

RADA KONSULTACYJNA KIERUNKÓW KULTUROZNAWSTWO I KULTURY MEDIÓW

Strategia współpracy

1. Charakter i cele Rady Konsultacyjnej

1.1. W skład Rady Konsultacyjnej wchodzi przedstawicielki i przedstawiciele miejskich, regionalnych oraz ogólnopolskich instytucji kultury i mediów, a także członkinie i członkowie Rady Dydaktycznej Kierunków Kulturoznawstwo, Kultury Mediów i Historia Sztuki. W posiedzeniach Rady mogą także uczestniczyć (z głosem doradczym) inne zaproszone osoby, np. opiekunowie praktyk studenckich.

1.2. Głównym celem Rady Konsultacyjnej jest działanie na rzecz wzmocnienia współpracy między społecznością kierunków kulturoznawstwo i kultury mediów a otoczeniem społeczno-gospodarczym, w szczególności w zakresach:

- poszerzania i poszukiwania nowych obszarów współpracy,
- konsultowania potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego i synchronizacji tych potrzeb z działalnością dydaktyczną i popularyzatorską społeczności kierunków,
- realizowania wspólnych projektów i wzajemnego wspierania inicjatyw naukowych i kulturalnych,
- diagnozowania potrzeb, wyzwań, ale także możliwości, jakie wynikają ze współpracy Uniwersytetu z otoczeniem społeczno-gospodarczym w obliczu dynamicznie zmieniającego się sektora kultury, mediów oraz rynku pracy,
- diagnozowania i aktualizowania zestawów kompetencji szczególnie pożądanych u osób podejmujących pracę w sektorze kultury,
- doskonalenia praktyk zawodowych i programów kształcenia kierunków kulturoznawstwo i kultury mediów.

1.3. Spotkania Rady Konsultacyjnej odbywają się regularnie – stacjonarnie lub za pomocą środków komunikacji elektronicznej – co najmniej dwa razy w roku akademickim.

2. Charakterystyka dotychczasowej współpracy kierunków kulturoznawstwo i kultury mediów z otoczeniem społeczno-gospodarczym

2.1. Społeczność kierunków kulturoznawstwo i kultury mediów podejmuje aktywną współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym w trzech głównych obszarach:

- praktyk studenckich (obowiązkowych na studiach I stopnia),
- popularyzowania nauki (wystąpienia, prelekcje, warsztaty i spotkania z udziałem pracowniczek i pracowników związanych z kierunkami),
- współtworzenia wydarzeń naukowych i kulturalnych (m.in. Śląski Festiwal Nauki, Dni Kulturoznawstwa i Kultur Mediów).

2.2. Najważniejsze problemy i wyzwania – diagnoza:

- nieuporządkowana komunikacja między społecznością kierunków a regionalnymi i ogólnopolskimi instytucjami kultury i mediów,
- niesatysfakcjonująca liczba projektów realizowanych we współpracy kierunków z otoczeniem społeczno-gospodarczym,
- rosnące zapotrzebowanie kandydatów i kandydatek na studia na kształcenie praktycznych umiejętności związanych z funkcjonowaniem na rynku kultury i mediów,
- konieczność dostosowania sylwetki absolwenta/absolwentki kierunków z potrzebami otoczenia społeczno-gospodarczego.

3. Zadania Rady Konsultacyjnej w poszczególnych obszarach:

- podtrzymywanie ciągłej i regularnej **komunikacji** w zakresie współpracy kierunków z otoczeniem społeczno-gospodarczym,
- formułowanie **ekspertyz** dotyczących programów kształcenia, sylwetki absolwenta/absolwentki, charakteru i programu praktyk studenckich itd.,
- inicjowanie **projektów** kulturalnych, naukowo-kulturalnych, medialnych i pokrewnych, realizowanych we współpracy społeczności kierunków i otoczenia społeczno-gospodarczego,
- opracowanie strategii skutecznego włączenia przedstawicieli otoczenia społeczno-gospodarczego do działań **dydaktycznych** podejmowanych w Uniwersytecie Śląskim.