

Protokół zdalnego posiedzenia
Wydziałowej Komisji Jakości Kształcenia
w dniu 8.12.2022 r.

1. Przewodniczący Komisji prof. R. Bania otworzył posiedzenie.

2. Sprawa protokołów posiedzenia Komisji w dniach 13.10.2022 r. i 17.11.2022 r.

Przeniesiona na kolejne posiedzenie Komisji.

3. Sprawa propozycji programu nowego kierunku studiów II stopnia *International Digital Marketing*

Przewodniczący Komisji prof. R. Bania: zauważył dwie kwestie. Pierwsza to kwestia natury koncepcyjnej dotycząca wpływu powołania nowego kierunku na funkcjonowanie obecnego kierunku IPS, na którym też są studenci ze specjalności marketing, a jest to grupa solidna i ich odpływ ze specjalności IPS na ewentualny nowy kierunek może mieć istotne znaczenie. Ponadto pojawiają się pytania, czy profil praktyczny jest zasadny, czy nie lepszy byłby profil ogólnoakademicki ewentualnego nowego kierunku? Czy jest to zasadne, aby praktyki były planowane na ostatni semestr? Tym bardziej, że praca zawodowa nie może być podstawą do zaliczenia praktyk.

Opis kierunku powinien być zwięzły i trzeba byłoby zmodyfikować go do dwóch stron.

Wątpliwości budzi kwestia przypisania kierunku do nauk o polityce i administracji oraz do nauk o marketingu po 50 %. W nowej wersji dokumentów są też nauki o stosunkach międzynarodowych. Te kwestie również trzeba przeanalizować.

Druga to kwestia natury strategicznej i ulokowania kierunku wobec innych kierunków na Wydziale, m.in. jak on wpłynie na kwestie kształcenia na WSMiP oraz kwestie szczegółowe.

Prodziekan ds. nauczania A. Dubicki: stwierdził, że zgadza się z kwestiami wskazanymi przez przewodniczącego Komisji, a sam program proponowanego kierunku jest ciekawy. Prodziekan ds. studenckich Agata Włodarska-Frykowska przedstawiła uwagi w dokumencie. Kwestia praktyk jest bardzo ważna, aby nie okazało się, że jeśli byłyby one na ostatnim roku studiów, to żeby nie stały się pretekstem dla studentów do przedłużania studiów. Ponadto przypomniał, że PKA prosi Wydział o przedstawienie katalogu podpisanych z góry porozumień Wydziału z instytucjami ws. praktyk.

Profesor T. Domański: poinformował, że pomysł zaproponowania nowego kierunku wziął się z krytycznej analizy przedmiotów prowadzonych na IPS i wzięcia pod uwagę sugestii studentów. Chcieliśmy zlikwidować pewne niedoskonałości. Większość osób przychodzących na drugi stopień IPS to są ci, którzy są po International Marketing na pierwszym stopniu, który prowadzimy. Naszą troską było stworzenie czegoś unikatowego, co byłoby dodatkowym źródłem dochodu dla Wydziału.

Prodzian ds. nauczania A. Dubicki: spytał, jakie limity państwo planujecie?

Profesor T. Domański: Na uczestników polskich stawiamy na minimalne wymagania 20 osób, a reszta cudzoziemcy. To, że IPS zaistniał na drugim stopniu to zasługa International Marketing i tzw. „polityki szeptanej”, bo studenci nawzajem się informowali o tym.

Doktor Paweł Kowalski: stwierdził, że zgłaszane uwagi są na trzech poziomach. Uwagi strukturalne, np. z umiejscowieniem w dyscyplinie naukowej, można przemyśleć, czy rzeczywiście nie umieścić proponowanego kierunku w stosunkach międzynarodowych, ale wtedy musiałyby się zmienić przedmioty.

Druga uwaga, to relacje proponowanego kierunku do istniejącego obecnie kierunku IPS, trzeba zmienić formułę IPS, a uwagi mają charakter szczegółowy, np. dotyczący punktów ECTS. W kwestii listy praktyk, to dla prywatnym firm są to koszty i Uniwersytet nie zapłaci im „za studenta”.

W tym programie jak w soczewce skupiają się dwie perspektywy zarządzania Uniwersytetem, czy wypełniamy przepisy i jesteśmy w biurokracji, czy patrzymy na Uniwersytet jako organizację, która konkuruje na rynku i ze wszystkimi tymi elementami konkurencyjności musi sobie radzić. A jeśli nie przyciągniemy studentów to za chwilę niektórzy wykładowcy mogą nie mieć pracy.

Doktor M. Sędkowski: stwierdził, że w sylabusach będzie zaznaczone jak proponowany przedmiot wpisuje się w nauki. Wyraził prośbę do Komisji o pochylenie się nad efektami kształcenia, tym bardziej, że w trakcie rozmów z Panią Profesor Małgorzatą Leyko i Marzeną Bednarek z Rektoratu UŁ pojawiły się w pewne sprzeczne informacje. Musimy zachować balans między godzinami, a tym, co chcemy zaproponować. Wyraził przekonanie, że konieczność przeniesienia praktyk na 3 semestr studiów będzie oznaczało, że musielibyśmy przemyśleć koncepcje siatki zajęć, część przedmiotów będziemy musieli przenieść i powstaje pytanie, czy to nam nie zaburzy pewnej hierarchii oraz czy student po takiej siatce zajęć będzie atrakcyjny dla firm.

Przewodniczący Komisji prof. R. Bania: dodał, że cieszy się, że możemy porozmawiać, bo pojawiło się kilka nowych, równie istotnych wątków w kwestii nauczania i funkcjonowania kierunku IPS. Są dwa obszary decyzyjne. Pierwszy, to uzyskanie od państwa uwag zgłaszanych przez studentów, jak one zostały zebrane? czy były to rozmowy, czy badania? i przeanalizowanie tych uwag studentów na temat IPS, które państwo znacie. Druga sprawa, to Komisja chyba tej decyzji nie podejmie, ponieważ to gestia Władz Wydziału, czyli jak ten proponowany kierunek mieści się w strategii Wydziału. Oczywiście, że podejście marketingowe jest obecne w różnych instytucjach, ale działamy też w ramach przepisów, jakie mamy. Jeśli chodzi o ewentualne odniesienie się do nauki o zarządzaniu, to jest też kwestia odniesienia się do innego wydziału, który zajmuje się zarządzaniem na UŁ. Tych uwarunkowań, na które musimy sobie odpowiedzieć jest wiele. Będziemy dalej pracować i pewnie spotkamy się nie raz przy tej kwestii.

Doktor Marek Sempach: stwierdził, że jako pomysłodawcy nowego kierunku chcieliśmy, aby propozycja nawiązywała do nowej strategii UŁ. Po pierwsze - internacjonalizacja i po drugie - kontakty z otoczeniem. Te sprawy wydają się być „zabezpieczone” w naszym programie. Rozmawialiśmy wielokrotnie z BWZ, że mając dobre kierunki, należy rozwijać je, żeby było więcej studentów. Nowy kierunek to również sprawa spinania budżetowego, w związku z demografią będzie mniej studentów polskich, więc będzie potrzeba przyjmowania więcej studentów zagranicznych i nowy kierunek to zapewnia. Kwestia studencka też jest istotna, ponieważ na drugim stopniu studiują głównie ludzie pracujący i potrzebują wiedzy z komponentu biznesowo-analitycznego.

Przewodniczący Komisji prof. R. Bania: zapytał, czy są twarde dane, przeprowadzone badania, że rzeczywiście absolwenci znajdą miejsca pracy? Ponadto, zauważył, że w programie trzeba też podkreślić wzorce międzynarodowe, które w świecie są już wypracowane. Dodał również, że stanowisko Komisji wynika jedynie z obaw o wiele rzeczy.

Prodziekan ds. nauczania A. Dubicki: stwierdził, że jako Komisja zwracamy uwagę na zwiększenie się pensum pracowników Katedry Marketingu, które nastąpi.

Przewodniczący Komisji prof. R. Bania: poprosił o przeprowadzenie symulacji obciążenia dydaktycznego dla pracowników.

Doktor M. Sędkowski: poinformował, że Katedra Marketingu część godzin dydaktycznych odda dla pozostałych pracowników Wydziału, te które wychodzą poza kompetencje Katedry. Według proponowanego programu około 90 godzin będzie prowadzonych przez praktyków z firm zewnętrznych.

Prodziekan ds. nauczania A. Dubicki: zauważył, że nie jest wystarczające założenie, aby ktoś inny z pracowników Wydziału był kompetentny do przeprowadzenia danych zajęć, jeśli jest już on na tyle przepensowany, że nie będzie mógł poprowadzić kolejnych przedmiotów. Tym samym, to, że pracownicy Katedry Marketingu zrezygnują z części zajęć na Wydziale, to nie znaczy, że będzie miał kto inny z Wydziału je poprowadzić, ponieważ pracownicy są przepensowani. Szczególnie istotne jest to, gdy ktoś wyjeżdża na badania naukowe i wtedy problem się zwiększa.

Zaproszeni Goście opuszczają tę część posiedzenia Komisji. Pozostają tylko Członkowie Komisji.

4. Sprawa raportu rocznego z funkcjonowania Systemu Jakości Kształcenia na WSMiP.

Ponownie przeanalizowano dotychczas zgłoszone uwagi, które wcześniej zostały rozesłane Członkom Komisji.

5. Przewodniczący Komisji prof. R. Bania zamyka posiedzenie Komisji.