



**UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU**

**Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej
i Gospodarki Przestrzennej**

II.3.1. DZIAŁANIE

Przygotowanie i realizacja programu promocji oferty dydaktycznej Instytutu

do

**Planu wykonawczego
Strategii Rozwoju Instytutu**

Projekt opracowali:
dr Radosław Bul
dr Jędrzej Gadziński
mgr Edyta Bąkowska
mgr Olga Dajek
mgr Inga Szymanowska
Maciej Głównyński
Adrian Rutkowski

Projekt przyjęty przez Radę
Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej
i Gospodarki Przestrzennej
dnia 5 stycznia 2018 roku

POZNAŃ 2018

Działanie II.3.1 jest odpowiedzią na prognozowany spadek liczby studentów w najbliższych latach. W celu ograniczenia negatywnych skutków zjawiska, wskazuje się na konieczność wzmocnienia działań Instytutu na rzecz zainteresowania jak największej liczby przyszłych studentów kształceniem na kierunkach studiów prowadzonych przez Instytut.

W Planie Wykonawczym Strategii Rozwoju Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej UAM na semestr zimowy 2017/18 wskazuje się na potrzebę opracowania programu promocji oferty dydaktycznej. Dokument zakłada realizację zapisów Strategii m.in. poprzez stworzenie planu systematycznych spotkań z dyrektorami i nauczycielami, zorganizowanie cyklu spotkań z uczniami np. w szkołach ponadgimnazjalnych lub na terenie Wydziału, opracowanie broszury informacyjnej na temat realizowanych kierunków studiów itp. W Planie wskazuje się również na konieczność podjęcia działań nakierowanych na przyciąganie na studia II stopnia studentów innych kierunków naszego Wydziału oraz innych uczelni.

W celu realizacji zapisów Planu przewiduje się wdrożenie poniższych działań. Wszystkie wymienione działania zaklasyfikowano wg trzech podgrup: promocja oferty studiów I stopnia, promocja oferty studiów II stopnia, promocja ogólna:

- 1. Działania na rzecz promocji oferty studiów I stopnia** – celem grupy działań jest zachęcenie uczniów i absolwentów szkół średnich do rozpoczęcia nauki na studiach licencjackich lub inżynierskich na kierunkach oferowanych przez Instytut. W tym celu planuje się działania promocyjne skierowane do ww. grup absolwentów, przede wszystkim z zakresu promocji bezpośredniej.

Wykaz działań:

- Przygotowanie oferty i realizacja wykładów i warsztatów w szkołach**

Celem działania jest zapoznanie uczniów i pracowników szkół średnich z ofertą dydaktyczną Instytutu oraz popularyzacja kierunków studiów realizowanych w Instytucie. W ramach ww. działania istnieje możliwość wyjazdów do szkół pracowników Instytutu, którzy zaprezentują ofertę dydaktyczną w wybranej przez daną szkołę formie. W ramach wizyty planuje się wykład

oraz zajęcia warsztatowe na wybrany przez daną szkołę temat. Realizacja ww. działania przyczyni się również do poszerzenia kanałów komunikacji z kandydatami na studentów.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: IV kwartał 2017 r., I i II kwartał 2018 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: październik–czerwiec

Segment docelowy – uczeń II klasy szkoły ponadgimnazjalnej, maturzysta

- **Przygotowanie i realizacja „Repetytorium maturzysty”**

Celem działania jest przeprowadzenie kursu przygotowawczego z geografii dla maturzystów. Organizacja wykładów będzie szansą na szersze otwarcie się na potencjalnych kandydatów, pozwoli także na prowadzenie szeroko zakrojonych działań promocyjnych w kontekście kierunków studiów realizowanych w Instytucie. Dzięki organizacji przedsięwzięcia Instytut może wyjść naprzeciw potrzebom potencjalnych kandydatów. Warto wskazać, że podobne wydarzenia organizowane są przez jednostki naukowe prowadzące studia na kierunku geografia czy gospodarka przestrzenna – m.in. przez Wydział Nauk o Ziemi Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: I i II kwartał 2018 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: wrzesień–maj

Segment docelowy – maturzysta

2. Działania na rzecz promocji oferty studiów II stopnia – celem grupy działań jest zachęcenie absolwentów studiów I stopnia realizowanych na Wydziale Nauk Geograficznych i Geologicznych UAM oraz innych wydziałach UAM do kontynuowania nauki na studiach magisterskich uzupełniających oraz przyciągnięcie i zachęcenie do wyboru oferty studiów realizowanych przez Instytut absolwentów studiów I stopnia z uczelni konkurencyjnych. W tym celu planuje się działania promocyjne skierowane do ww. grup absolwentów, przede wszystkim z zakresu promocji bezpośredniej.

Wykaz działań:

- **Prezentacja oferty dydaktycznej – opracowanie propozycji tematów prac magisterskich realizowanych przez pracowników IGS-EiGP**

Celem działania jest upowszechnienie oferty dydaktycznej pracowników Instytutu skierowanej do studentów studiów uzupełniających magisterskich. Realizacja działania polega na pozyskaniu od pracowników Instytutu oferty dotyczącej problematyki, której realizacji podjęliby się w ramach prowadzenia prac magisterskich na studiach II stopnia. Uzyskanie przez studenta wiedzy o tematyce prac prowadzonych przez danego pracownika pozwoli mu na wybór promotora zgodnie z jego zainteresowaniami badawczymi i może stanowić istotny czynnik przy wyborze kierunku studiów II stopnia.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: IV kwartał 2017 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: październik–listopad

Segment docelowy – student III roku studiów I stopnia

- **Organizacja konkursu na najlepszą pracę inżynierską i licencjacką z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarki przestrzennej**

Działanie z zakresu promocji studiów II stopnia. Konkurs ma na celu zachęcenie studentów do przygotowania pracy licencjackiej czy inżynierskiej o jak najwyższej jakości merytorycznej przy jednoczesnym uwzględnieniu jej aplikacyjności. Celem działania jest też uhonorowanie dokonań studentów studiów I stopnia, oraz zachęcenie do kontynuowania nauki na studiach magisterskich. Dodatkowym celem jest podkreślenie aplikacyjności tworzonych prac dyplomowych.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: I kwartał 2018 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: luty–marzec, wrzesień–październik

Segment docelowy – student III roku studiów I stopnia

- **Spotkanie informacyjne z prezentacją kierunku**

Celem działania jest bezpośrednie dotarcie z informacją na temat oferty dydaktycznej Instytutu do potencjalnych kandydatów na studia II stopnia. Spotkania informacyjne prowadzone będą przez zespoły złożone z pracowników Instytutu, studentów studiów II stopnia oraz absolwentów kierunków prowadzonych przez Instytut. Pozwoli to na ukazanie różnych perspektyw studiowania oraz możliwości podejmowania różnych aktywności dodatkowych poprzez działalność w kołach naukowych, udział w projektach badawczych itd. Dodatkowo zaprezentowane zostaną perspektywy związane z rozwojem kariery zawodowej już po otrzymaniu dyplomu.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: I kwartał 2018 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: marzec

- 3. Działania z zakresu promocji ogólnej, realizowane przez Instytut w kontekście promocji studiów I, II i III stopnia oraz pozostałych form kształcenia (kursów, szkoleń)** - w ramach grupy działań planuje się realizację szeregu działań promocyjnych, przede wszystkim z zakresu promocji bezpośredniej i promocji ogólnej.

Wykaz działań:

- **Udział w targach edukacyjnych i drzwiach otwartych**

Celem działania jest dotarcie do potencjalnych przyszłych studentów kierunków prowadzonych przez Instytut podczas targów edukacyjnych oraz drzwi otwartych (organizowanych na Wydziale). W ramach działania planuje się przygotowanie stoisk wydziałowych (we współpracy z dziekanatem) oraz instytutowych wyposażonych w materiały promocyjne, obsługiwanych przez pracowników oraz studentów. Realizacja działania umożliwi bezpośrednie dotarcie do kandydatów na studia oraz promocję kierunków studiów prowadzonych w Instytucie. Wskazuje się na potrzebę realizacji działania częściej niż raz w roku.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: I–II kwartał 2018 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: luty, kwiecień

Segment docelowy – uczeń II klasy szkoły ponadgimnazjalnej, maturzysta, student III roku studiów I stopnia, absolwent studiów, rodzice uczniów i maturzystów

- **Kampania „Absolwent” – ukazanie sylwetek**

Działanie z zakresu promocji studiów I, II i III stopnia. Celem działania jest ukazanie studentom szerokiego spektrum wyboru drogi zawodowej po ukończeniu kierunków: gospodarka przestrzenna i geografia. W ramach realizacji działania planuje się nawiązanie współpracy z absolwentami kierunków studiów prowadzonych przez Instytut, którzy pełnią znaczące funkcje w organizacjach publicznych, czy jednostkach samorządu terytorialnego (wójtowie, burmistrzowie, urzędnicy wysokiego szczebla). Działanie ma na celu zachęcenie osób do

wyboru studiów na kierunkach: geografia – specjalność: geoanaliza społeczno-ekonomiczna, gospodarka przestrzenna oraz zintegrowane planowanie rozwoju.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: II kwartał 2018 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: kwiecień

Segment docelowy – uczeń II klasy szkoły ponadgimnazjalnej, maturzysta, student III roku studiów I stopnia, absolwent studiów, rodzice uczniów i maturzystów

- **Przygotowanie ulotek oraz kampanii promocyjnych w mediach społecznościowych z ofertą dydaktyczną**

Działanie z zakresu promocji ogólnej na rzecz promocji studiów I i II stopnia oraz kursów i szkoleń organizowanych przez Instytut. Polega ono na opracowaniu aktualnych i atrakcyjnych wizualnie ulotek oraz kampanii promocyjnych informujących o ofercie dydaktycznej Instytutu. Planuje się stworzenie folderów, które będą zawierały najważniejsze informacje dotyczące oferowanych studiów, szkoleń i kursów oraz odpowiadających im banerów do wykorzystania w kampaniach promocyjnych w mediach społecznościowych. Szata graficzna powinna być dostosowana do najnowszych standardów i przyciągać uwagę odbiorców. Pozwoli to na zainteresowanie potencjalnych kandydatów na studia ofertą dydaktyczną Instytutu.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: IV kwartał 2017 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: wrzesień–grudzień

Segment docelowy – uczeń II klasy szkoły ponadgimnazjalnej, maturzysta, student III roku studiów I stopnia, absolwent studiów, rodzice uczniów i maturzystów

- **Opracowanie plakatów informacyjnych z ofertą dydaktyczną**

Działanie z zakresu promocji ogólnej na rzecz upowszechnienia całościowej oferty dydaktycznej Instytutu: studia I i II stopnia oraz kursy i szkolenia. Plakaty prezentujące ofertę dydaktyczną Instytutu mają stanowić kolejne narzędzie promocyjne, które ułatwi dotarcie do potencjalnych kandydatów na studia. Ponadto za ich pomocą budowany będzie pozytywny wizerunek Instytutu. W tym celu na plakatach (poza praktycznymi informacjami) zaprezentowane zostaną najważniejsze osiągnięcia Instytutu, największe osiągnięcia naukowe oraz zrealizowane projekty dydaktyczne i nowatorskie formy kształcenia.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: IV kwartał 2017 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: wrzesień–grudzień

Segment docelowy – uczeń II klasy szkoły ponadgimnazjalnej, maturzysta, student III roku studiów I stopnia, rodzice uczniów i maturzystów

- **Przygotowanie filmu promocyjnego**

Celem działania jest przygotowanie filmu promującego kierunki studiów realizowane w Instytucie. W zależności od wielkości środków finansowych, jakimi będzie dysponował Instytut planuje się dystrybucję filmu poprzez różne kanały komunikacji z kandydatem (reklamy w Internecie, reklamy w kinach, inne).

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: I kwartał 2018 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: styczeń–marzec

Segment docelowy – uczeń II klasy szkoły ponadgimnazjalnej, maturzystą, student III roku studiów I stopnia, rodzice uczniów i maturzystów

- **Przeprowadzenie badań ankietowych wśród studentów I roku kierunków studiów prowadzonych przez Instytut**

Celem działania jest uzyskanie informacji o pochodzeniu terytorialnym studentów, rozpoznanie źródeł pozyskania przez nich informacji o kierunku oraz motywach wyboru danego kierunku czy uczelni. Uzyskanie powyższych informacji pozwoli na prowadzenie kampanii promocyjnych nakierowanych na konkretną grupę kandydatów oraz wzmocnienie działań prowadzonych w niektórych jednostkach terytorialnych. Realizacja ankiety przyczyni się także do nakreślenia głównych problemów jakie identyfikują studenci I roku studiów licencjackich, inżynierskich i magisterskich.

Realizacja działania roku akademickim 2017/18: IV kwartał 2017 r.

Realizacja działania cyklicznie co roku: październik

Segment docelowy – student I roku studiów I stopnia, student I roku studiów II stopnia