

ZAŁĄCZNIK NR V

Jednolita strategia kierunku Religioznawstwo

Strategia Rozwoju kierunku Religioznawstwo została opracowana według wzorców zarządzania strategicznego. Określa misję kierunku obu stopni, definiuje jego cele strategiczne oraz cząstkowe. Cele te zostały sformułowane na podstawie analiz zawartych w Strategii Rozwoju Wydziału Filozoficzno-Historycznego UŁ na lata 2012-2016. Zapewnia to zgodność Strategii Rozwoju kierunku Religioznawstwo ze Strategią Rozwoju Wydziału Filozoficzno-Historycznego, stanowiącej załącznik do Uchwały Rady Senatu z dnia 23 11 2009 r. w sprawie misji i strategii UŁ.

Zgodnie z analizami Strategii Rozwoju Wydziału Fil.-Hist., Strategia Rozwoju kierunku Religioznawstwo wyróżnia pięć obszarów strategicznych oraz odpowiadające im strategiczne kierunki rozwoju.

1. ZASOBY LUDZKIE

Wysokiej jakości kadra 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. Dobra polityka kadrowa wymaga wielokierunkowych i zintegrowanych działań, w celu wypracowania przewagi konkurencyjnej. Istotnym elementem tych działań jest stworzenie warunków sprzyjających wypracowaniu poczucia współodpowiedzialności całego otoczenia wewnętrznego za rozwój kierunku.

2. DYDAKTYKA / NAUKA

Najważniejszym elementem działań na rzecz kierunku jest zapewnienie jego konkurencyjności oraz wypracowanie jego przewagi na rynku edukacyjnym (na co zwraca również uwagę strategia rozwoju UŁ). Podstawą przewagi musi być wysoka jakość kształcenia oraz dostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku. Istotnym elementem tego obszaru jest „umiędzynarodowienie”, rozumiane przede wszystkim jako poszerzanie współpracy z innymi instytucjami zagranicznymi na różnych płaszczyznach. Kluczowe znaczenie dla pozycji konkurencyjnej w kraju i za granicą ma budowanie silnych zespołów badawczych liczących się w nauce światowej.

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. Gwarancją tego finansowania są efektywne związki Wydziału z krajowymi i zagranicznymi, w tym unijnymi, instytucjami publicznymi. Dlatego konieczne jest usprawnienie przepływu informacji – na zewnątrz: o możliwościach i ofercie kierunku; do wewnątrz – o zapotrzebowaniu tych instytucji na opracowania, badania naukowe oraz inne rodzaje działalności zgodne z profilem Wydziału. Po drugie, niezbędnym elementem finansowego aspektu związanego z funkcjonowaniem kierunku jest poczynienie niezbędnych kroków służących podniesieniu kategorii Wydziału Filozoficzno-Historycznego UŁ według klasyfikacji Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. 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

Koniecznym z punktu widzenia sprawnego zarządzania kierunkiem, jak również wymiany informacji wewnątrz jednostki, jest wdrożenie nowych technologii. W tym celu należy podjąć działania służące informatyzacji kierunku.

5. INFORMACJA / MARKETING

Istnieje wyraźna konieczność podjęcia działań, służących budowie wizerunku kierunku religioznawstwo. Należy podjąć działania promocyjne przy wykorzystaniu nowych narzędzi oraz podjęcia różnorodnych (i nowych) działań służących kształtowaniu i utrzymaniu pozytywnych relacji partnerskich z otoczeniem. Opracowanie szczegółowej strategii rozwoju w tym obszarze jest niezbędnym elementem rozpoczęcia działań w zakresie informacji i marketingu.

Zdefiniowane strategiczne kierunki rozwoju pozwoliły na wyznaczenie celów strategicznych i częściowych Fil-Hist, które znajdują odzwierciedlenie w poniższej matrycy:

Cele strategiczne w obszarze	Cele strategiczne	Cele częściowe	Relacje między poszczególnymi celami
C.1 ZASOBY LUDZKIE	C.1.1 Integracja społeczności	C.1.1.1 Wzmocnienie współpracy pomiędzy pracownikami i poszczególnymi jednostkami, realizującymi kierunek „religioznawstwo”	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.1.1.4 Jasna i otwarta polityka informacyjna (zwiększanie dostępności do informacji o kierunku)	Koresponduje z C.1.1.2
	C.1.2 Dbłość o rozwój naukowy i zawodowy pracowników	C.1.2.1 Kształcenie kadr na potrzeby realizowanych projektów / przedsięwzięć humanistycznych w ujęciu multidyscyplinarnym	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 Udoskonalani oferty dydaktycznej	C.2.1.1 Systematyczna poprawa jakości i efektywności kształcenia	Koresponduje z C.1.2
		C.2.1.2 Tworzenie nowych specjalności kształcenia dostosowanych do potrzeb praktyki / rynku pracy	Koresponduje z C.5.4.2
		C.2.1.3 Wzbogacenie programu studiów o zajęcia prowadzone przez krajowych i zagranicznych wykładowców wizytujących	Koresponduje z C.2.2
		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.2.2.4 Zacieśnienie współpracy z organizacjami I, II i III sektora w zakresie organizacji praktyk i wsparcia procesów dydaktycznych	Koresponduje z C.5.4.2
	C.2.3 Intensyfikacja działań nakierowanych na otoczenie zewnętrzne.	C.2.3.1 Przygotowanie i wdrożenia oferty komercyjnej i niekomercyjnej (w tym szkoleń, doradztwa, publicznych wykładów itp.)	Koresponduje z C.5.4.2
		C.2.3.2 Intensyfikacja działań na rzecz przygotowywania przez studentów praktycznych prac dyplomowych	Koresponduje z C.5.3.2
	C.2.4 „Umiędzynarodowienie”	C.2.4.1 Systematyczne rozszerzanie współpracy z zagranicznymi placówkami naukowymi	Koresponduje z C.1.2 Koresponduje z C.5.2
		C.2.4.2 Rozwój i wzbogacanie oferty studiów w ramach programów wymiany międzynarodowej oraz europejskich programów stypendialnych	Koresponduje z C.1.2
		C.2.4.3 Rozwój międzynarodowej wymiany kadry dydaktycznej	Koresponduje z C.1.2
		C.2.4.4 Poszerzenie oferty dydaktycznej w języku angielskim	Koresponduje z C.5.2 Koresponduje z C.1.2.2
		C.2.4.5 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 ze źródeł zewnętrznych na naukę (staże) i na promocję (sponsoring)	Koresponduje z C.1, C.2, C. 4
	C.3.2 Racjonalizacja finansów	C.3.2.1 Wprowadzenia systemu finansowego motywowania pracowników naukowo-dydaktycznych, naukowych i doktorantów	Koresponduje z C.1.2
		C.3.2.2 Efektywne wykorzystywanie infrastruktury	

C.4 TECHNOLOGIE/INWESTYCJE	C.4.1 Zwiększanie informatyzacji Wydziału.	C.4.1.1 Systematyczny rozwój oferty edukacyjnej w formie zdalnego nauczania (e-learning, blended learning)	Koresponduje z C.1.2
		C.4.1.2 Rozwój sieci bezprzewodowego Internetu	Koresponduje z C.5

C.5 INFORMACJA / MARKETING	C.5.1 Systematyczna poprawa wizerunku	C.5.1.2 Intensyfikacja promocji własnych osiągnięć	Koresponduje z C.1.1.4
		C.5.1.3 Promowanie aktywnej działalności pracowników oraz studentów na polu społecznym i gospodarczym	Koresponduje z C.1.1.1
	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 Kultywowanie stałej współpracy ze środkami masowego przekazu	Koresponduje z C.5.1.2 Koresponduje z C.5.1.3
	C.5.3 Kształtowanie pozytywnych relacji partnerskich otoczeniem		
C.5.3.2 Kontynuacja współpracy Wydziału z władzami i instytucjami samorządowymi, samorządami zawodowymi oraz organizacjami społecznymi i gospodarczymi		Koresponduje z C.2.3.1	

Cele strategiczne w kontekście analizy otoczenia

Analiza otoczenia została dokonana na dwóch płaszczyznach, tj. otoczenia zewnętrznego i otoczenia wewnętrznego.

Dokonując analizy, zwrócono uwagę tylko na te grupy, które są istotne z punktu widzenia sytuacji Wydziału na rynku edukacyjnym, naukowo-badawczym jak również jego dalszego rozwoju.

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"> • współpraca w zakresie organizacji praktyk, staży i zapewnienia pracy absolwentom • współpraca przy organizacjach konferencji, sympozjów, wykorzystaniu potencjału naukowo-badawczego, działalność misyjna i statutowa • współpraca w zakresie aktualizacji oferty dydaktycznej i jej dostosowania do potrzeb rynku
organizacje 3 sektora	organizacje pozarządowe, w tym fundacje i stowarzyszenia	
organizacje 2 sektora	instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy, korporacje	
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
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 kształcenie zawodowe	
Klienci		
podmioty zewnętrzne	firmy i osoby korzystające z zasobów	<i>Możliwości współpracy:</i>

	kadrowych i infrastrukturalnych Wydziału	<ul style="list-style-type: none"> w zakresie udostępnienia zasobów kadrowych w zakresie udostępnienia zasobów infrastrukturalnych
Instytucje	instytucje wykorzystujące komercyjnie potencjał naukowo – badawczy Wydziału	<p><i>Możliwości współpracy:</i></p> utrzymywanie i stały rozwój współpracy z instytucjami, które wykorzystują bądź mogą wykorzystywać potencjał dydaktyczny kierunku
Spoleczeństwo	mieszkańcy regionu i kraju	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> popularyzacji kierunku i jego oferty dydaktycznej utrzymywaniu i rozwojowi oferty dydaktycznej
jednostki i katedry wydziałowe i międzywydziałowe	jednostki działające w celu osiągnięcia wspólnego celu/misji	<p><i>Możliwości współpracy:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> stała współpraca w celu osiągnięcia wspólnych celów stawianych jednostkom UŁ stała współpraca w zakresie realizacji wspólnych przedsięwzięć, w tym wspólnych kierunków studiów, realizowania projektów edukacyjnych, badawczych itp.
OTOCZENIE WEWNĘTRZNE		
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 i dydaktycznego kadry akademickiej stałemu podnoszeniu kwalifikacji zawodowych i osobistych
pracownicy niebędący nauczycielami akademickimi	wysoko wykwalifikowana kadra kluczowa i niezbędna w procesie obsługi administracyjnej studentów i kadry akademickiej	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> stałemu podnoszeniu kwalifikacji zawodowych i osobistych niezbędnych w procesie profesjonalnej obsługi klientów kierunku
kadra zewnętrzna	profesor wizytujący, wymiana naukowa	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <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 niestacjonarnych	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> stałemu rozwojowi oferty studiów stacjonarnych

		<p>i niestacjonarnych (studia I i II stopnia)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
słuchacze	słuchacze studiów podyplomowych	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <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	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <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 • wprowadzaniu nowoczesnych metod nauczania
studenci programów wymiany	„ERASMUS” i programy wymiany	<p><i>Konieczność podjęcia działań służących:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • stałej wymianie studentów w ramach istniejących programów