

Uchwała nr 27/45/2021
z dnia 29 czerwca 2021 roku
w sprawie uchwalenia Strategii UMFC

Na podstawie art. 28 ust. 1 pkt. 3 ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dnia 20 lipca 2018 r. (t.j. Dz.U. z 2021 r. poz. 478 z późn. zm) oraz § 17 pkt. 1 lit. c) Statutu UMFC (tekst jednolity ogłoszony w Komunikacie Rektora UMFC nr 10/2021 z dnia 21 czerwca 2021 r.), po uzyskaniu w dniu 29 czerwca 2021 r. pozytywnej opinii Rady Uczelni (Uchwała Rady Uczelni nr 6/1/2021 z dnia 28 czerwca 2021 r.) Senat Uniwersytetu Muzycznego uchwała co następuje:

§1.

Uchwala się Strategię UMFC, która stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§2.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

(-)

prof. dr hab. Klaudiusz Baran¹
Rektor

¹ podpis na oryginale dokumentu

STRATEGIA

UNIWERSYTETU MUZYCZNEGO FRYDERYKA CHOPINA

Motto: Pedagodzy jak Elsner, absolwenci jak Chopin

DYDAKTYKA

Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina (UMFC), pomny ponad dwustuletniej tradycji, jest społecznością studentów, doktorantów, pedagogów i pracowników administracyjnych w pełni świadomą współczesnych uwarunkowań, wyzwań i powinności w obszarze dydaktyki. Z jednej strony nieustannie śledzi globalne trendy, z drugiej podejmuje refleksję nad optymalnym połączeniem własnej unikalności i standardów oczekiwanych przez studentów. Rozumie, że charakterystyka technologiczna, społeczna i wizerunkowa współczesności narzuca, a jednocześnie oferuje, ogromny potencjał rozwiązań i UMFC rozwiązania te stara się nieustannie wdrażać. Czyni to w oparciu o obowiązujące standardy wynikające z prawodawstwa polskiego, europejskiego i światowego, podejmuje refleksję nad zbalansowaniem wynikających z tych standardów konieczności z własną tradycją oraz głębokim zrozumieniem rynku, zarówno rodzimego, jak i światowego.

Wyraża się to zarówno nieustanną kontrolą jakości kształcenia, jak i wdrażaniem rozwiązań strategicznych w kontekście funkcjonalności struktury uczelni, pracy nad nowymi programami i ciągłą optymalizacją programów bieżących, tworzeniem nowych specjalności, ścieżek i modułów w obszarze programów dostosowanych do wymagań wynikających z ustawy „Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce” i stosownych rozporządzeń, oraz podejmowaniem licznych działań zmierzających do uatrakcyjnienia aktualnej oferty edukacyjnej. Władze uczelni widzą ten obszar jako warsztat, gotowy do zdobywania doświadczeń, udoskonalający narzędzia, wypracowujący zorientowane na sukces studentów oraz polskiej i światowej sztuki i nauki dobra edukacyjne.

- Optymalizacja struktury uczelni pod kątem stabilnej, transparentnej i zorientowanej na dobro studentów, doktorantów i pedagogów funkcjonalności dydaktycznej
- Mechanizmy decyzyjne obejmujące pełnoprawny głos każdej warstwy społeczności akademickiej, od studentów i doktorantów, poprzez kadrę dydaktyczną każdego stopnia, po struktury administracyjne
- Nieustanna kontrola nad programami kształcenia, czytelna i sprawna struktura organów odpowiedzialnych za kontrolę jakości kształcenia, pracująca na wszystkich poziomach wyzwań dydaktycznych, od refleksji nad przedmiotem, poprzez program aż po całościową wizję oferty dydaktycznej
- Podejmowanie starań zmierzających do jak najwyższego uplasowania UMFC w polskich i światowych rankingach oraz do jak najpełniejszej manifestacji oferty dydaktycznej uczelni w przestrzeni komunikacji społecznościowej i wizerunkowej
- Podnoszenie kwalifikacji kadry dydaktycznej w jak najszerzej perspektywie – od analizy i wykorzystania indywidualnych predyspozycji każdego pedagoga po projektowanie i wdrażanie

- ogólnych, makroskopowych mechanizmów stymulujących konsekwentną wizję dydaktyki poszczególnych kierunków, specjalności i ścieżek
- Poszukiwanie i wdrażanie nowoczesnych rozwiązań dla obsługi administracyjnej i komunikacyjnej w obszarze dydaktyki, ciągłe czujne badanie obiektywnej użyteczności pojawiających się na świecie trendów technologicznych w służbie administracji dydaktyki na uczelni muzycznej
 - Stwarzanie studentom, doktorantom i słuchaczom studiów podyplomowych oraz staży jak najpełniejszych możliwości samorealizacji artystycznej i osobowościowej poprzez okoliczności zorientowane na występy publiczne (w siedzibie uczelni i poza nią), możliwości zarobkowania, opiekę psychologiczną, pomoc w budowaniu indywidualnej kariery i marki, organizowanie kursów, festiwali, wewnętrznych konkursów dla studentów, promocję indywidualnych i grupowych sukcesów oraz transparentny i otwarty dialog ze środowiskiem studentów we wszelkich oczekiwanych przez nie obszarach związanych z samorealizacją w trybie dydaktyki.
 - Uwzględnianie potrzeb i charakterystyk komunikowanych przez zewnętrznych interesariuszy w procesie kształtowania i monitoringu procedur kształcenia, monitorowanie losów absolwentów, organizowanie spotkań z interesariuszami, przyszłymi pracodawcami oraz absolwentami UMFC i innych uczelni jako środki dostarczające studentom zaktualizowanych informacji o rynku i scenie
 - Zachowanie tradycyjnej, niezbędnej w kształceniu artystycznym, relacji „mistrz-uczeń” przy jednoczesnej trosce i dbałości o wysokie standardy psychologiczne, społeczne i komunikacyjne w dialogu między tymi stronami.
 - Dbłość o wyraźne słyszalny głos studentów i doktorantów w procesie współkształtowania najważniejszych wydarzeń i aspektów ich działań, istotna rola Samorządu.

DZIAŁALNOŚĆ NAUKOWA I ARTYSTYCZNA

UMFC jest placówką prowadzącą niezwykle aktywną i szeroko zakrojoną działalność artystyczną i naukową, wykorzystującą do tego najnowsze technologie oraz przemyślaną i implementowaną w szerokiej perspektywie strategię rozwoju w obszarze nauki, oraz plan artystyczny. Strategia uczelni w tym względzie zasadza się na podtrzymaniu oraz wzroście dotychczasowej aktywności artystycznej i naukowej, możliwych dzięki podejmowaniu takich działań, jak:

- nabywanie i implementowanie nowoczesnych technologii dla upowszechniania dorobku artystycznego i naukowego oraz do rozpowszechniania go w trybie kontaktowym i on-line, drukiem, poprzez nagrania, edycję nut, organizację koncertów, konkursów, festiwali. W rozpowszechnianiu tym UMFC planuje w zbalansowany sposób zwiększać zasięg (poprzez implementowanie nowoczesnych technologii), jakość prezentowanego materiału (studio obróbki nagrań audio-video), ambicje pionowe (wysoki poziom realizacji) oraz poziome (szerokie spektrum stylów, języków i obszarów) wobec

- prezentowanego materiału artystycznego;
- kontynuacja i rozpowszechnianie działalności naukowej, wydawniczej, animatorskiej, archiwizacyjnej i kulturotwórczej uczelnianego wydawnictwa Chopin University Press, wydającego już obecnie całe serie płyt, partytur, książek i innych wydawnictw;
 - kontynuacja promocji dorobku artystycznego i naukowego studentów i wykładowców UMFC siłami Chopin University Press poprzez wydawanie dzieł twórczych i realizacji wykonawczych pedagogów i studentów uczelni, poprzez dbałość o ich obecność w najistotniejszych obszarach polskiego i globalnego rynku (nagrody Akademię Fonograficzną „Fryderyk”, obecność nagrań we wszystkich kanałach streamingowych, globalną dostępność partytur, nagrań i innych wydawnictw, wydawanie książek i opracowań zagranicznych istotnych dla sztuki i kultury polskiej;
 - wzmożona dbałość o dorobek naukowy pracowników dydaktycznych ze względu na proces ewaluacji uczelni, dokończenie implementacji wewnątrzuczelnianych narzędzi przeznaczonych do optymalizacji działalności naukowej i artystycznej oraz wykazywania dorobku w tych obszarach;

SPRAWY MIĘDZYNARODOWE

Uczelnia pragnąca podążać nie w ślad, lecz na równi z największymi placówkami artystycznymi całego świata, powinna i musi dbać o szeroką, ale i przemyślaną sieć powiązań z analogicznymi uczelniami, z ośrodkami i wydarzeniami, z ludźmi kreującymi lub reprezentującymi najistotniejsze artystyczne i naukowe zdobycze podobnych sfer w perspektywie ogólnoglobalnej. Wymaga tego dbałość o światową pozycję uczelni, gotowość do rozwoju w każdej skali – w tym również globalnej i historycznej, a nie tylko „tu i teraz” – oraz warty promocji potencjał artystyczny, dydaktyczny i naukowy, jaki UMFC generuje i planuje generować w trybie międzynarodowej wymiany. Dotychczasowe działania, podjęte już w roku 2016, UMFC planuje podtrzymać i zawiadywać nimi w sposób optymalny dla spraw międzynarodowych uczelni, a nowych – poszukiwać, dla zwiększenia rangi uniwersytetu oraz zagwarantowanie studentom i doktorantom jak największego kontaktu z mistrzami spoza granic kraju. W tym celu przedmiotem strategii międzynarodowej UMFC jest:

- utrzymanie dotychczasowych korzystnych dla uczelni powiązań z innymi instytucjami tego typu na całym świecie, z pedagogami, artystami i działaczami kulturalnymi całego świata, w tym kontekście – kontynuacja rozpoczętego w 2019 roku szeroko zakrojonego programu „Reach the Stars”, którego siłami w murach uczelni pojawiają się gwiazdy światowego formatu;
- poszukiwanie za granicą nowych placówek gotowych do nawiązania twórczej kooperacji na związanych z działalnością UMFC obszarach, w tym również tworzenie centrów i połączeń dla wymiany myśli

- i aktywności artystycznej, naukowej i dydaktycznej, a w tym kontekście kontynuacja silnego i popartego deklaracjami kooperacji zwrotu ku Dalekiemu Wschodowi (zwłaszcza ku Chinom);
- usprawnienie mechanizmów pozwalających na swobodne (finansowo i organizacyjnie) reprezentowanie uniwersytetu w artystycznych i naukowych działaniach studentów i mistrzów UMFC zagranicą.

INFRASTRUKTURA

Szczegółowość uczelni artystycznej – zwłaszcza o takich tradycjach i ciężarze obowiązków, jak w przypadku UMFC – wymusza, wśród licznych obszarów aktywności i troski, również przemyślane, szeroko zakrojone mechanizmy pozwalające utrzymać i zwiększać funkcjonalność sprzętową uczelni.

- Utrzymanie, konserwacja oraz zwiększanie instrumentarium uczelni, tworzenie okoliczności personalnych i finansowych zorientowanych na ciągły wzrost poziomu osprzętowania ze względu na wszelkie, liczne potrzeby dydaktyczne, artystyczne i naukowe, infrastruktura technologiczna, zasób instrumentarium i wzrost poziomu warunków sprzętowych i lokalowych dla wszystkich wykładanych specjalności;
- Optymalizacja tzw. systemu rezerwacji sal, umożliwiającego komfortową organizację czasu i miejsca rozumianego jako dobro własne studentów, pedagogów oraz samej uczelni.
- Pozyskiwanie nowych przestrzeni i infrastruktury dla wszystkich rodzajów działań uczelni.

WIZERUNEK I PRESTIŻ

W dzisiejszej dobie wizerunek, proces wykuwania, rozpowszechniania i komunikowania marki instytucjonalnej oraz szeroko (acz z wycuciem) rozumiane narzędzia *public relations* stanowią zdecydowanie nie tylko ambicje każdej instytucji, ale społeczny obowiązek. UMFC w pełni rozumie taką konieczność, po podjęciu procesu rebrandingu widzi w tym obszarze kolejne cele strategiczne, przede wszystkim zaś:

- kontynuacja działań małego marketingu zmierzającego do pomocy w komunikowaniu marki uczelni oraz inicjacja działań dużego marketingu, zmierzającego do włączenia UMFC i upozycjonowania go na

możliwie najwyższych miejscach polskich i światowych rankingów;

- UMFC planuje w stosownym czasie wzmóc swoją zdolność samoorganizacji i zwiększenia swej obecności w świecie pozaartystycznym, przede wszystkim poprzez zakładanie tematycznych fundacji, poprzez zwiększenie ogólnej świadomości na temat UMFC oraz wartości, których szafarzem uczelnia chce się dać postrzegać;
- implementacja mechanizmów pozwalających na włączenie się społeczności Warszawy, Polski i świata w przemyślany etos komunikowany przez UMFC poprzez organizacje zrzeszające sympatyków, fundatorów, sponsorów i innych interesariuszy. Zwłaszcza istotne w obecnych czasach i sytuacji jest wzmoczenie działań zmierzających do współfinansowania uczelni poprzez mechanizmy sponsoringowe.