

**STRATEGIA ROZWOJU KIERUNKU FILOZOFIA
INSTYTUT FILOZOFII UŁ**

I STRATEGIA ROZWOJU – ZAŁOŻENIA WSTĘPNE

II OBSZARY STRATEGICZNE I KIERUNKI ROZWOJU

III CELE STRATEGICZNE W KONTEKŚCIE OBSZARÓW STRATEGICZNYCH

IV CELE STRATEGICZNE W KONTEKŚCIE ANALIZY OTOCZENIA

V CELE STRATEGICZNE REALIZOWANE PRZEZ NOWY PROGRAM STUDIÓW

I STRATEGIA ROZWOJU – ZAŁOŻENIA WSTĘPNE

Strategia Rozwoju Kierunku Filozofia Uniwersytetu Łódzkiego (dalej: SRKF) opiera się na wzorcach zarządzania strategicznego. Strategia określa misję kierunku, definiuje jego cele strategiczne oraz cele częściowe. Cele te zostały sformułowane na podstawie analiz zawartych w Strategii Rozwoju Wydziału Filozoficzno-Historycznego UŁ (dalej SRWFH) na lata 2012-2016. Zapewnia to zgodność SRKF ze SRWFH, która z kolei wpisuje się w założenia Strategii Rozwoju Uniwersytetu Łódzkiego na lata 2010-2015, stanowiącej załącznik do Uchwały Rady Senatu z dnia 23 listopada 2009 roku w sprawie misji i strategii UŁ. Dokument ten formułuje założenia niezbędne dla dalszego rozwoju UŁ, dostarczając ogólnych wytycznych do tworzenia strategii poszczególnych wydziałów i kierunków uczelni.

II OBSZARY STRATEGICZNE I KIERUNKI ROZWOJU

Zgodnie z analizami SRWFH, SRKF wyróżnia pięć strategicznych obszarów oraz odpowiadające im strategiczne kierunki rozwoju.

1. Zasoby ludzkie

Kadra o wysokich kwalifikacjach ma kluczowe znaczenie z punktu widzenia zapewnienia jak najwyższej jakości kształcenia, prowadzenia badań naukowych oraz innej działalności odpowiadającej specyfice kierunku. Kadra jest podstawowym elementem świadczącym o jego renomie i prestiżu.

Aby wykorzystać potencjał kadrowy oraz zapewnić jego stały rozwój, konieczna jest dobra polityka kadrowa. Wymaga ona wielokierunkowych i zintegrowanych działań, w celu wypracowania przewagi konkurencyjnej. Działania te powinny się koncentrować zarówno na zapewnieniu kadrze warunków ciągłego podnoszenia kwalifikacji, jak i w kształceniu poczucia współodpowiedzialności za rozwój i specyfikę kierunku.

2. Dydaktyka / nauka

Zgodnie z zapisami Strategii Rozwoju UŁ oraz SRWFH, zasadniczym celem strategicznym działań na rzecz kierunku powinno być utrzymanie konkurencyjności i wypracowanie przewagi na rynku edukacyjnym. Przewaga ta powinna być zagwarantowana przez wysoką jakość kształcenia oraz dostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku.

Należy położyć nacisk na rozwijanie współpracy międzynarodowej zarówno poprzez uatrakcyjnienie oferty Kierunku dla studentów i wykładowców z zagranicy, jak i poprzez podejmowanie i realizację międzynarodowych projektów badawczych.

3. Finanse

Nauka i nauczanie uzależnione są od finansowania. W tym obszarze kluczowe znaczenie mają trzy zagadnienia. Po pierwsze, należy zwrócić większą uwagę na dywersyfikację źródeł finansowania oraz wzrost znaczenia finansowania działalności podstawowej ze źródeł innych niż środki ministerialne. Po drugie, konieczne są działania w ramach kierunku na rzecz podniesienia kategorii Wydziału Filozoficzno-Historycznego według klasyfikacji Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (dalej: MNiSW). W kontekście przeprowadzanych reform w finansowaniu działalności uczelni publicznych, należy

zintensyfikować działania w celu pozyskania środków publicznych na działalność statutową.

Po trzecie, należy poczynić starania w celu wdrożenia rozwiązań służących racjonalizacji finansów. W tym obszarze istotne jest opracowanie i wprowadzenie systemu motywowania pracowników i efektywne wykorzystanie infrastruktury.

4. Technologie / inwestycje

Konieczne z punktu widzenia sprawnego zarządzania kierunkiem, jak również wymiany informacji oraz realizacji zadań naukowych i dydaktycznych, jest wdrożenie nowych technologii. W tym celu należy podjąć działania służące informatyzacji kierunku.

5. Informacja / marketingu

Przeprowadzona analiza ujawniła brak bądź nieefektywność działań informacyjnych, promocyjnych i marketingowych, wskazując tym samym na konieczność opracowania szczegółowej strategii poprawy wizerunku kierunku oraz jego promocji. Strategia ta powinna zakładać wykorzystanie nowych narzędzi oraz kłaść nacisk na poszukiwanie nowych rodzajów aktywności, służących kształtowaniu i utrzymaniu pozytywnych relacji partnerskich z otoczeniem.

IV CELE STRATEGICZNE W KONTEKŚCIE OBSZARÓW STRATEGICZNYCH

Zdefiniowanie i omówienie w punkcie II strategicznych obszarów pozwala określić i przyporządkować im cele strategiczne kierunku filozofia, zgodne z celami strategicznym wyznaczonymi w SRWFH.

Cele strategiczne w obszarze	Cele strategiczne	Cele cząstkowe	Relacje między poszczególnymi celami
C.1 ZASOBY LUDZKIE	c.1.1 integracja społeczności	c.1.1.1 wzmocnienie współpracy pomiędzy poszczególnymi pracownikami oraz jednostkami instytutu filozofii	koresponduje z c.1.1.2
		c.1.1.2 dążenie do wypracowania poczucia współodpowiedzialności za rozwój kierunku w otoczeniu wewnętrznym	koresponduje z c.1.1.1
	c.1.2 dbałość o rozwój naukowy i zawodowy pracowników	c.1.2.1 kształcenie kadr na potrzeby realizowanych projektów/przedsięwzięć dydaktycznych	koresponduje z c.5.4.2
		c.1.2.2 zwiększenie mobilności kadry naukowo-dydaktycznej oraz studentów	koresponduje z c.2.5.3
		c.1.2.3 systematyczny rozwój jakości obsługi administracyjnej w kierunku informatyzacji	koresponduje z c.1.1.2
	C.2 DYDAKTYKA / NAUKA	c.2.1 udoskonalanie oferty dydaktycznej	c.2.1.1 systematyczna poprawa jakości i efektywności kształcenia
c.2.1.2 tworzenie nowych kierunków oraz specjalności kształcenia dostosowanych do potrzeb praktyki / rynku pracy			koresponduje z c.5.4.2
c.2.1.3 wzbogacenie programów studiów o zajęcia prowadzone przez krajowych i zagranicznych wykładowców wizytujących			koresponduje z c.2.2
c.2.1.4 stały rozwój oferty dostosowanej do potrzeb rynku (w tym studiów podyplomowych, szkoleń itp.)			koresponduje z c.5.4.2
c.2.1.5 rozwój nowoczesnych metod nauczania			koresponduje z c.2.1.1
c.2.2 dążenie do osiągnięcia wyższej pozycji na rynku usług edukacyjnych		c.2.2.1 rozwój współpracy z uczelniami krajowymi w zakresie wspólnego budowania przewagi konkurencyjnej	koresponduje z c.2.1.3
		c.2.2.2 rozwój międzyuczelnianej wymiany kadry dydaktycznej	koresponduje z c.1.2
		c.2.2.3 zacieśnienie współpracy z organizacjami I, II i III sektora w zakresie organizacji praktyk i wsparcia procesów	koresponduje z c.5.4.2

ZAŁĄCZNIK NR 2 DO PROGRAMU KSZTAŁCENIA. FILOZOFIA, STUDIA DRUGIEGO STOPNIA

		dydaktycznych	
	c.2.4 intensyfikacja działań nakierowanych na otoczenie zewnętrzne.	c.2.4.1 przygotowanie i wdrożenie oferty komercyjnej i niekomercyjnej (w tym szkoleń, doradztwa, publicznych wykładów itp.)	koresponduje z c.5.4.2
		c.2.4.2 intensyfikacja działań na rzecz przygotowywania przez studentów praktycznych prac dyplomowych	koresponduje z c.5.3.2
	c.2.5 „umiędzynarodowienie”	c.2.5.1 rozwój i wzbogacanie oferty studiów w ramach programów wymiany międzynarodowej oraz europejskich programów stypendialnych	koresponduje z c.1.2
		c.2.5.2 rozwój międzynarodowej wymiany kadry dydaktycznej	koresponduje z c.1.2
c.2.5.3 poszerzenie oferty dydaktycznej w języku angielskim		koresponduje z c.5.2; c.1.2.2	
c.2.5.4 wzrost liczby zagranicznych studentów		koresponduje z c.5.2	

C.3 FINANSE	c.3.1 wzrost znaczenia finansowania ze źródeł zewnętrznych	c.3.1.1 intensyfikacja działań (w tym współpracy) na rzecz skutecznego pozyskiwania środków na działalność naukowo-badawczą w tym: badania, organizowanie konferencji naukowych, publikacje, etc.	koresponduje z c.1, c.2, c. 4
		c.3.1.2 intensyfikacja działań (w tym współpracy) na rzecz skutecznego pozyskiwania środków na realizację projektów/przedsięwzięć służących rozwojowi kierunku, w tym m.in. projektów edukacyjnych, infrastrukturalnych i innych	koresponduje z c.1, c.2, c. 4
		c.3.1.3 zwiększenie skuteczności pozyskiwania środków na naukę (staże) i na promocję (sponsoring) ze źródeł zewnętrznych	koresponduje z c.1, c.2, c. 4
	c.3.2 wzrost finansowania ze źródeł publicznych	podniesienie kategorii Wydziału Filozoficzno-Historycznego (wg klasyfikacji MNiSW) w celu pozyskania większych środków publicznych (z MNiSW) na działalność statutową	koresponduje z c.2
	c.3.3 racjonalizacja finansów	c.3.3.1 wprowadzenia systemu finansowego motywowania pracowników naukowo-dydaktycznych, naukowych i doktorantów	koresponduje z c.1.2
c.3.3.2 efektywne wykorzystywanie infrastruktury			

C.4 TECHNOLOGIE / INWESTYCJE	c.4.1 przebudowa infrastruktury informatycznej	c.4.1.1 wdrożenie systemu sieciowej komunikacji wewnętrznej, w tym elektronicznego obiegu informacji i dokumentów	koresponduje z c.1.1.4
		c.4.1.2 utworzenie systemu katalogów sieciowych umożliwiających sprawny dostęp wszystkich studentów i pracowników do baz danych i innych źródeł informacji oraz łatwe komunikowanie się	koresponduje z c.1.1.4
	c.4.2 zwiększanie stopnia informatyzacji	c.4.2.1 systematyczny rozwój oferty edukacyjnej w formie zdalnego nauczania (e-learning, blended learning)	koresponduje z c.1.2
		c.4.2.2 rozwój sieci bezprzewodowego internetu	koresponduje z c.5

C.5 INFORMACJA / MARKETING	c.5.1 systematyczna poprawa wizerunku	c.5.1.1 intensyfikacja promocji własnych osiągnięć	koresponduje z c.1.1.4
		c.5.1.2 promowanie aktywnej działalności pracowników oraz studentów na polu społecznym	koresponduje z c.1.1.1
		c.5.1.3 opracowanie i wdrożenie systemu identyfikacji wizualnej kierunku	koresponduje z c.1.1
	c.5.2 promocja kierunku w polsce i ue	c.5.2.1 ulepszenie strony internetowej, wprowadzenie całościowej wersji w językach obcych	koresponduje z c.2.5
		c.5.2.2 aktywna promocja w social media	koresponduje z c.5.1.2
		c.5.2.3 rozwijanie stałej współpracy ze środkami masowego przekazu	koresponduje z c.5.1.2; c.5.1.3
	c.5.3 kształtowanie pozytywnych relacji partnerskich otoczeniem	c.5.3.1 rozwijanie współpracy kierunku z władzami i instytucjami samorządowymi, samorządami zawodowymi oraz organizacjami społecznymi i gospodarczymi	

V CELE STRATEGICZNE W KONTEKŚCIE ANALIZY OTOCZENIA

Cele strategiczne związane ze otoczeniem kierunku filozofia zostały wyznaczone na podstawie jego analiz, które koncentrują się na dwóch aspektach, tj. otoczeniu zewnętrznym i otoczeniu wewnętrznym. Uwzględniają one przede wszystkim te elementy, które są istotne z punktu widzenia sytuacji kierunku na rynku edukacyjnym, naukowo-badawczym, jak również ze względu na jego dalszy rozwój.

OTOCZENIE ZEWNĘTRZNE		
element otoczenia	opis	cel / działanie
Partnerzy		
instytucje administracji publicznej	jednostki samorządu terytorialnego, muzea	<i>Możliwości współpracy:</i> <ul style="list-style-type: none"> • budowa prestiżu kierunku • współpraca w zakresie organizacji praktyk, staży i zapewnienia pracy absolwentom • współpraca w zakresie aktualizacji oferty dydaktycznej i jej dostosowania do potrzeb rynku
organizacje 3 sektora	organizacje pozarządowe, w tym fundacje i stowarzyszenia	<ul style="list-style-type: none"> • pozyskanie do współpracy
organizacje 2 sektora	instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy, korporacje	<ul style="list-style-type: none"> • pozyskanie do współpracy
uczelnie	uczelnie wyższe z Polski i zagranicy	<i>Możliwości współpracy:</i> <ul style="list-style-type: none"> • współpraca w celu utrzymania przewagi konkurencyjnej poprzez stały rozwój oferty edukacyjno-szkoleniowej i dostosowanie jej do potrzeb rynku
szkoły	szkoły podstawowe, gimnazja, licea i ich uczniowie	<i>Możliwości współpracy:</i> <ul style="list-style-type: none"> • kształtowanie postaw przyszłych studentów, przekazywanie wiedzy z zakresu obowiązujących norm etycznych i ideałów humanistycznych • organizowanie spotkań/wykładów tematycznych • współpraca w celu utrzymania przewagi konkurencyjnej poprzez stały rozwój oferty edukacyjno-szkoleniowej i dostosowanie jej do potrzeb rynku
Konkurenci		
uczelnie	uczelnie wyższe kształcące w podobnym zakresie na terenie regionu i kraju, realizujące podobną misję lub projekty	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • utrzymaniu przewagi konkurencyjnej, • stałemu rozwojowi oferty edukacyjno-szkoleniowej, • bieżącemu dostosowaniu oferty do potrzeb zmieniającego się rynku i oczekiwań pracodawców
szkoły	szkoły policealne oferujące przygotowanie zawodowe związane z humanistyką	rozwijanie programu w kierunku realizacji projektów, w których faktycznie praktykuje się wiedzę humanistyczną
Klienci		
podmioty zewnętrzne	firmy i osoby korzystające z zasobów kadrowych i infrastrukturalnych Wydziału	<i>Możliwości współpracy:</i> <ul style="list-style-type: none"> • w zakresie udostępnienia zasobów kadrowych • w zakresie udostępnienia zasobów infrastrukturalnych
instytucje	instytucje wykorzystujące komercyjnie potencjał naukowo – badawczy	<i>Możliwości współpracy:</i> utrzymywanie i stały rozwój współpracy z instytucjami, które wykorzystują bądź mogą wykorzystywać potencjał dydaktyczny kierunku
społeczeństwo	mieszkańcy regionu i kraju	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • popularyzacji Kierunku i jego oferty dydaktycznej • utrzymywaniu i rozwojowi oferty dydaktycznej
jednostki i katedry wydziałowe oraz między wydziałowe	jednostki działające w celu osiągnięcia wspólnego celu/misji	<i>Możliwości współpracy:</i> <ul style="list-style-type: none"> • stała współpraca w celu osiągnięcia wspólnych celów jednostek UE i uniwersytetu jako całości • stała współpraca w zakresie realizacji wspólnych przedsięwzięć, w tym wspólnych kierunków studiów, realizowania projektów edukacyjnych, badawczych itp.

ZAŁĄCZNIK NR 2 DO PROGRAMU KSZTAŁCENIA. FILOZOFIA, STUDIA DRUGIEGO STOPNIA

OTOCZENIE WEWNĘTRZNE		
Pracownicy		
nauczyciele akademicy	kluczowy element świadczący o potencjale i prestiżu Kierunku	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • pełnemu wykorzystaniu potencjału naukowego kadry akademickiej • stałemu podnoszeniu kwalifikacji zawodowych • integracji społeczności akademickiej
pracownicy niebędący nauczycielami akademickimi	wysoko wykwalifikowana kadra kluczowa i niezbędna w procesie obsługi administracyjnej studentów i kadry akademickiej	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • stałemu podnoszeniu kwalifikacji zawodowych niezbędnych w procesie profesjonalnej obsługi klientów kierunku • integracji społeczności pracowników
kadra zewnętrzna	profesor wizytujący, wymiana naukowa	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • podtrzymywaniu dotychczasowych kontaktów oraz nawiązywaniu nowych w celu zapewnienia stałej możliwości podnoszenia kwalifikacji kadry akademickiej • budowaniu i utrzymaniu prestiżu kierunku • stałemu wzrostowi atrakcyjności oferty dydaktycznej
Studenci		
studenci	studenci studiów stacjonarnych	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • stałemu rozwojowi oferty studiów stacjonarnych (studia I i II stopnia) • stałemu dostosowywaniu programów nauczania pod kątem wymagań rynku oraz oczekiwań pracodawców • monitoringowi losu absolwentów (w celu m.in. oceny szans na rynku pracy, adekwatności programu nauczania do oczekiwań pracodawców) • wprowadzaniu nowoczesnych metod nauczania
śluchacze	śluchacze studiów podyplomowych	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • rozszerzeniu oferty studiów podyplomowych • zapewnieniu wysokiej jakości procesu dydaktycznego • stałemu dostosowywaniu programów nauczania pod kątem wymagań rynku • stałej współpracy z instytucjami trzech sektorów w celu dopasowania oferty do potrzeb rynku • wprowadzaniu nowoczesnych metod nauczania
doktoranci	uczestnicy studiów doktoranckich	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • stałemu rozwojowi oferty studiów doktoranckich, w kierunku większej multidyscyplinarności • zapewnieniu wysokiej jakości procesu nauczania w celu doskonalenia przyszłej kadry akademickiej Instytutu Filozofii • wprowadzaniu nowoczesnych metod nauczania
studenci programów wymiany	„ERASMUS” programy wymiany	<i>Konieczność podjęcia działań służących:</i> <ul style="list-style-type: none"> • stałej wymianie studentów w ramach istniejących i przyszłych programów

VI CELE STRATEGICZNE REALIZOWANE PRZEZ NOWY PROGRAM STUDIÓW

Nowy program studiów I i II stopnia pozostaje zgodny ze Strategią Rozwoju Uniwersytetu Łódzkiego, SRWFH oraz SRKF, ponieważ uwzględnia ich zalecenia i wytyczne, a także realizuje wybrane cele.

1. Cele strategiczne w kontekście obszarów strategicznych realizowane przez nowy program studiów na kierunku filozofia.

ZAŁĄCZNIK NR 2 DO PROGRAMU KSZTAŁCENIA. FILOZOFIA, STUDIA DRUGIEGO STOPNIA

Obszar strategiczny	Realizowane cele		Sposób realizacji
	Cele strategiczne	Cele cząstkowe	
C.1 zasoby ludzkie	C.1.1 integracja społeczności.	C.1.1.1 wzmocnienie współpracy pomiędzy pracownikami oraz jednostkami Instytutu Filozofii	konieczność współpracy przy konstruowaniu i realizowaniu modułów zajęć, możliwość współpracy pracowników różnych Katedr przy konstruowaniu i realizacji modułów zajęć
C.2 dydaktyka/nauka	C.2.1 doskonalenie oferty dydaktycznej	C.2.1.1 systematyczna poprawa jakości i efektywności kształcenia	struktura programu zakłada efektywne wykorzystanie kompetencji wykładowców, program zawiera ponadto precyzyjnie określoną procedurę ewaluacyjną efektów kształcenia i jest zgodny Krajowymi Ramami Kwalifikacji
		C.2.1.4 stały rozwój oferty dostosowanej do potrzeb rynku (w tym studiów podyplomowych, szkoleń itp.)	program kładzie nacisk na pożądane na rynku pracy praktyczne umiejętności pracy w zespole oraz na rozwijanie kompetencji translatorskich
		C.2.1.5 rozwój nowoczesnych metod nauczania	program zawiera szeroką ofertę obowiązkowych zajęć warsztatowych i projektowych
	C.2.5 „umiędzynarodowienie”	C.2.5.4 poszerzenie oferty dydaktycznej w języku angielskim	program zawiera obowiązkowe zajęcia w języku wykładowym angielskim (studia II stopnia) oraz dwa typy obowiązkowych zajęć translatorskich
C.3 finanse	C.3.3 Racjonalizacja finansów.	C.3.3.2 efektywne wykorzystywanie infrastruktury	realizacja programu wymusza efektywne wykorzystanie infrastruktury
C.5 informacja/marketing	C.5.1 systematyczna poprawa wizerunku	C.5.1.2 promowanie aktywnej działalności pracowników oraz studentów na polu społecznym	obowiązkowe zajęcia projektowe wymuszają aktywność na polu społecznym oraz kontakt z instytucjami życia społecznego

2. Cele strategiczne w kontekście analizy otoczenia realizowane przez nowy program studiów na kierunku filozofia.

Otoczenie zewnętrzne		
Element otoczenia	Opis	Cel/działanie
konkurenci: uczelnie	uczelnie wyższe kształcące w podobnym zakresie na terenie regionu i kraju, realizujące podobną misję lub projekty	<ul style="list-style-type: none"> utrzymaniu przewagi konkurencyjnej, stałemu rozwojowi oferty edukacyjno-szkoleniowej, bieżącemu dostosowaniu oferty do potrzeb zmieniającego się rynku i oczekiwań pracodawców
Otoczenie wewnętrzne		
Element otoczenia	Opis	Cel/działanie
pracownicy: nauczyciele akademicy	kluczowy element świadczący o potencjale i prestiżu kierunku	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> pełnemu wykorzystaniu potencjału naukowego kadry akademickiej stałemu podnoszeniu kwalifikacji zawodowych i osobistych integracji społeczności akademickiej
studenci	studenci studiów stacjonarnych	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> stałemu rozwojowi oferty studiów stacjonarnych (studia I i II stopnia) stałemu dostosowywaniu programów nauczania pod kątem wymagań rynku oraz oczekiwań pracodawców monitoringowi losu absolwentów (w celu m.in. oceny szans na rynku pracy, adekwatności programu nauczania do oczekiwań pracodawców wprowadzaniu nowoczesnych metod nauczania

Poza wyszczególnionymi w tabelach danymi, nowy program studiów I i II stopnia może także realizować inne cele strategiczne wskazane w SRKF. W szczególności możliwe jest pozyskiwanie do współpracy wykładowców innych uczelni w tym także zagranicznych. Ponadto, program realizuje postulat wzmocnienia pozycji na rynku edukacyjnym, zawartego w Strategii Rozwoju UŁ oraz w SRWFH.