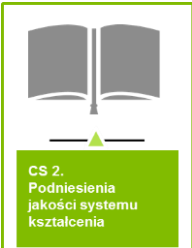


	<p>studiowania na uczelniach BTOF;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promocja miast rdzenia BTOF jako ośrodków przyjaznych i otwartych na studentów.</li> </ul>
--	--

 <p>CS 2. Podniesienia jakości systemu kształcenia</p>	<h3>3. Podnoszenie atrakcyjności BTOF jako ośrodka akademickiego</h3>
<p><b>Uzasadnienie i cel realizacji działania</b></p>	<p>Zarówno w Strategii Rozwoju Miasta Bydgoszczy jak i Strategii Rozwoju Miasta Torunia podkreśla się znaczenie ww. miast jako ośrodków akademickich i proponuje się działania mające doprowadzić do umocnienia pozycji miast jako ośrodków nauki. Tymczasem w porównaniu z innymi ośrodkami metropolitalnymi miasta rdzenia BTOF działając pojedynczo są stosunkowo małymi ośrodkami akademickimi. Innym aspektem, na który należy zwrócić uwagę w kontekście rozwoju ośrodków akademickich jest potencjał jaki tkwi w środowisku studenckim jako usługobiorcach i grupie konsumenckiej. Potencjał ten nie jest aktualnie w pełni wykorzystany.</p> <p>Głównym celem realizacji ww. działania jest podniesienie atrakcyjności BTOF jako ośrodka akademickiego, budowanie prestiżu Bydgoszczy i Torunia jako ośrodków metropolitalnych oraz budowa wysokiej jakości kapitału ludzkiego w wymiarze rozwoju osobowego i kwalifikacji zawodowych.</p>
<p><b>Opis działania</b></p>	<p>W ramach działania powinny być podejmowane różnego rodzaju inicjatywy mające na celu wykorzystanie potencjału miast rdzenia BTOF jako ośrodków akademickich.</p>
<p><b>Zadania do realizacji w ramach działania (katalog nie jest zamknięty)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizacja kampanii ogólnokrajowych, w których BTOF (głównie Toruń i Bydgoszcz) jest popularyzowany jako ośrodek akademicki;</li> <li>- Tworzenie miejsc spotkań studenckich;</li> <li>- Promowanie informacji o innowacjach stosowanych w procesie kształcenia (wykłady na odległość, doskonałe laboratoria, duża liczba zajęć praktycznych);</li> <li>- Uruchomienie programu zniżek i przywilejów dla studentów obowiązujących w całym BTOF (zniżki w instytucjach kultury, sklepach, innych miejscach publicznych, komunikacji);</li> </ul>