzymać dodatkowe punkty:
- a) promocja akcji (plakaty, ulotki, gadżety, filmy, artykuły, wywiady, sponsorzy, patroni),
 - b) przygotowanie NOWEJ prezentacji,
 - c) transport materiałów na akcję,

- d) organizacja zbiórki PIENIĘŻNEJ,
- e) foto/video relacja z akcji.

4. Marketing

4.1. Filmy

- 4.1.1. Film uznaje się za prezentację multimedialną, jeżeli otrzyma od 0-4 punktów wymienionych w podpunkcie 4.1.6.
- 4.1.2. Film uznaje się za amatorski, jeżeli otrzyma 5-8 punktów wymienionych w podpunkcie 4.1.6.
- 4.1.3. Film uznaje się za profesjonalny, jeżeli otrzyma 8-23 punktów wymienionych w podpunkcie 4.1.6.
- 4.1.4. Punkty za 4.1.6. e-g oraz 4.1.6. j-l nie sumują się.
- 4.1.5. O kategorii filmu decyduje VPE LC na podstawie przedstawienia pisemnego potwierdzenia spełnienia punktów a-m zawartych w podpunkcie 4.1.6.
- 4.1.6. Kryteria służące do klasyfikacji akcji:
 - a) długotrwałe bądź intensywne przygotowania projektu filmu (opracowany scenariusz) – 1 punkt,
 - b) partnerzy (materialni i/lub finansowe wsparcie) – 2 punkty za każdego sponsora (maksymalnie 6 punktów),
 - c) zdobyli partnerzy (pomagający w promocji filmu, nieprzyznający dofinansowania) – 0,5 punktu za każdego partnera (maksymalnie 1 punkt),
 - d) nagrywanie materiału filmowego w plenerze (akcja poza uczelnią) – 0,5 punktu za każdą godzinę (maksymalnie 4 punkty),
 - e) publikacja filmu w mediach uczelnianych – 1 punkt,
 - f) publikacja filmu w mediach pozauczelnianych internetowych innych niż YouTube lub Vimeo – 2 punkty,
 - g) publikacja filmu w mediach pozauczelnianych nieinternetowych – 4 punkty,
 - h) goście specjalni (np. profesorowie, eksperci, celebryci) – 1 punkt,
 - i) czas nagrywania materiału video powyżej 1 dnia – 1 punkt,
 - j) montaż przy pomocy internetowych programów do montażu slajdowisk (np. Animoto) – 0 punktów,
 - k) montaż przy pomocy amatorskich programów do montażu video (np. Windows Movie Maker, iMovie) – 1 punkt,
 - l) montaż przy pomocy profesjonalnych programów do montażu video (np. Sony Vegas, Adobe After Effects) – 3 punkty,
 - m) nagranie lub zamówienie ścieżki dźwiękowej (w tym nabycie do niej praw autorskich) – 2 punkty.

4.2. Partnerzy

- 4.2.1. Partner przekazujący środki finansowe:
 - a) musi podpisać umowę z IFMSA-Poland, w której określi kwotę, jaką przekaże dla IFMSA-Poland,
 - b) musi wpłacić środki finansowe na konto Oddziału IFMSA-Poland lub konto IFMSA-Poland,
 - c) może być grantodawcą,
 - d) nie może być uczelnią macierzystą Oddziału (nie dotyczy organizacji zjazdów, konferencji i warsztatów o zasięgu minimum krajowym, np. Zgromadzenia Delegatów, Warsztatów Programów Stałych)

- e) może zawierać dodatkowe aneksy do umowy, które jednak nie podlegają przyznaniu dodatkowych punktów za "Pozyskanie partnera"
- f) w przypadku partnera przekazującego zarówno środki finansowe oraz barter, należy zsumować kwotę środków finansowych oraz barteru wg schematu (środki finansowe + 1/2 wartości barter = suma), a następnie sklasyfikować partnera do odpowiedniej kategorii.

4.2.2. Partner przekazujący barter:

- a) musi podpisać umowę z IFMSA-Poland, w której określi, jakie towary przekaże dla IFMSA-Poland lub wysłać oficjalnego maila z potwierdzeniem towarów, jakie przekazuje IFMSA-Poland,
- b) może być grantodawcą,
- c) może być uczelnią macierzystą Oddziału, o ile towary przekazane przez nią nie są zawarte w budżecie lub preliminarzu Oddziału przyznawanego przez uczelnię na wydatki Oddziału na dany rok akademicki,
- d) towar przekazywany przez partnera będący materiałami informacyjnymi, np. ulotkami, broszurami, nie jest klasyfikowany na podstawie wartości, lecz przyznawane są za niego jednorazowo punkty zgodnie z taryfikatorem,
- e) w przypadku partnera przekazującego zarówno towary jak i materiały informacyjne w barterze punkty przyznawane za takiego partnera nie sumują się.

4.3. Zniżki

- a) muszą być potwierdzone umową z IFMSA-Poland, pismem lub oficjalnym mailem, w których określone są warunki uzyskania zniżki przez IFMSA-Poland,
- b) muszą obowiązywać na czas nie krótszy niż 6 miesięcy,
- c) różne zniżki oferowane przez tego samego partnera nie sumują się,
- d) w przypadku partnera przekazującego zarówno towary lub środki finansowe jak i zniżki punkty przyznawane za takiego partnera nie sumują się.

5. Taryfikator

5.1. Regulacje ogólne

- 5.1.1. Punktacja zawarta w taryfikatorze nie jest punktacją obligatoryjną, a maksymalną za wykonanie zadania.
- 5.1.2. Punkty przyznawane są indywidualnie w oparciu o ocenę zaangażowania i uwag zamieszczonych przez autora akcji w raporcie.
- 5.1.3. Jeżeli w wykonaniu zadania brała udział więcej niż jedna osoba, punkty są dzielone na równe części lub według stopnia zaangażowania na podstawie uwag autora akcji.
- 5.1.4. Każdy Członek Zespołu Ogólnopolskiego Programu Stałego za aktywną pracę może otrzymać równowartość punktów asystenta Koordynatora Narodowego danego Programu Stałego.

5.2. Punktacja za czynności

Kategoria	Podkategoria	Przedmiot oceny		Punkty
Marketing	Partnerzy	Środki finansowe	Do 500 zł	8
			501-2000 zł	15
			2001-5000 zł	20
			5001-10000 zł	30

		Powyżej 10 tys. zł (po konsultacji z VPE)	50
Barter		Równowartość do 500 zł	4
		Równowartość 501-2000 zł	7
		Równowartość 2001-5000 zł	10
		Równowartość 5001-10000 zł	15
		Powyżej 10 tys. zł (po konsultacji z VPE)	25
Zniżki		Usługi gastronomiczne/rozrywki	3
		Sklepy medyczne/księgarnie	5
Materiały informacyjne od partnerów		Ulotki lub broszury do 50 szt.	2
		Ulotki lub broszury powyżej 50 szt.	4
		Filmy lub prezentacje	2
Grafika		Projekt plakatu	8
		Projekt ulotki	6
		Projekt logo	4
		Projekt broszury dla LC (do 8 stron)	6
		Projekt broszury dla LC (min. 9 stron)	10
		Projekt broszury dla NMO (do 8 stron)	8
		Projekt broszury dla NMO (min. 9 stron)	12
		Projekt gadżetu	4
		Projekt graficzny na fanpage	4
Materiały promocyjne lub informacyjne		Zamówienie plakatów lub ulotek	1
	Rozwieszenie plakatów	do 10 sztuk	2
		powyżej 10 sztuk	4
	Dystrybucja ulotek	do 30 sztuk	1
		powyżej 30 sztuk	2
Filmy		Przygotowanie filmu promocyjnego – profesjonalny	18
		Przygotowanie filmu promocyjnego – amatorski	8
		Nadzór nad produkcją filmu przez firmę zewnętrzną (po konsultacji z VPE)	10
Fanpage		Stworzenie fanpage'a	2

	Prowadzenie fanpage'a (min. 10 postów/m-c, w tym tworzenie wydarzeń oraz konkursów)	5/m-c	
Prezentacje multimedialne	Przygotowanie prezentacji multimedialnej (wliczając w to edytory filmów typu prezentacja zdjęć np. Picasa)	6	
Strony www	Stworzenie strony internetowej	20	
	Administracja strony innej niż oddziałowa (za miesiąc administracji)	2	
Prezentacja projektu	Prezentacja podczas:	a) Warsztatów	5
		b) Zgromadzenia Delegatów	5
		c) GA (w ramach konkursu, Project Fair, Project Presentation)	15
		d) innych spotkań ogólnopolskich	8
		e) innych spotkań międzynarodowych	15
Patronaty	Pozyskanie patronatu merytorycznego lub honorowego lokalnie	6	
	Pozyskanie patronatu merytorycznego lub honorowego ogólnopolsko	8	
	Pozyskanie patronatu medialnego telewizji lokalnie	6	
	Pozyskanie patronatu medialnego telewizji ogólnopolsko	10	
	Pozyskanie patronatu medialnego radiostacji lub gazety lokalnie	4	
	Pozyskanie patronatu medialnego radiostacji lub gazety ogólnopolsko	6	
	Pozyskanie patronatu medialnego portalu internetowego	4	
Wystąpienia publiczne (inne niż prezentacja projektu)	a) Prowadzenie spotkań/wystąpienia na spotkaniach na uczelni (związane z promocją IFMSA-Poland, IFMSA)	5	
	b) Prowadzenie spotkań/wystąpienia na spotkaniach poza uczelnią (związane z promocją IFMSA-Poland, IFMSA)	8	
	c) Prowadzenie spotkań międzynarodowych/wystąpienia na spotkaniach (związane z promocją IFMSA-Poland, IFMSA, nie punktuje się udziału w warsztatach, ZD, GA, SRT, itp.)	10	
	d) Wystąpienia w audycjach radiowych (związane z promocją IFMSA-Poland, IFMSA)	8	
	e) Udzielenie komentarza w audycjach radiowych etc.	2	

		f) Wystąpienia w programach telewizyjnych (związane z promocją IFMSA-Poland, IFMSA)	10
		g) Wystąpienia w programach telewizji internetowej (związane z promocją IFMSA-Poland, IFMSA)	8
		h) Udzielenie wywiadu do gazety (związane z promocją IFMSA-Poland, IFMSA)	6
		Inne (związane z promocją IFMSA-Poland, IFMSA)	6
Opieka nad incomings	Pakiet podstawowy	Odebranie z lotniska/dworca	4
		Odprowadzenie na lotnisko/dworzec	4
		Zaprowadzenie do właściwego szpitala/na właściwy oddział	4
		Przekazanie Pocket Money	2
		Zaprowadzenie na stołówkę	2
	Organizacja programu socjalnego	Zorganizowanie wycieczki 1-dniowej	8
		Zorganizowanie wycieczki weekendowej (nie dotyczy NICE Project)	15
		Opieka popołudniowa (jedno wyjście popołudniowe, zwiedzanie miasta, itp.)	4
		Wyjazd jako opieka na wycieczkę 1-dniową	5
		Wyjazd jako opieka na wycieczkę weekendową (nie dotyczy NICE Project)	8
		Organizacja imprezy dużej typu National Food and Drink Party	15
		Inne	3
	NICE Project	Organizacja NICE przez LC	24
		Pośrednictwo między Incomings a LC organizującym NICE	6
	Contact Person	za bycie CP dla jednej osoby	1
		za bycie CP dla jednej osoby, jeżeli student w danym sezonie nie wyjeżdża na praktyki SCOPE lub Wymianę SCORE	5
	Koordynator miesiąca	Za cały miesiąc koordynowania opieki + bycie osobą kontaktową dla Incomings oraz organizacji zewnętrznych	40
Opiekun tygodnia	Za każdy pełny tydzień opieki	10	
Peer Education	Koordynowanie Projektu Peer Education w Oddziale		30
	Udział w Peer Education	Prowadzenie zajęć - jedna godzina lekcyjna	5
		Organizacja nowej placówki dydaktycznej	5

Akcje	Transport materiałów na akcję	Transport materiałów promocyjnych, gadżetów, inne	2	
	Obsługa techniczna akcji		2	
	Udział w akcjach:	a) 1-2h		4
		b) 3-4h		6
		c) 5-6h		8
		d) >6h		10
	Zbiórki	Organizacja zbiórki na uczelni		4
		Organizacja zbiórki poza uczelnią		8
		Udział w zbiórce = udział w akcji		0
	Własnoręczne przygotowanie gadżetów na akcję	Przygotowanie gadżetów na akcję (np. skrzynki na listy, sprzętu medycznego na TBH) w ramach jednej akcji		10
	Przygotowanie fotorelacji/wideorelacji z akcji	Tylko jeśli zostanie opublikowana (np. na stronie internetowej lub fanpage'u Oddziału)		6
	Organizacja akcji pojedynczej	Koordinowanie pojedynczej akcji małej		24
		Koordinowanie pojedynczej akcji średniej		30
		Koordinowanie pojedynczej akcji dużej		36
Organizacja akcji cyklicznej	Koordinowanie cyklicznej akcji małej		24+5 za każdą kolejną akcję	
	Koordinowanie cyklicznej akcji średniej		30+6 za każdą kolejną akcję	
	Koordinowanie cyklicznej akcji dużej		36+7 za każdą kolejną akcję	
Artykuły, tłumaczenia	Przygotowanie artykułu do gazety uczelnianej/lokalnej/ogólnopolskiej		8	
	Przygotowanie artykułu do gazety międzynarodowej (w tym do broszur stworzonych przez Federację)		14	
	Tłumaczenia (z dowolnego języka 1 strona A4, Times New Roman, odstęp 1,15)		4 za stronę	
	Przygotowanie artykułu na stronę (inną niż strona internetowa IFMSA-Poland)		6	
	Inne		2	
Warsztaty	Catering	Zorganizowanie cateringu ze źródła zewnętrznego	6	
		Samodzielne przygotowanie cateringu	8	
	Upominki	Zorganizowanie kwiatów/upominków/innych dla gości specjalnych, prelegentów	2	
	Certyfikaty	Przygotowanie certyfikatów/dyplomów/podziękowań/zaproszeń dla prelegentów/uczestników	3	

	Obsługa techniczna	Zorganizowanie/obsługa sprzętu audiowizualnego	2
		Zorganizowanie/obsługa sprzętu nagłaśniającego	2
	Obsługa recepcji	Rozdawanie materiałów konferencyjnych, udzielanie informacji uczestnikom konferencji, inne	
		a) 1-2h	2
		b) 3-4h	4
		c) 5-6h	6
		d) >6h	8
	Materiały konferencyjne	Przygotowanie materiałów powitalnych dla uczestników konferencji:	
		a) 1-50 sztuk	6
		b) 50-100 sztuk	10
		c) 100-500 sztuk	12
		d) >500 sztuk	14
	Zorganizowanie zakwaterowania dla uczestników		10
	Transport	a) organizacja transportu dla uczestników (np. zorganizowanie autobusów)	5
b) transport uczestników		3	
Rezerwacja sali konferencyjnej		5	
Organizacja Social Programu		14	
Szkolenia	a) oddziałowe	10	
	b) na arenie ogólnopolskiej	12	
	c) TNT lub TOT	15	
	d) zagraniczne	20	
Dokumenty	Przygotowanie oferty współpracy		6
	Przygotowanie dokumentów	Certyfikaty/dyplomy	3
		Zaproszenia	3
		Podziękowania	3
		Kartki okolicznościowe	3
		Inne	2
	Pisma oficjalne	Przygotowanie pism do władz uczelni, szpitali, akademików, organizacji, innych	2
		Dostarczenie/odebranie pism w ramach jednej akcji	2

5.3. Punktacja za funkcje

	Kategoria	Stanowisko	Punkty w skali roku/miesiąca
FUNKCJE	Międzynarodowe	a) Członek Executive Board	600 / 50
		b) Członek Team of Officials	480 / 40
		c) Asystenci Team of Officials	360 / 30
		d) Inne funkcje międzynarodowe	180 / 15
	Ogólnopolskie	Prezydent IFMSA-Poland	360 / 30
		Asystent Prezydenta IFMSA-Poland	180 / 15
		VPI	360 / 30
		VPI Asst.	180 / 15
		VPE	360 / 30
		VPE Asst.	180 / 15
		Sekretarz Generalny IFMSA-Poland	360 / 30
		Asystent Sekretarza Generalnego IFMSA-Poland	180 / 15
		Skarbnik Generalny IFMSA-Poland	360 / 30
		Asystent Skarbnika Generalnego IFMSA-Poland	180 / 15
		NEO	288 / 24
		NORA	252 / 21
		NPO	252 / 21
		NORE	288 / 24
		NORP	252 / 21
		NOME	252 / 21
		Koordinator Narodowy ds. Treningów (TSDD)	252 / 21
		Koordinator Narodowy ds. Publikacji (PSDD)	252 / 21
		Koordinator Narodowy ds. Alumni (ASD)	252 / 21
		Koordinator Narodowy ds. Projektów (PrSDD)	252 / 21
		NEO Asst.	144 / 12
		NORA Asst.	120 / 10
		NPO Asst.	120 / 10
		NORE Asst.	144 / 12
		NORP Asst.	120 / 10
		NOME Asst.	120 / 10
		TSDD Asst.	120 / 10
		PSDD Asst.	120 / 10
		PrSDD Asst.	120 / 10
		ASD Asst.	120 / 10
		Komisja Rewizyjna	252 / 21
		Asystent KR	72 / 6
		KOP	180 / 15
KOP Asst.	84 / 7		
Pełnomocnik IFMSA-Poland	180 / 15		
Inna funkcja powołana przez ZG	120 / 10		

Lokalne	Prezydent Oddziału	216 / 18
	Asystent Prezydenta Oddziału	108 / 9
	Sekretarz Oddziału	180 / 15
	Asystent Sekretarza Oddziału	84 / 7
	Skarbnik Oddziału	180 / 15
	Asystent Skarbnika Oddziału	84 / 7
	VPE LC	180/15
	VPE LC Asst.	84/7
	LEO	180 / 15
	LORA	144 / 12
	LPO	144 / 12
	LORE	144 / 12
	LORP	144 / 12
	LOME	144 / 12
	LEO Asst.	72 / 6
	LORA Asst.	72 / 6
	LPO Asst.	72 / 6
	LORE Asst.	72 / 6
	LORP Asst.	72 / 6
	LOME Asst.	72 / 6
	KRO	108 / 9
	Asystent KRO	48 / 4
	Inna funkcja powołana przez ZO	72 / 6