



Strategia
Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka
i Konsumpcji SGGW w Warszawie
do 2020 roku

Warszawa, marzec 2015

1. Wprowadzenie

Strategia rozwoju Wydziału do roku 2020 obejmuje 5 podstawowych obszarów działalności, a mianowicie:

- kształcenie na poziomie uniwersyteckim na kierunkach: żywienie człowieka i ocena żywności; dietetyka; gastronomia i hotelarstwo;
- kształcenie i promowanie kadry naukowej w celu zapewnienia postępu nauk o żywieniu człowieka i konsumpcji na jak najwyższym poziomie, z zachowaniem ich interdyscyplinarnego charakteru;
- prowadzenie badań naukowych, zarówno o charakterze podstawowym, jak i aplikacyjnym;
- upowszechnianie osiągnięć nauk o żywieniu człowieka i konsumpcji;
- kształcenie ustawiczne w ramach prowadzonych kursów, szkoleń, studiów podyplomowych.

Strategia Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji uwzględnia misję i wartości oraz założenia i tematy strategiczne SGGW w Warszawie, odnosząc je do specyfiki obszaru działalności Wydziału. Podstawową ideą niniejszej strategii jest utrzymanie Wydziału na jak najlepszej pozycji, zarówno wśród pozostałych wydziałów Uczelni, jak i w relacji do innych jednostek tego typu w kraju i zagranicą. Realizacja tego celu wymaga odpowiedniego zaangażowania wszystkich pracowników WNoZCziK, jak również traktowania perspektyw jego rozwoju jako realizacji dobra własnego.

2. Misja i wartości Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji

Misja Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji wpisuje się w misję Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, którą wyrażają słowa umieszczone na sztandarze Uczelni „W SŁUŻBIE NAUKI I WYŻYWIENIA KRAJU”. Wydział, wychodząc naprzeciw potrzebom nowoczesnej gospodarki żywnościowej i potrzebom wyżywienia ludności, w tym promocji prawidłowego żywienia zorientowanej na zmniejszanie skali występowania chorób dietozależnych, rozwija i rozwijać będzie edukację i badania naukowe w zakresie związków między żywnością, żywieniem a zdrowiem i jakością życia człowieka, zachowaniami konsumentów wobec żywności, z uwzględnieniem ich preferencji i oczekiwanych innowacji na rynku żywności.

Misją Wydziału jest służba polskiemu społeczeństwu na rzecz zdrowia i jakości życia, przez prowadzenie badań naukowych i kształcenie formalne oraz nieformalne w zakresie: prawidłowego żywienia, dietoprofilaktyki zorientowanej na zmniejszenie skali występowania chorób dietozależnych, edukacji żywieniowej z uwzględnieniem praw konsumentów, jakości i bezpieczeństwa żywności spełniającej oczekiwania konsumentów, rozwiązań techniczno-technologicznych sprzyjających innowacyjności producentów żywności i gwarantujących im korzystną pozycję konkurencyjną na rynku krajowym, Unii Europejskiej oraz światowym. Tak sformułowana misja Wydziału bazuje na kilku podstawowych wartościach, takich jak: zdrowie i dobrobyt społeczeństwa; racjonalizacja, optymalizacja i personalizacja żywienia; zrównoważona konsumpcja; powszechny dostęp do żywności bezpiecznej z punktu widzenia zdrowia konsumenta; wysoka jakość kształcenia oraz poznawcze i aplikacyjne walory badań naukowych.

3. Wizja przyszłości Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji

Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji SGGW w Warszawie wizję swojego rozwoju odnosi do trzech głównych aspektów:

- aspekt interesariuszy, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych;
- aspekt funkcjonalny, rozumiany jako sekwencja działań zorientowanych na realizację podstawowych wartości;
- aspekt zasobów, rozumiany jako zarządzanie zasobami materialnymi i niematerialnymi ukierunkowane na ich maksymalnie efektywne wykorzystanie i pomnażanie stanu ich posiadania.

W uszczegółowionej postaci wymienione aspekty rozwoju Wydziału przedstawić można następująco:

- Wysoka jakość kształcenia studentów;
 - Większa liczba i wyższa ranga projektów badawczych;
 - Komplementarność relacji nauki z praktyką gospodarczą jako odbiorcą usług badawczych, uczestnikiem procesu dydaktycznego i opiniodawcą programów kształcenia;
 - Upowszechnianie wiedzy o żywieniu człowieka, rynku żywności i jej spożyciu oraz prawach konsumenta wśród jak najszerszego kręgu odbiorców.
- Aspekt interesariuszy**
- Kształcenie umiejętności i kompetencji przydatnych na krajowym i międzynarodowym rynku pracy; motywowanie i ułatwianie mobilności studentów, doktorantów i pracowników Wydziału;
 - Umieędzynarodowienie wyników badań poprzez wysoką aktywność w krajowym i międzynarodowym środowisku naukowym;
 - Transfer wiedzy do gospodarki i społeczeństwa;
 - Komercjalizacja wyników badań;
 - Upraktycznienie kształcenia.
- Aspekt funkcjonalny**
- Pozyskiwanie i utrzymanie silnie zmotywowanej, mobilnej, zaangażowanej w rozwój naukowy i doskonalenie umiejętności dydaktycznych kadry naukowo–dydaktycznej;
 - Transparentne zasady: zarządzania zasobami, w tym rozwoju i ścieżek awansu pracowników, doskonalenia systemów zarządzania jakością kształcenia oraz badań naukowych; sprawna i przyjazna administracja;
 - Efektywne wykorzystanie istniejącej infrastruktury naukowo-badawczej i dążenie do jej wzbogacania;
 - Utrzymanie oraz rozwój zaplecza bibliotecznego i informatycznego dla potrzeb dydaktyki i badań naukowych;
 - Pozyskiwanie zewnętrznych źródeł finansowania badań i procesu naukowo-dydaktycznego.
- Aspekt zasobów**

4. Cele strategiczne rozwoju Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji

Koncepcja działania i dalszego rozwoju Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji uwzględnia interdyscyplinarny charakter, zarówno prowadzonych kierunków kształcenia, jak i realizowanych tematów badawczych, co wynika z wieloaspektowości nauk o żywieniu człowieka i konsumpcji oraz wpisuje się w koncepcję rozwoju Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie.

Strategicznym celem Wydziału jest rozwój wszystkich obszarów jego działalności, ze szczególnym uwzględnieniem zapewnienia i doskonalenia jakości kształcenia i prowadzonych badań naukowych oraz upowszechniania wiedzy o żywieniu człowieka, jakości żywności i zachowań konsumentów na rynku żywności, co sprzyjać będzie realizacji misji Wydziału i jej podstawowych wartości.

Całokształt planowanych działań, które w efekcie stanowią będą realizację strategii rozwoju WNoŻCiK, można skategoryzować w następujących obszarach:

- 1) doskonalenie kształcenia między innymi przez dostosowywanie programów kształcenia do aktualnego stanu nauki, oczekiwań rynku pracy oraz rekrutowanie możliwie jak najlepszych kandydatów na studia;
- 2) doskonalenie badań naukowych między innymi przez pozyskiwanie funduszy na badania; zwiększenie współpracy z partnerami zagranicznymi i reprezentantami sektora gospodarczego; pozyskiwanie najzdolniejszych doktorantów; motywowanie do odbywania staży naukowych za granicą; promowanie i egzekwowanie standardów etyki zawodowej;
- 3) umieędzynarodowienie kształcenia, między innymi przez zwiększenie liczby studentów z zagranicy; opracowanie i wdrożenie programu kształcenia na studiach II stopnia w języku angielskim; udział wizytujących profesorów w realizacji zajęć dydaktycznych;

- 4) poprawa infrastruktury naukowo-badawczej i dydaktycznej oraz zwiększenie jej efektywności, między innymi przez doskonalenie planów dydaktycznych oraz bardziej efektywne wykorzystanie posiadanego zaplecza naukowo-badawczego;
- 5) umocnienie więzi z partnerami z sektora gospodarczego, w tym z Zespołem Doradców i Pracodawców funkcjonującym przy Wydziale, między innymi przez udział przedstawicieli biznesu w prowadzeniu zajęć dydaktycznych i opiniowaniu programów kształcenia; a także oferowanie usług naukowo-badawczych dla partnerów biznesowych;
- 6) popularyzowanie wiedzy o żywieniu człowieka i konsumpcji, między innymi przez Wszechnicę Żywieniową, Wszechnicę Żywieniową Dzieci i Młodzieży oraz środki masowego przekazu;
- 7) utrzymywanie więzi z absolwentami Wydziału, między innymi przez coroczne zjazdy absolwentów, zachęcanie ich do udziału w działaniach na rzecz doskonalenia programów i jakości kształcenia, a także zachęcanie do inicjowania i włączania się w działalność badawczą oraz dydaktyczną Wydziału.

Wymienione obszary działań zorientowane na realizację przyjętych tematów strategicznych można pogrupować w cztery podstawowe cele strategiczne, a mianowicie:

T1. Doskonalenie jakości kształcenia

Podstawowym celem działalności edukacyjnej Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji jest wykształcenie absolwentów reprezentujących wysoki poziom wiedzy, umiejętności i kompetencji niezbędnych dla realizacji karier zawodowych na konkurencyjnym rynku pracy, zarówno krajowym, jak i zagranicznym.

L.p.	Cel strategiczny	Cele operacyjne/sposób realizacji strategii
1A	Rekrutowanie jak najlepszych kandydatów spośród zainteresowanych kierunkami studiów oferowanymi przez Wydział	Promocja prowadzonych kierunków studiów z wykorzystaniem różnych mediów, jak również poprzez bezpośrednie kontakty z uczniami szkół średnich w ramach działań inicjowanych przez Pełnomocnika Dziekana ds. Kontaktów ze Szkołami Średnimi w celu pozyskiwania jak najlepszych kandydatów na studia
		Promocja studiów II i III stopnia w celu pozyskania jak najlepszych kandydatów
2A	Modernizowanie, doskonalenie programów kształcenia, przez dostosowanie treści i form kształcenia do potrzeb rynku pracy	Opiniowanie programów kształcenia przez praktyków, w tym członków Zespołu Doradców i Pracodawców
		Zwiększenie udziału praktyków w realizacji zajęć dydaktycznych
		Zwiększenie liczby prac dyplomowych realizowanych dla potrzeb praktyki gospodarczej
		Monitorowanie losów zawodowych absolwentów Wydziału oraz regularne gromadzenie ich opinii na temat jakości kształcenia oraz adekwatności programów kształcenia do wymogów rynku pracy
3A	Zwiększenie internacjonalizacji kształcenia oraz mobilności studentów i pracowników	Motywowanie studentów do udziału w programach wymiany studentów, zarówno w programach kształcenia, jak i szkołach letnich, praktykach, warsztatach itp.
		Zwiększenie udziału wizytujących profesorów w realizacji zajęć dydaktycznych, jak również promowanie wyjazdów dydaktycznych nauczycieli do partnerskich uczelni zagranicznych
		Zwiększenie oferty przedmiotów anglojęzycznych prowadzonych przez pracowników Wydziału, zarówno dla studentów polskich, jak i z zagranicy
		Przygotowanie programu studiów drugiego stopnia

		<p>prowadzonego w znacznej części w języku angielskim, doskonalącego umiejętności technologiczne, analityczne i marketingowe w zakresie nauk o żywieniu człowieka i konsumpcji</p> <p>Uczestnictwo w międzynarodowych programach dydaktyczno-szkoleniowych</p>
4A	Doskonalenie kompetencji nauczycieli/zespołów dydaktycznych	<p>Przestrzeganie zasady prowadzenia zajęć dydaktycznych z określonych przedmiotów przez osoby z dorobkiem publikacyjnym i badawczym w zakresie odpowiadającym tym przedmiotom/zajęciom</p> <p>Motywowanie pracowników do podwyższania swoich kompetencji przez udział w szkoleniach, stażach, studiach podyplomowych, warsztatach i kursach doszkalających w kraju i za granicą</p> <p>Uwzględnianie wyników studenckich ankiet oceny jakości kształcenia oraz oceny pracowników w polityce kadrowej Wydziału</p>
5A	Kształtowanie środowiska przyjaznego studentowi	<p>Utrzymanie odpowiedniej proporcji liczby nauczycieli akademickich stanowiących minimum kadrowe dla danego kierunku do liczby studentów na kierunku</p> <p>Motywowanie kadry dydaktycznej do doskonalenia zajęć prowadzonych na odległość</p>
6A	Potwierdzanie aktywnego działania na rzecz podnoszenia jakości kształcenia	<p>Bieżąca weryfikacja programów kształcenia ukierunkowana na ich modernizację i dostosowanie do potrzeb rynku pracy</p> <p>Prowadzenie działań optymalizujących zaplecze dydaktyczno-naukowe</p>
7A	Kontynuowanie rozwoju zaplecza dydaktycznego	Powiększanie liczby zbiorów bibliotecznych oraz dostępności do zasobów elektronicznych

T2. Doskonalenie badań naukowych

Podstawowym celem działalności naukowej realizowanej na Wydziale Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji jest prowadzenie badań dotyczących zjawisk, procesów, zależności występujących w szeroko i interdyscyplinarnie rozumianych obszarach żywienia, żywności i zdrowia oraz zachowań konsumentów na rynku żywności.

Lp.	Cel strategiczny	Cele operacyjne/sposób realizacji strategii
1B	Zwiększenie liczby i rangi projektów badawczych, w tym realizowanych na zamówienie organizacji gospodarczych oraz administracji publicznej	<p>Zwiększenie aktywności pracowników i doktorantów Wydziału w pozyskiwaniu środków zewnętrznych na badania</p> <p>Uwzględnienie aktywności pracowników w pozyskiwaniu środków zewnętrznych na badania naukowe w polityce kadrowej prowadzonej na Wydziale</p> <p>Uwzględnienie aktywności naukowej i publikacyjnej doktorantów w procesie przyznawania projakościowych stypendiów</p>
2B	Zwiększenie upowszechniania wyników badań w skali międzynarodowej	<p>Zwiększenie liczby publikacji w czasopiśmie o zasięgu międzynarodowym</p> <p>Opracowanie systemu finansowania publikacji zgłaszanych do wydania w czasopiśmie wysokopunktowanych (z listy MNiSW – części A)</p>
3B	Zwiększenie intensywności oraz widoczności rozwoju naukowego kadry	Motywowanie pracowników (np. poprzez fundusz na badania, stypendia naukowe, nagrody) do opracowywania tematów badawczych i ich zgłaszanie do finansowania przez NCN,

	naukowo-dydaktycznej	NCBiR, itp.
		Motywowanie pracowników do udziału w stażach naukowych w instytucjach naukowo-badawczych w kraju i za granicą
		Monitorowanie rozwoju naukowego młodych pracowników naukowych i egzekwowanie postępów w tym zakresie zgodnie z Regulaminem Oceny Pracowników

T3. Współpraca krajowa i zagraniczna

Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji dążyć będzie do zwiększenia aktywności w zakresie wspierania udziału w konferencjach, organizacjach naukowych, dydaktycznych i administracyjnych dla polepszenia kontaktów ze środowiskiem akademickim w kraju i za granicą.

Lp.	Cel strategiczny	Cele operacyjne/sposób realizacji strategii
1C	Zwiększenie liczby i rangi projektów badawczych, w tym realizowanych na zamówienie organizacji gospodarczych oraz administracji publicznej	Zwiększenie aktywności pracowników i doktorantów Wydziału w pozyskiwaniu środków zewnętrznych na badania
		Uwzględnienie aktywności pracowników w pozyskiwaniu środków zewnętrznych na badania naukowe w polityce kadrowej prowadzonej na Wydziale
		Uwzględnienie aktywności naukowej i publikacyjnej doktorantów w procesie przyznawania projakościowych stypendiów
2C	Zwiększenie internacjonalizacji kształcenia oraz mobilności studentów i doktorantów	Motywowanie studentów do udziału w programach wymiany studentów, zarówno w programach kształcenia, jak i szkołach letnich, praktykach, warsztatach itp.
		Zwiększenie udziału wizytujących profesorów w realizacji zajęć dydaktycznych, jak również promowanie wyjazdów dydaktycznych nauczycieli do partnerskich uczelni zagranicznych
		Zwiększenie oferty przedmiotów anglojęzycznych prowadzonych przez pracowników Wydziału, zarówno dla studentów polskich, jak i z zagranicy
		Przygotowanie programu anglojęzycznych studiów drugiego stopnia
		Uczestnictwo w międzynarodowych programach dydaktyczno-szkoleniowych
3C	Budowanie sieci kontaktów i dobrych relacji w środowisku naukowym krajowym i zagranicznym	Motywowanie pracowników do udziału w konferencjach krajowych i międzynarodowych oraz do współpracy w zakresie dydaktyki i nauki z ośrodkami krajowymi i zagranicznymi
		Aktywizowanie doktorantów w zakresie uczestnictwa w konferencjach krajowych i zagranicznych
4C	Rozwijanie kształcenia ustawicznego	Prowadzenie studiów podyplomowych, kursów, szkoleń, odpowiadających oczekiwaniom interesariuszy zewnętrznych
5C	Rozwijanie działalności upowszechnieniowej	Zwiększenie aktywności pracowników i studentów w promowaniu osiągnięć nauk o żywieniu człowieka i konsumpcji w ramach Wszechnicy Żywnościowej, Festiwalu Nauki, olimpiad przedmiotowych oraz innych przedsięwzięć instytucjonalnych

T4. Transfer wiedzy do gospodarki

Poprzez współpracę Wydziału z podmiotami gospodarczymi i organizacjami społecznymi, opracowane zostaną nowatorskie rozwiązania w zakresie realizacji zajęć dydaktycznych oraz udziału

studentów i naukowców w rozwiązywaniu problemów gospodarczych, jak również transfer wiedzy do gospodarki.

Lp.	Cel strategiczny	Cele operacyjne/sposób realizacji strategii
1D	Rozszerzanie oferty w zakresie kształcenia ustawicznego dla przedstawicieli praktyki gospodarczej	Zwiększenie aktywności pracowników w zakresie organizacji konferencji, szkoleń, warsztatów, kursów, studiów podyplomowych itp. dla przedstawicieli praktyki gospodarczej
2D	Zwiększenie upowszechniania i aplikacyjności wyników badań	Intensyfikacja działalności związanej z prowadzeniem badań wdrożeniowych oraz upowszechnianiem ich wyników
3D	Budowanie wizerunku przedsiębiorczego Wydziału oferującego wartość dodaną gospodarce	Prowadzenie działań zmierzających do osiągnięcia wśród praktyków wizerunku Wydziału potrafiącego zaoferować konkretne korzyści ponad poniesione koszty
4D	Rozwijanie badań wdrożeniowych we współpracy z otoczeniem gospodarczym	Aktywizowanie pracowników do prowadzenia badań we współpracy z otoczeniem gospodarczym
5D	Zintensyfikowanie działań promocyjnych, w tym relacji z absolwentami i otoczeniem	Prowadzenie działań mających na celu zawieranie różnych form porozumień z podmiotami gospodarczymi oraz zacieśnianie relacji z absolwentami
6D	Rozwijanie działalności upowszechnieniowej	Zwiększenie aktywności pracowników i studentów w promowaniu osiągnięć nauk o żywieniu człowieka i konsumpcji w ramach Wszechnicy Żywnościowej, Festiwalu Nauki, olimpiad przedmiotowych oraz innych przedsięwzięć instytucjonalnych
7D	Rozwijanie atrakcyjnej formuły współpracy Wydziału z otoczeniem gospodarczym	Kreowanie pozytywnego wizerunku Wydziału w otoczeniu gospodarczym Rozwój oferty dydaktycznej dla otoczenia gospodarczego

T5. Finanse i administracja

Celem jest zabezpieczenie długofalowych potrzeb ekonomicznych Wydziału oraz usprawnienie działań administracyjnych ukierunkowanych na ułatwienie funkcjonowania pracowników i studentów w strukturach organizacyjnych Wydziału. Konieczne jest prowadzenie systematycznej kontroli i optymalizacji kosztów, co będzie służyć odpowiedniemu wykorzystaniu środków finansowych, jak również poszukiwanie nowych źródeł finansowania działalności naukowo-dydaktycznej.

Lp.	Cel strategiczny	Cele operacyjne/sposób realizacji strategii
1E	Kształtowanie sprawnej administracji z uwzględnieniem podnoszenia kompetencji pracowników i przyjaznej dla społeczności akademickiej	Motywowanie pracowników administracyjnych do samodoskonalenia w zakresie organizacji kontaktów z pracownikami i studentami

2E	Zmianie struktury przychodów Wydziału w celu zmniejszenia uzależnienia od środków MNiSW	Podjęcie działań mających służyć zwiększeniu środków pozyskiwanych ze źródeł zewnętrznych
3E	Poprawianie efektywności kosztowej Wydziału	Podjęcie działań mających na celu kontrolę i optymalizację kosztów

5. Cele strategiczne i ich mierniki

Przy określaniu mierników realizacji celów strategicznych posłużono się wybranymi miernikami wypracowanymi w Strategii SGGW w Warszawie do 2020 r.

- **Studenci i jakość kształcenia**

L.p.	Cel strategiczny	Mierniki realizacji celów
1A	Rekrutowanie jak najlepszych kandydatów spośród zainteresowanych kierunkami studiów oferowanymi przez Wydział	Miernik jakości matur przyjętych kandydatów = średni poziom punktacji w postępowaniu rekrutacyjnym na każdym kierunku <i>Rosnący przeciętny poziom punktacji w postępowaniu rekrutacyjnym będzie świadczył o coraz wyższej jakości studentów</i>
		Miernik średnich ocen na 2 st. studiów = średni poziom punktacji w postępowaniu rekrutacyjnym na studia 2 st. na każdym kierunku <i>Rosnący przeciętny poziom punktacji w postępowaniu rekrutacyjnym będzie świadczył o coraz wyższej jakości absolwentów i studentów studiów II stopnia</i>
		Miernik średnich ocen na 3 st. studiów = średni poziom punktacji w postępowaniu rekrutacyjnym na studia 3 st. <i>Rosnący przeciętny poziom punktacji w postępowaniu rekrutacyjnym będzie świadczył o coraz wyższej jakości absolwentów i doktorantów</i>
2A	Modernizowanie, doskonalenie programów kształcenia przez dostosowanie treści i form kształcenia do potrzeb rynku pracy	Miernik satysfakcji absolwentów = liczba maksymalnych ocen w ankiecie satysfakcji absolwentów <i>Rosnący miernik będzie świadczył o spełnieniu oczekiwań absolwentów i ich wysokiej opinii na temat studiów</i>
		Miernik lojalności absolwentów = liczba absolwentów Wydziału przyjętych na studia 2 st. i studia doktoranckie <i>Rosnący miernik będzie świadczył o lojalności absolwentów wobec Wydziału</i>
		Miernik aktywności interesariuszy zewnętrznych w opiniowaniu programów kształcenia = liczba spotkań poświęconych opiniowaniu programów kształcenia <i>Wzrost miernika będzie świadczył o aktywności w dostosowaniu programów kształcenia do oczekiwań rynku pracy i zaangażowania reprezentantów otoczenia gospodarczego w optymalizacji programów kształcenia ze względu na potrzeby rynku pracy</i>
		Miernik zaangażowania praktyków w prowadzenie zajęć dydaktycznych = liczba godzin zajęć dydaktycznych realizowanych z udziałem przedstawicieli biznesu <i>Wzrost miernika będzie świadczył o praktycznych walorach programu kształcenia oraz rosnących kompetencjach</i>

		<p><i>zawodowych absolwentów Wydziału</i></p> <p>Miernik komputeryzacji kształcenia=udział przedmiotów/modułów, w których co najmniej jedno zajęcia realizowane są w laboratorium komputerowym <i>Utrzymanie miernika będzie świadczyło o odpowiednim udziale przedmiotów/modułów wykorzystujących najnowsze technologie w programach studiów</i></p>
3A	Zwiększenie internacjonalizacji kształcenia oraz mobilności studentów i pracowników	<p>Miernik mobilności studentów = liczba studentów przyjeżdżających na studia + liczba studentów wyjeżdżających na studia do uczelni partnerskich <i>Wzrost miernika będzie wskazywał na zwiększenie mobilności studentów i zwiększenie poziomu internacjonalizacji kształcenia</i></p> <p>Miernik wymiany pracowników = liczba osób przyjeżdżających z zagranicy i wyjeżdżających za granicę w celu realizacji zajęć dydaktycznych <i>Wzrost miernika będzie wskazywał na zwiększenie internacjonalizacji kształcenia</i></p> <p>Miernik udziału pracowników w stażach międzynarodowych i wymianie międzynarodowej = liczba pracowników wyjeżdżających na staże międzynarodowe i uczestniczących w wymianie międzynarodowej <i>Wzrost miernika będzie wskazywał na zwiększenie mobilności nauczycieli/pracowników naukowo-dydaktycznych</i></p>
4A	Doskonalenie kompetencji nauczycieli/zespołów dydaktycznych	<p>Miernik doksztalcenia pracowników = liczba osób uczestniczących w różnych formach rozwijania/podwyższania kompetencji, takich jak: studia podyplomowe, staże zawodowe/naukowe, kursy, szkolenia <i>Wzrost miernika będzie wskazywał na zwiększenie kompetencji i umiejętności nauczycieli w zakresie pracy dydaktycznej</i></p>
5A	Kształtowanie środowiska przyjaznego studentowi	<p>Miernik dostępności nauczycieli akademickich= stosunek liczby nauczycieli akademickich stanowiących minimum kadrowe dla danego kierunku studiów, do liczby studentów na tym kierunku <i>Utrzymanie miernika na wymaganym przez MNiSW poziomie będzie świadczył o odpowiednim wskaźniku dostępności nauczycieli dla studentów</i></p> <p>Miernik wspierania kształcenia na odległość=udział modułów/przedmiotów realizowanych z wykorzystaniem najnowszych technik e-learningowych <i>Rosnąca wartość miernika wskazuje na rosnące zaangażowanie kadry dydaktycznej w doskonalenie zajęć z wykorzystaniem nowoczesnych technik i technologii kształcenia, a w tym e-learningowych</i></p>
6A	Potwierdzanie aktywnego działania na rzecz podnoszenia jakości kształcenia	<p>Miernik zmian opisów modułów kształcenia= udział modułów/przedmiotów, których opisy uległy zmianie w stosunku do ogółu przedmiotów <i>Wzrost miernika świadczy o dostosowywaniu programów kształcenia w obrębie poszczególnych przedmiotów do oczekiwań studentów i zgłaszanych przez nich rekomendacji, jak również o poziomie świadomości nauczycieli o konieczności doskonalenia programów kształcenia</i></p>

		<p>Miernik zmian programów kształcenia= udział zmian w programach kształcenia zgodnych z Krajowymi Ramami Kwalifikacji <i>Utrzymanie zmian na odpowiednim poziomie świadczy o właściwie podjętych decyzjach programowych i wykonanych działaniach benchmarkingowych</i></p> <p>Miernik hospitacji zajęć dydaktycznych=liczba przeprowadzonych hospitacji w stosunku do liczby nauczycieli akademickich <i>Utrzymanie wskaźnika świadczy o kontynuowaniu działań na rzecz podnoszenia jakości kształcenia</i></p>
7A	Kontynuowanie rozwoju zaplecza dydaktycznego	<p>Miernik liczby tradycyjnych zbiorów bibliotecznych=stosunek liczby woluminów o dacie publikacji nie starszej niż 10 lat do sumy liczb studentów i doktorantów <i>Wzrost miernika ilustruje wielkość i nowoczesność zasobów bibliotecznych</i></p> <p>Miernik elektronicznych zasobów bibliotecznych=relacja liczby pełnotekstowych zbiorów elektronicznych do sumy liczb studentów i doktorantów. <i>Wzrost miernika obrazuje poprawę zasobności elektronicznej bazy bibliotecznej</i></p> <p>Miernik rozwoju infrastruktury informatycznej=liczba studentów przypadająca na jeden komputer <i>Wartość miernika świadczy o rozwoju infrastruktury informatycznej</i></p>

- **Doskonalenie badań naukowych**

Lp.	Cel strategiczny	Mierniki realizacji celów
1B	Zwiększenie liczby i rangi projektów badawczych, w tym realizowanych na zamówienie organizacji gospodarczych oraz administracji publicznej	<p>Miernik uzyskanych krajowych projektów badawczych=liczba projektów uzyskanych lub kontynuowanych w danym roku <i>Rosnąca liczba realizowanych projektów będzie świadczyć o wzmożonej aktywności badawczej</i></p> <p>Miernik wartości krajowych projektów badawczych = wartość środków z projektów uzyskanych lub kontynuowanych w danym roku <i>Wyższa wartość środków uzyskanych z projektów będzie świadczyć o rosnącej aktywności w pozyskiwaniu projektów badawczych</i></p>
2B	Zwiększenie upowszechniania wyników badań w skali międzynarodowej	Miernik międzynarodowego upowszechnienia wyników badań = liczba cytowań przypadająca na jedną publikację według Web of Science lub Web of Knowledge <i>Wzrost miernika będzie świadczył o wzroście umiędzynarodowienia wyników badań</i>
3B	Zwiększenie intensywności oraz widoczności rozwoju naukowego kadry naukowo-dydaktycznej	<p>Miernik międzynarodowej widoczności wyników badań=iloraz liczby cytowań publikacji pracowników Wydziału wykazywanych w bazie Web of Science (Knowledge) za pełny poprzedni rok kalendarzowy (LC) i liczby pracowników (N) <i>Wzrost miernika świadczy o większej widoczności i jakości wyników badań na arenie międzynarodowej</i></p> <p>Miernik rangi publikacji = liczba punktów za publikacje z listy MNiSW (część A)</p>

		<i>Wzrost miernika w stosunku do roku poprzedniego będzie świadczył o doskonaleniu jakości badań naukowych</i>
		Miernik awansów naukowych = średni czas awansu naukowego do stopnia doktora habilitowanego od momentu uzyskania stopnia doktora; <i>Skrócenie okresu awansu będzie świadczyć o zwiększeniu intensywności rozwoju naukowego kadry</i>
		Miernik awansów naukowych = średni czas awansu do tytułu profesora od daty uzyskania stopnia doktora habilitowanego; <i>Skrócenie okresu awansu będzie świadczyć o zwiększeniu intensywności rozwoju naukowego kadry</i>

- **Współpraca krajowa i zagraniczna**

Lp.	Cel strategiczny	Mierniki realizacji celów
1C	Zwiększenie liczby i rangi projektów badawczych, w tym realizowanych na zamówienie organizacji gospodarczych oraz administracji publicznej	Miernik aktywności badawczej = liczba projektów zagranicznych uzyskanych lub kontynuowanych w danym roku <i>Rosnąca liczba realizowanych projektów będzie świadczyć o wzmożonej aktywności badawczej</i> Miernik wartości projektów = wartość środków z projektów zagranicznych uzyskanych lub kontynuowanych w danym roku. <i>Wyższa wartość środków uzyskanych z projektów będzie świadczyć o rosnącej aktywności w pozyskiwaniu projektów badawczych</i>
2C	Zwiększenie internacjonalizacji kształcenia oraz mobilności studentów i doktorantów	Miernik mobilności = liczba studentów i doktorantów przyjeżdżających na studia + liczba studentów i doktorantów wyjeżdżających na studia do uczelni partnerskich <i>Wzrost miernika będzie wskazywał na zwiększenie mobilności studentów i doktorantów</i>
3C	Budowanie sieci kontaktów i dobrych relacji w środowisku naukowym krajowym i zagranicznym	Miernik aktywności konferencyjnej pracowników = liczba punktów za aktywny udział w krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych <i>Wzrost miernika będzie stanowił o aktywności kadry naukowej w nawiązywaniu kontaktów krajowych i międzynarodowych</i> Miernik aktywności konferencyjnej doktorantów = liczba punktów za aktywny udział w krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych <i>Wzrost miernika będzie stanowił o aktywności doktorantów w nawiązywaniu kontaktów krajowych i międzynarodowych i upowszechnianiu wyników prowadzonych badań</i>
4C	Rozwijanie kształcenia ustawicznego	Miernik rozwoju edukacji ustawicznej = liczba uczestników studiów podyplomowych, szkoleń, warsztatów, kursów itp. <i>Wzrost miernika będzie świadczył o zwiększającym się udziale Wydziału w procesie kształcenia ustawicznego</i>
5C	Rozwijanie działalności upowszechnieniowej	Miernik upowszechniania wiedzy w dostępnych formach instytucjonalnych = liczba wykładów w ramach np. Wszechnicy Żywnościowej i innych formach upowszechniania wiedzy <i>Wzrost miernika będzie świadczył o rozwijaniu działalności upowszechnieniowej</i>

- **Transfer wiedzy do gospodarki**

Lp.	Cel strategiczny	Mierniki realizacji celów
1D	Rozszerzenie oferty w zakresie kształcenia ustawicznego dla przedstawicieli praktyki gospodarczej	Miernik szkoleń = liczba uczestników konferencji, szkoleń, warsztatów, kursów itp. <i>Wzrost miernika będzie świadczył o zwiększającym się udziale Wydziału w procesie kształcenia ustawicznego skierowanego do przedstawicieli praktyki gospodarczej</i>
2D	Zwiększenie upowszechniania i aplikacyjności wyników badań	Miernik aktywności w pozyskiwaniu zleceń= liczba umów cywilnoprawnych zawartych na realizację prac zleconych o charakterze naukowo-badawczym oraz umów cywilnoprawnych zawartych na realizację prac zleconych o charakterze wdrożeniowym <i>Wzrost miernika będzie odzwierciedleniem rosnącej aktywności Wydziału w pozyskiwaniu zleceń i wzrost aplikacyjności realizowanych badań</i>
3D	Budowanie wizerunku przedsiębiorczego Wydziału oferującego wartość dodaną gospodarce	Miernik pozytywnego wizerunku wśród praktyków= odsetek respondentów wskazujących WNoŻCziK jako ośrodek mogący zaoferować wartość dodaną praktyce. <i>Wzrost miernika będzie świadczył o pozytywnym odbiorze Wydziału przez otoczenie gospodarcze</i>
4D	Rozwijanie badań wdrożeniowych we współpracy z otoczeniem gospodarczym	Miernik intensyfikacji badań <i>wdrożeniowych</i> we współpracy z otoczeniem gospodarczym=liczba uzyskanych projektów badawczych realizowanych przy współpracy z podmiotami gospodarczymi, które otrzymały dofinansowanie z Funduszy Strukturalnych oraz w ramach krajowych programów ze środków NCBiR i innych źródeł finansowania <i>Wzrost miernika będzie świadczył o prawidłowej aktywności Wydziału w zakresie intensyfikacji badań wdrożeniowych</i>
5D	Zintensyfikowanie działań promocyjnych, w tym relacji z absolwentami i otoczeniem	Miernik rozwoju współpracy z gospodarką=liczba zawartych porozumień z podmiotami gospodarczymi <i>Wzrost miernika będzie odzwierciedleniem rosnącego poziomu współpracy z otoczeniem gospodarczym</i> Wartość projektów realizowanych z otoczeniem gospodarczym=relacja wartości uzyskanych projektów realizowanych we współpracy z otoczeniem gospodarczym do liczby uzyskanych projektów badawczych realizowanych przy współpracy z otoczeniem gospodarczym <i>Tendencja rosnąca miernika będzie wyrazem rosnącej wartości projektów wdrożeniowych</i>
6D	Rozwijanie działalności upowszechnieniowej	Miernik publikacji popularnonaukowych = liczba publikacji popularnonaukowych <i>Utrzymanie miernika będzie świadczyło o utrzymującej się aktywności w zakresie upowszechniania wiedzy</i> Miernik studiów podyplomowych=liczba aktywnie działających studiów podyplomowych <i>Wzrost miernika będzie świadczył o zwiększającym się udziale Wydziału w procesie kształcenia doskonalącego kwalifikacje przedstawicieli praktyki gospodarczej</i> Miernik obecności w mediach=suma liczby wystąpień kadry akademickiej w programach radiowych, telewizyjnych oraz innych mediach <i>Rosnąca wartość miernika będzie odzwierciedlać skalę</i>

		<i>zainteresowania mediów Wydziałem</i>
7D	Rozwijanie atrakcyjnej formuły współpracy Wydziału z otoczeniem gospodarczym	Miernik liczby umów z podmiotami gospodarczymi=liczba umów pomiędzy Wydziałem a podmiotami gospodarczymi <i>Wzrost miernika będzie świadczył o wzroście aktywności współpracy z gospodarką</i>
		Miernik liczby doktoratów dla praktyków=liczba doktoratów obronionych przez przedstawicieli otoczenia gospodarczego <i>Wzrost miernika będzie świadczył o rosnącym znaczeniu Wydziału w podnoszeniu kwalifikacji naukowych przedstawicieli otoczenia gospodarczego</i>

- **Finanse i administracja**

Lp.	Cel strategiczny	Mierniki realizacji celów
1E	Kształtowanie sprawnej administracji z uwzględnieniem podnoszenia kompetencji pracowników i przyjaznej dla społeczności akademickiej	Miernik poziomu obsługi pracowników=iloraz sumy ocen satysfakcji (skala punktowa) przebadanych pracowników naukowo-dydaktycznych i liczby przebadanych pracowników <i>Wartość miernika świadczyć będzie o poziomie satysfakcji z obsługi administracji badanych respondentów spośród pracowników</i>
		Miernik poziomu obsługi studentów= iloraz sumy ocen satysfakcji przebadanych studentów i doktorantów do liczby studentów i doktorantów <i>Wartość miernika świadczyć będzie o poziomie satysfakcji z obsługi administracji badanych respondentów spośród studentów i doktorantów</i>
2E	Zmienianie struktury przychodów Wydziału w celu zmniejszenia uzależnienia od środków MNiSW	Miernik wartości przychodów= wartość przychodów w PLN <i>Wzrost miernika wskazywać będzie na przyrost przychodów</i>
		Miernik wartości przychodów spoza MNiSW= udział środków uzyskanych spoza dotacji podstawowej MNiSW w wartości przychodów Wydziału <i>Wzrost miernika odzwierciedlać będzie korzystną dynamikę udziału przychodów spoza dotacji w strukturze przychodów Wydziału</i>
3E	Poprawianie efektywności kosztowej Wydziału	Miernik kosztów do przychodów= stosunek kosztów do przychodów Wydziału <i>Wartość miernika odzwierciedla wysokość kosztów przypadających na jedną złotówkę przychodów Wydziału</i>

6. Analiza SWOT

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • Unikatowy, interdyscyplinarny charakter Wydziału, zarówno w odniesieniu do prowadzonych badań, jak i dydaktyki; • Udział w wielu międzynarodowych projektach badawczych finansowanych ze środków UE oraz państw członkowskich; • Interdyscyplinarność zainteresowań i kompetencji kadry naukowo-dydaktycznej; • Prowadzenie studiów III stopnia, studiów podyplomowych, kursów i szkoleń; • Lojalność studentów w aspekcie kontynuacji edukacji na Wydziale w różnych formach kształcenia; • Dobre wyposażenie w aparaturę badawczą, nierzadko o unikatowym charakterze oraz nowoczesne zaplecze dydaktyczne; • Znaczący potencjał młodych, samodzielnych pracowników nauki; • Aktywna działalność studenckich kół naukowych • Aktywność w dostrzeganiu potrzeb rynku pracy i kreatywność w reagowaniu na to zapotrzebowanie; • Współpraca z otoczeniem gospodarczym; • Upraktycznienie procesu kształcenia; • Działalność upowszechnieniowa; • Pozytywny wizerunek Wydziału na Uczelni 	<ul style="list-style-type: none"> • Nierównomierne zaangażowanie pracowników naukowo-dydaktycznych w badania naukowe; • Niski poziom zainteresowania/zaangażowania pracowników w aplikowanie o środki zewnętrzne na badania naukowe; • Niedostateczne zaangażowanie wszystkich pracowników naukowo-dydaktycznych w publikowanie wyników badań, zwłaszcza w czasopiśmie z listy MNiSW – części A; • Niski poziom komercjalizacji wyników badań/ wiedzy w zakresie uzyskiwania patentów i wdrożeń.
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> • Rosnące zainteresowanie problematyką żywienia człowieka, żywności i konsumpcji w skali globalnej; • Zainteresowanie studentów z zagranicy umożliwiające internacjonalizację kształcenia; • Priorytetowe traktowanie zagadnień żywienia człowieka, ograniczenia występowania chorób dietozależnych oraz zmiany stylu życia w polityce naukowej państwa i UE; • Wzrost zainteresowania współpracą z Wydziałem ze strony gospodarki, zarówno w aspekcie badań naukowych, jak i dydaktyki; • Wzrost zainteresowania współpracą z Wydziałem ze strony szkolnictwa średniego; • Wzrost możliwości doskonalenia infrastruktury badawczej; • Ustawowe możliwości prowadzenia studiów międzyuczelnianych i wynikające stąd nowe propozycje kierunków kształcenia na II stopniu studiów. 	<ul style="list-style-type: none"> • Niż demograficzny; • Obniżający się poziom kandydatów na studia; • Małe zainteresowanie oferowaniem praktyk dla studentów ze strony różnych przedsiębiorstw i instytucji; • Wzrastająca konkurencyjność oferty dydaktycznej, zarówno zewnętrzna, jak i wewnętrzna; • Zmniejszająca się dotacja MNiSzW na badania i dydaktykę.