

Strategia wpływu społecznego Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu na lata 2023-2030

I. OBSZARY WPŁYWU SPOŁECZNEGO

Wydział generuje wpływ społeczny w następujących obszarach:

- 1/ Dobra jakość życia
- 2/ Wzrost gospodarczy i godna praca
- 3/ Zrównoważone innowacje, przemysł i infrastruktura
- 4/ Spójność społeczna
- 5/ Współpraca na rzecz rozwoju zrównoważonego

Obszary te zostały uszczegółowione w poniższej tabeli.

OBSZARY WPYWU SPOŁECZNEGO	USZCZEGÓLOWIENIE
Dobra jakość życia	poprawa jakości edukacji; tworzenie nowoczesnych programów studiów; zapewnienie studentom doradztwa w zakresie prowadzenia biznesu; modele, koncepcje i instrumenty wsparcia osób uczących się i bezrobotnych; promowanie zdrowego stylu życia; zrównoważony rozwój miast i obszarów wiejskich
Wzrost gospodarczy i godna praca	promowanie zrównoważonego wzrostu gospodarczego i zasad gospodarki o obiegu zamkniętym; kształtowanie warunków umożliwiających podejmowanie pracy wysokiej jakości
Zrównoważone innowacje, przemysł i infrastruktura	działania na rzecz postępu technicznego, zwiększenia efektywności działania i wykorzystywania zasobów
Spójność społeczna	zmniejszanie nierówności społecznych, ograniczanie skali ubóstwa
Współpraca na rzecz rozwoju zrównoważonego	promowanie współpracy różnych grup interesariuszy zrównoważonego rozwoju (m.in. społeczność akademicka, społeczności lokalne, władze lokalne, rząd, instytucje finansowe, konsumenci, przedsiębiorstwa, pracownicy przedsiębiorstw, inwestorzy)

II. MECHANIZM GENEROWANIA WPŁYWU

Warunkiem wygenerowania wpływu społecznego w poszczególnych obszarach jest zaangażowanie społeczności Wydziału w aktywności naukowe, dydaktyczne i organizacyjne. Aktywności, w które angażują się pracownicy, studenci i partnerzy Wydziału, przekute w sukcesy indywidualne i kolektywne, dają możliwość wywarcia realnego, szeroko rozumianego wpływu społecznego.

ZAANGAŻOWANIE



SUKCES



WPŁYW

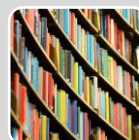
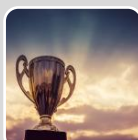
III. ŚCIEŻKI WPŁYWU

Na Wydziale funkcjonują trzy ścieżki wpływu społecznego. Są to:

- Ścieżka 1: badania naukowe,
- Ścieżka 2: kształcenie studentów,
- Ścieżka 3: przedsięwzięcia.

ŚCIEŻKA 1: BADANIA NAUKOWE

Zaangażowanie, sukces i wpływ mierzone są za pomocą następujących mierników:



Zaangażowanie

- Co najmniej 50% pracowników jest autorami publikacji dotyczących obszarów wpływu

Sukces

- Co najmniej 10% publikacji dotyczących obszarów wpływu ma IF

Wpływ

- Co najmniej 10% spośród publikacji dotyczących obszarów wpływu ma co najmniej 10 cytowań

Pomiar: w okresach jednorocznych.

ŚCIEŻKA 2: KSZTAŁCENIE STUDENTÓW

Zaangażowanie, sukces i wpływ mierzone są za pomocą następujących mierników:



Zaangażowanie

- 100% studentów na każdym kierunku i stopniu studiów ma w programie studiów przedmiot dotyczący obszarów wpływu

Sukces

- Co najmniej 10% studentów przygotowało prace dyplomowe dotyczące obszarów wpływu

Wpływ

- Co najmniej 70% tych prac zawiera implikacje (rekomendacje), które potencjalnie mogą być wykorzystane w praktyce

Pomiar: w okresach jednorocznych.

ŚCIEŻKA 3: PRZEDSIĘWZIĘCIA

Zaangażowanie, sukces i wpływ mierzone są za pomocą następujących mierników:



Zaangażowanie

- 50% pracowników angażuje się wspólnie z interesariuszami zewnętrznymi w przedsięwzięcia dotyczące obszarów wpływu

Sukces

- 45 zorganizowanych przedsięwzięć dotyczących obszarów wpływu zorganizowanych wspólnie z interesariuszami zewnętrznymi

Wpływ

- 2000 uczestników zorganizowanych wspólnie z interesariuszami zewnętrznymi przedsięwzięć dotyczących obszarów wpływu

Pomiar: w okresach jednorocznych.