



Strategia rozwoju Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu na lata 2018-2020

1. Informacje wprowadzające

Strategia Wyższej Szkoły Handlu i Usług definiuje politykę rozwoju Uczelni na lata 2018–2020. Stanowi ona kluczowy dokument, w którym zidentyfikowano działania mające zapewnić Wyższej Szkole Handlu i Usług silną pozycję w krajowej przestrzeni uczelni niepublicznych.

Dokument Strategii powstał w oparciu o wartości i kompetencje Uczelni, przy szczególnym uwzględnieniu analizy rynku, zmieniających się oczekiwań społecznych, strategicznych planów i trendów rozwojowych otoczenia rynkowego, a także czynników zewnętrznych - demograficznych i prawnych - które będą determinowały sposób zarządzania szkołą wyższą w przyszłości. Czynniki, które przyczyniły się do zaktualizowania strategii rozwoju Uczelni to przede wszystkim:

- poprzedni dokument Strategii Rozwoju Uczelni określał lata 2012- 2017,
- brak powiązania poprzedniej strategii z obecnymi standardami kształcenia,
- świadomość władz uczelni co do wyznaczenia nowych, kluczowych kierunków rozwoju.

Dokument zawierający zaktualizowaną Strategię Rozwoju Wyższej Szkoły Handlu i Usług jest wynikiem prac, powołanego Zarządzeniem Rektora nr 05/2018 z dnia 23 października 2018r. Zespołu ds. Aktualizacji Strategii Rozwoju Uczelni, prowadzonych ściśle we współpracy z Władzami Rektorskimi. Dokument został zatwierdzony na nadzwyczajnym posiedzeniu Senatu w dniu 19 listopada 2018r. Uchwałą nr 30/2018 Senatu Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu z dnia 19 listopada 2018r. w sprawie zatwierdzenia aktualnej Strategii Rozwoju Uczelni na lata 2018-2020.

2. Misja i wizja Uczelni

Wyższa Szkoła Handlu i Usług aspiruje do miana uczelni otwartej na nowe wyzwania i potrzeby edukacyjne, promującej idee uczenia się przez całe życie oraz kształcenia zgodnego z oczekiwaniami rynku pracy. Misja Uczelni powstała z myślą o jej przyszłości ale równie ważne znaczenie miała historia jej powstania oraz ponad dwudziestoletnia tradycja funkcjonowania na rynku szkolnictwa wyższego w Wielkopolsce.

Wyższa Szkoła Handlu i Usług w Poznaniu to jedyna w Polsce uczelnia niepubliczna, która została założona przez samorządną organizację kupiecką Wielkopolskie Zrzeszenie Handlu i Usług. Jest to organizacja skupiająca małe i średnie przedsiębiorstwa z terenu Wielkopolski. To właśnie zrzeszeni w tej organizacji kupcy przyczynili się do powstania w 1926 roku Wyższej Szkoły Handlowej w Poznaniu (obecnie Uniwersytet Ekonomiczny),

a później - na początku lat dwudziestych ubiegłego wieku - do zorganizowania w stolicy Wielkopolski Międzynarodowego Targu, który dał początek Międzynarodowym Targom Poznańskim. Do tych tradycji nawiązuje założona w 1997 roku Wyższa Szkoła Handlu i Usług, której **misją** jest:

prorowadzenie wysokiej jakości kształcenia poprzez przekazanie określonej wiedzy i umiejętności zawodowych przy wsparciu najlepszych wykładowców akademickich oraz praktyków życia gospodarczego ale również krzewienie wśród studentów idei etosu zawodu w obszarze handlu i usług na współczesnym rynku gospodarczym..

W celu realizacji misji Uczelni przyświecają nam takie wartości jak:

- wolność nauczania,
- poszanowanie standardów nauczania,
- przestrzeganie zasad etycznych i dobrych praktyk w zakresie kształcenia,
- uwzględnianie społecznej odpowiedzialności nauki,
- kształtowanie postaw obywatelskich
- uczestnictwo w rozwoju społecznym

Mottem Wyższej Szkoły Handlu i Usług, wyrażonym na jej sztandarze, są słowa rzymskiego filozofa, pisarza i poety - Seneki Młodszeo: „Non scholae, sed vitae discimus” (Uczymy się nie dla szkoły, lecz dla życia). Mając to na względzie Uczelnia kładzie szczególny nacisk aby przekazywana studentom wiedza miała charakter praktyczny i odzwierciedlała aktualne potrzeby rynku pracy.

Tak ukształtowana misja Uczelni będzie realizowana w **wizji** rozwoju w najbliższych latach. Do podstawowych elementów wizji Uczelnia zalicza:

- poszerzanie infrastruktury poprzez zakup budynku, w którym mieści się obecnie siedziba Uczelni;
- powołanie liceum ogólnokształcącego przy Uczelni,
- powołanie szkoły policealnej w celu kształcenia w nowych zawodach,
- umiędzynaradawianie studiów i badań naukowych,

- ciągle doskonalenie programów i planów studiów,
- rozszerzanie współpracy z otoczeniem gospodarczym.

Do szczegółowych elementów wizji zaliczyć należy:

- wyposażenie absolwentów Uczelni w umiejętności niezbędne do samodzielnego prowadzenia działalności gospodarczej,
- współuczestniczenie w kształceniu nowej generacji kupców i usługodawców,
- wychowywanie studentów w duchu patriotyzmu, poszanowania praw człowieka, demokracji, tolerancji i odpowiedzialności za dobro społeczeństwa, państwa i własnego miejsca pracy,
- kształtowanie u studentów takich cech, jak otwartość na świat, umiejętność przystosowania się do zmieniających się warunków ekonomicznych, samodzielność i kreatywność,
- upowszechnianie postępu organizacyjnego i technologicznego oraz promowanie wiedzy o regionie, w którym działa Uczelnia,
- dbanie o wszechstronny rozwój studenta,
- prowadzenie działalności Uczelni w poczuciu odpowiedzialności za jakość kształcenia, badań naukowych oraz absolwentów.

W swej działalności Uczelnia kieruje się zasadami wolności sumienia, wolności nauczania i badań naukowych. Pragnie przygotować absolwentów nie tylko do pracy w małych, średnich i większych przedsiębiorstwach, ale wpoić im ideały nowoczesnego społeczeństwa obywatelskiego, choćby po to, by umieli być gospodarzami w swych małych ojczyznach.

Innym obszarem działań, na którym skupia się działalność Wyższej Szkoły Handlu i Usług jest wyrównywanie różnic społecznych i przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu poprzez przyciąganie w mury Uczelni studentów z obszarów o niższym standardzie edukacji i kultury społecznej. Sprawia to, że dorobek WSHiU stanowi widoczny wkład w rozwój społeczny kraju i jest istotnym elementem wychowania młodego pokolenia.

Oferta edukacyjna WSHiU nie ogranicza się do ludzi młodych. Jest kierowana do wszystkich grup wiekowych w uznaniu wartości kształcenia i pogłębiania wiedzy przez całe życie.

Do podstawowych zadań jakie stawia sobie Wyższa Szkoła Handlu i Usług zaliczamy:

- prowadzenie kształcenia na studiach,
- prowadzenie kształcenia na studiach podyplomowych oraz innych formach kształcenia np. kursach i szkoleniach,
- prowadzenie działalności naukowej oraz transfer wiedzy do gospodarki,
- kształcenie i promowanie kadr uczelni,
- wychowywania studentów w poczuciu odpowiedzialności za Państwo polskie, tradycję narodową, umacnianie zasad demokracji i poszanowania człowieka,
- stwarzanie warunków do rozwoju kultury fizycznej studentów,
- działanie na rzecz społeczności lokalnych i regionalnych,
- upowszechnianie i pomnażanie osiągnięć nauki i kultury poprzez gromadzenie i udostępnianie zbiorów bibliotecznych informacyjnych i archiwalnych.

Reasumując, sformułowana misja, wizja oraz podstawowe zadania Uczelni mają na celu wyposażenie swoich absolwentów w nowoczesną wiedzę, umiejętności i kompetencje, które pozwolą im dostosować się do zmiennego i innowacyjnego rynku. Uczelnia chce również kształtować w studentach postawę człowieka kreatywnego, przedsiębiorczego oraz otwartego na świat.

3. Analiza SWOT

Stworzenie założeń Strategii Rozwoju Wyższej Szkoły Handlu i Usług zostało poprzedzone analizą czynników zewnętrznych (egzogonicznych), jak i wewnętrznych (endogenicznych). W tym celu wykorzystano jedną z najpopularniejszych heurystycznych technik analitycznych, służących do porządkowania informacji, czyli Analizę SWOT. Jest to metoda analizy strategicznej stosowana do oceny mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń związanych z realizacją danego przedsięwzięcia. Jest zatem odpowiednią metodą dla przedstawienia czynników determinujących tworzenie strategii rozwoju Uczelni.

CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
1. Stabilna kadra dydaktyczno-naukowa obejmująca zarówno nauczycieli akademickich, jak i praktyków życia gospodarczego. 2. Usytuowanie Uczelni w dużej aglomeracji miejskiej. 3. Ponad 20-letnia tradycja funkcjonowania na rynku usług edukacyjnych i rozpoznawalna marka WSHiU. 4. Uczelnia założona przez organizację kupiecką, co pozytywnie wpływa na wizerunek Uczelni. 5. Atrakcyjne, uniwersalne kierunki kształcenia na poziomie studiów licencjackich; poszukiwanie nowych specjalności zgodnych z oczekiwaniami rynkowymi. 6. Powiększająca się oferta studiów podyplomowych; studiów EMBA, poszukiwanie nowych kierunków 7. Aktywność naukowo-badawcza części pracowników Uczelni 8. Prężnie działające wydawnictwo uczelniane 9. Możliwość publikacji w punktowanym czasopiśmie Uczelni „Zeszytach Naukowych” 10. Organizowane przez Uczelnię konferencje naukowe, seminaria i spotkania z	1. Status uczelni niepublicznej co wiąże się z postrzeganiem marki uczelni niepublicznej jako słabszej i mającej niższy prestiż od uczelni publicznych 2. Brak własnej bazy lokalowej 3. Malejąca liczba studentów Uczelni (w tym zanikanie kształcenia na studiach stacjonarnych) 4. Posiadanie stosunkowo niewielkich rezerw finansowych 5. Brak bogatej oferty dotyczącej kształcenia na studiach II stopnia (magisterskich) 6. Zbyt mały udział kadry naukowo-dydaktycznej w badaniach międzynarodowych 7. Słabe wykorzystanie narzędzi kształcenia na odległość – brak studiów on-line 8. Ograniczone wyposażenie biblioteki 9. Niskie kwalifikacje części kadry administracyjnej

praktykami ze świata biznesu i polityki 11. Łączenie wiedzy teoretycznej z praktyką 12. Ciekawe praktyki studenckie 13. Dostosowywanie programu kształcenia do potrzeb rynku pracy 14. Sprawnie funkcjonujący, nowoczesny dziekanat 15. Lojalna i mocno utożsamiająca się z Uczelnią kadra administracyjna 16. Dobrze funkcjonujący program ERASMUS (dobra współpraca Uczelni z podmiotami zagranicznymi, prężna wymiana międzynarodowa studentów i pracowników) 17. Aktywny Samorząd Studencki 18. Współpraca ze Stowarzyszeniem Absolwentów	
--	--

CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE	
SZANSE	ZAGROŻENIA
1. Poznań jako miejsce lokalizacji uczelni 2. Możliwości rozwoju aktywności międzynarodowej 3. Coraz powszechniejsze promowanie interdyscyplinarności w nauce 4. Szerokie możliwości współpracy z uczelniami partnerskimi 5. Przepisy prawne umożliwiające pozyskiwanie studentów z zagranicy (głównie z państw bloku wschodniego) 6. Coraz większe zainteresowanie studiami w Polsce przez studentów z Afryki i Azji	1. Niż demograficzny 2. Długotrwały okres niezbyt dobrej koniunktury gospodarczej – ubożenie społeczeństwa (mniejsza ilość osób mogących finansować sobie koszty kształcenia, nieterminowe płatności za studia od studentów) 3. Rosnące kłopoty z zatrudnieniem kadry naukowej zatrudnionej na podstawowym miejscu pracy w szkołach publicznych 4. Wzrost kosztów zatrudnienia kadry naukowej 5. Wzrost kosztów ogólnych działalności WSHIU (koszty mediów, czynszu, promocji

7. Kłopoty „słabych” uczelni niepublicznych – możliwości przejęcia studentów 8. Opracowywanie programów kształcenia będących odpowiedzią na potrzeby potencjalnych studentów 9. Współpraca ze środowiskami biznesowymi i finansowymi (Wielkopolskim Klubem Kapitału, Związkiem Banków Polskich) 10. Współpraca z organizacjami branżowymi (np. Wielkopolską Organizacją Turystyczną) 11. Realizacja bezpośrednich kontaktów ze szkołami średnimi, konkursy, targi, współpraca z firmami – oferty nowe (staże, praktyki) 12. Unowocześnienie narzędzi pracy 13. Starania o uruchomienie studiów II stopnia	itp.) 6. Ostra konkurencja innych uczelni (rosnąca oferta bezpłatnych studiów w szkołach publicznych, otwieranie takich samych kierunków i specjalności na konkurencyjnych uczelniach - powielanie przez otoczenie unikatowych kierunków studiów i specjalności) 7. Trudności w pozyskiwaniu funduszy zewnętrznych na badania 8. Słabnący potencjał naukowo-badawczy starszej kadry 9. Zmiany legislacyjne
---	--

4. Cele strategiczne WSHiU

Uwzględnienie wszystkich czynników zewnętrznych (egzogenicznych) oraz wewnętrznych (endogenicznych), a także misji i wizji jaką stawia przed sobą Wyższa Szkoła Handlu i Usług, powoduje, iż strategia jej rozwoju będzie zmierzać do osiągnięcia 4 głównych (obejmujących szereg pomniejszych) celów o charakterze strategicznym, które są zgodne z wymogami statutowej działalności Uczelni.

Cele strategiczne i zadania ujęto w czterech obszarach działalności Uczelni:

1. NAUKA 1.1. Cel strategiczny: wzrost aktywności naukowej w obszarze krajowym i	2.PROCES KSZTAŁCENIA 2.1. Cel strategiczny: rozszerzanie i uatrakcyjnianie oferty kształcenia oraz ciągłe
--	---

międzynarodowym.	doskonalenie procesu kształcenia pod względem jakości i użyteczności na rynku pracy z uwzględnieniem wymiany międzynarodowej
3.RELACJE Z OTOCZENIEM 3.1. Cel strategiczny: poszerzanie i doskonalenie współpracy z otoczeniem gospodarczym i społecznym oraz kreowanie pozytywnego wizerunku na rynku usług edukacyjnych w kraju i za granicą	4.FUNKCJONOWANIE UCZELNI 4.1. Cel strategiczny: ciągle podnoszenie sprawności organizacyjnej i efektywności działania Uczelni

Cele szczegółowe i zadania do realizacji w ramach celów strategicznych:

1.1. Cel strategiczny: wzrost aktywności naukowej w obszarze krajowym i międzynarodowym.

Zadanie 1. Tworzenie i wspomaganie zespołów badawczych realizujących projekty z partnerami z innych uczelni oraz partnerami zagranicznymi w ramach współpracy międzynarodowej poprzez pozyskiwanie środków finansowych dla badań interdyscyplinarnych – granty.

Zadanie 2. Tworzenie i wspomaganie zespołów badawczych, podejmujących projekty naukowe, rozwojowe i wdrożeniowe w skali regionalnej, krajowej i międzynarodowej, w tym finansowane ze środków europejskich oraz pozaeuropejskich.

Zadanie 3. Stymulowanie wzrostu liczby wysokiej jakości publikacji naukowych (również międzynarodowych), w tym monografii, podręczników i skryptów, przy czym Uczelnia stawia się na jakość a nie ilość publikacji.

Zadanie 4. Rozwój i wzrost znaczenia wydawnictwa uczelnianego, stałe publikowanie w wydawnictwie artykułów przez kadrę dydaktyczną.

Zadanie 5. Zwiększenie mobilności naukowej kadry dydaktycznej poprzez większą aktywizację Programu Erasmus Plus oraz współpracę z uczelniami zagranicznymi.

Zadanie 6. Zapewnienie wsparcia rozwoju międzynarodowego pracowników naukowo-dydaktycznych.

Zadanie 7. Popularyzacja nauki poprzez organizację kongresów, konferencji, seminariów naukowych oraz szerszy udział kadry naukowo-dydaktycznej w konferencjach i seminariach organizowanych przez uczelnie krajowe i zagraniczne.

Zadanie 8. Aktywizacja naukowa studentów poprzez czynne uczestnictwo w organizowanych konferencjach i seminariach oraz publikowanie artykułów w wydawnictwie uczelnianym.

Zadanie 9. Wdrożenie systemu ochrony i wykorzystania własności intelektualnej.

2.1. Cel strategiczny: rozszerzanie i uatrakcyjnianie oferty kształcenia oraz ciągle doskonalenie procesu kształcenia pod względem jakości i użyteczności na rynku pracy z uwzględnieniem wymiany międzynarodowej.

Zadanie 1. Dostosowanie procesu kształcenia do nowych uwarunkowań legislacyjnych.

Zadanie 2. Prowadzenie kształcenia poprzez przypisanie poszczególnych kierunków studiów do odpowiednich dziedzin i dyscyplin naukowych.

Zadanie 3. Umożliwienie rekrutacji na studia w ramach obszarów i wybór docelowego kierunku studiów po pierwszym roku studiów.

Zadanie 4. Poszerzanie oferty kierunków studiów oraz specjalności dostosowanych do potrzeb rynku pracy. Rozwój kierunków na II stopniu.

Zadanie 5. Poszerzanie oferty o studia w języku angielskim oraz przedmiotów do wyboru w języku angielskim.

Zadanie 6. Rozszerzenie wymiany międzynarodowej, dającej wymierne efekty w zakresie kształcenia studentów i młodych pracowników, a także wymiany wizytujących profesorów.

Zadanie 7. Większa aktywizacja wyjazdów studentów w ramach Programu Erasmus Plus oraz pozyskiwanie większej ilości studentów z zagranicy w ramach programu.

Zadanie 8. Pozyskiwanie środków Unii Europejskiej na stworzenie oferty bezpłatnych studiów

Zadanie 9. Rozwój oferty kształcenia na odległość (*e-learning, distance learning*), jako częściowej alternatywy studiowania tradycyjnego na studiach niestacjonarnych, a w dalszej kolejności na stacjonarnych.

Zadanie 10. Doskonalenie programów studiów pod kątem profilu praktycznego uczelni, dostosowywanie kształcenia praktycznego w tym zakresie.

Zadanie 11. Stworzenie dogodnych warunków do odbywania praktyk i staży studenckich poprzez budowanie i świadome zarządzanie relacjami z podmiotami gospodarczymi.

Zadanie 12. Unowocześnienie bazy dydaktycznej i środków przekazu wiedzy.

Zadanie 13. Ciągłe doskonalenie Systemu Jakości Kształcenia poprzez standaryzacje procedur oraz usprawnianie użyteczności systemu ProAkademia.

Zadanie 14. Dostosowanie efektów uczenia się zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 26 września 2016 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4 – poziomy 6–8.

Zadanie 15. Doskonalenie systemu oceny jakości i efektywności kształcenia poprzez m.in. regularną hospitację zajęć, elektroniczny system oceny modułów i przedmiotów oraz osób prowadzących zajęcia, stałą ewidencję odbytych zajęć.

Zadanie 16. Dążenie do elastycznego systemu kształcenia poprzez wykorzystanie punktów ECTS do kształtowania własnej drogi kształcenia, umożliwienie studentowi rozszerzenia oferty kształcenia na bazie kierunków i specjalności pokrewnych.

Zadanie 17. Wypracowanie systemu przenoszenia i uznawania zajęć dydaktycznych odbytych przez studentów na innych uczelniach, a przede wszystkim na uczelniach zagranicznych.

Zadanie 18. Rozwój kierunków studiów podyplomowych, studiów Executive Master of Business Administration, kursów (w tym certyfikowanych), szkoleń i innych form kształcenia ustawicznego.

Zadanie 19. Wspieranie współpracy z organizacjami społecznymi i stowarzyszeniami w zakresie kształcenia ustawicznego.

Zadanie 20. Umożliwienie zdobywania dodatkowych zawodów poprzez zajęcia w szkole policealnej.

Zadanie 21. Ciągła aktywizacja udziału studentów w życiu uczelni oraz przygotowaniu zawodowym poprzez wspieranie działalności studenckich kół naukowych, działalności samorządu studentów i innych organizacji studenckich.

Zadanie 22. Stworzenie stabilnego systemu stypendialnego dla studentów.

Zadanie 23. Ciągłe doskonalenie ochrony praw studenta.

3.1. Cel strategiczny: poszerzanie i doskonalenie współpracy z otoczeniem gospodarczym i społecznym oraz kreowanie pozytywnego wizerunku na rynku usług edukacyjnych w kraju i za granicą.

Zadanie 1. Rozwijanie różnych form kontaktu z młodzieżą szkół podstawowych i ponadpodstawowych w celu zachęcenia jej do studiowania w WSHiU.

Zadanie 2. Współpraca z dyrektorami szkół średnich oraz kuratorium w Poznaniu.

Zadanie 3. Współpraca z innymi uczelniami w zakresie przedsięwzięć badawczych, dydaktycznych jak również działań na rzecz środowiska uczelnianego.

Zadanie 4. Zrównoważony rozwój uczelni poprzez uczestnictwo w regionalnych konkursach wpisujących się w potrzeby rynku lokalnego, jak np. „Regionalna inicjatywa doskonałości”, „Dydaktyczna inicjatywa doskonałości”.

Zadanie 5. Wzmacnianie partnerstwa uczelni z przedsiębiorstwami i pracodawcami z całego kraju z głównym naciskiem na region Wielkopolski.

Zadanie 6. Współpraca z organizacjami społecznymi i stowarzyszeniami.

Zadanie 7. Organizowanie cyklicznych spotkań z przedstawicielami życia gospodarczego w celu zasięgnięcia opinii o potrzebach rynku w zakresie kształcenia.

Zadanie 8. Świadome zarządzanie relacjami z partnerami gospodarczymi i dyrektorami szkół ponadpodstawowych.

Zadanie 9. Wypracowanie skutecznych form współpracy ze Stowarzyszeniem Absolwentów WSHiU poprzez oferowanie różnych form doksztalcania zawodowego oraz opracowanie nowego programu monitoringu losów absolwentów i jego wdrożenie.

Zadanie 10. Zintensyfikowanie działań marketingowych wspierających uczelnię na rynku krajowym i zagranicznym.

Zadanie 11. Nawiązanie regularnej współpracy z mediami – radio, TV, internet, prasa.

Zadanie 12. Czynne uczestnictwo w targach edukacyjnych oraz branżowych.

Zadanie 13. Uczestnictwo w ważnych wydarzeniach lokalnych, organizowanie i uczestnictwo w konkursach w szkołach, sponsorowanie wybranych działań na rynku edukacyjnym i inne.

Zadanie 14. Organizowanie ciekawych prelekcji osób ze świata gospodarki, polityki, sportu i innych.

Zadanie 15. Doskonalenie przejrzystości i funkcjonalności uczelnianej strony www. Wzmacnianie komunikacji z otoczeniem przez działalność w socialmediach, portalach społecznościowych, itd.

Zadanie 16. Doskonalenie tradycyjnych form promocji. Rozszerzanie działań promocyjnych w zakresie pozyskiwania kandydatów z kraju i zagranicy na wszystkie stopnie i rodzaje studiów.

4.1. Cel strategiczny: ciągle podnoszenie sprawności organizacyjnej i efektywności działania Uczelni.

Zadanie 1. Profesjonalizacja zarządzania uczelnią poprzez wdrożenie zmian związanych z nowymi uwarunkowaniami legislacyjnymi:

- Ustawa z dnia 3 lipca 2018r Przepisy wprowadzające ustawę – Prawo o Szkolnictwie wyższym i nauce, Dz. U. z 2018r. poz. 1669;

- Ustawa z dnia 28 lipca 2018r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, Dz.U. z 2018r. poz. 1668;
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 12 września 2018r. w sprawie kryteriów oceny programowej, Dz.U. z 2018r. poz. 1787;
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 września 2018r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych, Dz. U. z 2018r. poz. 1818;
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018r. w sprawie studiów, Dz. U. z 2018r. poz. 1861.

Zadanie 2. Dążenie do tworzenia wspólnoty uczelnianej.

Zadanie 3. Tworzenie warunków do ewolucyjnej zmiany struktury uczelni dostosowanej do sprawnej realizacji działalności dydaktycznej i badawczej.

Zadanie 4. Wdrażanie systemu kontroli zarządczej oraz polityki zarządzania ryzykiem.

Zadanie 5. Wprowadzenie okresowej oceny wydziałowych jednostek organizacyjnych ich Kierowników.

Zadanie 6. Zarządzanie kadrami sprzyjające rozwojowi uczelni i efektywnej pracy.

Zadanie 7. Tworzenie nowych ścieżek kariery zawodowej dla wybitnych dydaktyków oraz pracowników naukowo-dydaktycznych.

Zadanie 8. Wprowadzenie motywacyjnych zasad wynagradzania pracowników.

Zadanie 9. Dostosowanie zasad zatrudnienia pracowników dydaktycznych i badawczo-dydaktycznych do zasad Ustawy PSW 2.0.

Zadanie 10. Wprowadzenie elastycznego czasu pracy na wybranych stanowiskach administracji i obsługi w zakresie podstawowej działalności uczelni.

Zadanie 11. Podnoszenie kompetencji kadry kierowniczej w zakresie zarządzania uczelnią.

Zadanie 12. Wprowadzenie programu szkoleń dla pracowników administracyjnych.

Zadanie 13. Usprawnienie działań administracyjnych w zakresie zarządzania, dokumentacji i informacji.

Zadanie 14. Rozwój systemu obiegu dokumentów w celu poprawy obsługi pracowników poprzez zminimalizowanie ich udziału w procesie obiegu dokumentów

Zadanie 15. Doskonalenie i poszerzenie obsługi prawnej.

Zadanie 15. Dalsze usprawnienie obsługi administracyjnej studentów

Zadanie 16. Dążenie do dywersyfikacji źródeł finansowania uczelni, poprzez zwiększenie przychodów z innych obszarów niż kształcenie na studiach I stopnia.

Zadanie 17. Ciągłe dążenie do racjonalizacji wydatków Uczelni poprzez wprowadzenie do zasady budżetowania.

Zadanie 18. Usprawnienie systemu monitorowania sytuacji finansowej uczelni.

Zadanie 19. Doskonalenie systemu informacji zarządczej w zakresie podstawowych wskaźników charakteryzujących działalność uczelni.

Zadanie 20. Stała modernizacja bazy dydaktycznej i badawczej w celu stworzenia warunków do nowoczesnego studiowania i prowadzenia badań naukowych.

Zadanie 21. Rozwój zasobów Biblioteki Głównej WSHiU w Poznaniu.

Zadanie 22. Dalsza rozbudowa systemu informatycznego, aż do objęcia nim wszystkich jednostek oraz procesów realizowanych na uczelni.

Zadanie 23. Zwiększenie ilości nowoczesnych pomocy dydaktycznych.

5. Wdrażanie Strategii

Obowiązek wdrażania Strategii Rozwoju Uczelni spoczywa na całej społeczności Uczelni. Szczególna rola i zadania przypadają władzom jednoosobowym i kolegialnym. Monitoring wdrażania Strategii oraz realizacji celów i zadań na podstawie ustalonych mierników i wskaźników prowadzić będą władze uczelni w zakresie swoich kompetencji.

6. Wnioski

Osiągnięcie przez Wyższą Szkołę Handlu i Usług wszystkich wymienionych powyżej celów strategicznych, a tym samym składających się na nie szeregu celów cząstkowych, powinno zapewnić Uczelni stabilną pozycję na wielkopolskim rynku edukacyjnym

w kolejnych latach jej działalności. Ma to tym większe znaczenie, że otoczenie, w którym funkcjonuje Wyższa Szkoła Handlu i Usług można scharakteryzować jako wysokokonkurencyjne. W województwie wielkopolskim i województwach ościennych funkcjonuje kilkadziesiąt uczelni publicznych i niepublicznych. W samym Poznaniu potencjalni studenci mogą kształcić się w ponad 30 uczelniach. Kilka uczelni oferuje kształcenia na kierunkach podobnych lub tożsamyh do tych, jakie oferuje WSHiU: zarządzanie, turystyka i rekreacja czy bezpieczeństwo narodowe. Ze względu na niż demograficzny i spowolnienie gospodarcze mamy do czynienia z dużo mniejszym zapotrzebowaniem na usługi edukacyjne. Dlatego najbliższy okres kilku lat przetrwają tylko te uczelnie niepubliczne, które lepiej wykorzystają posiadane przez siebie zasoby i zaproponują studentom ciekawszą ofertę edukacyjną. Dobra, konsekwentnie realizowana strategia rozwoju na najbliższe lata może się okazać w tym procesie elementem nie do przecenienia, który pozwoli uzyskać przewagę konkurencyjną na coraz trudniejszym rynku edukacyjnym. Należy również założyć, że dynamiczny rynek szkolnictwa wyższego wymaga ciągłego monitorowania dlatego w miarę zmiany warunków zewnętrznych, przyjmując niezmiennosć misji, zakłada się cykliczne uaktualnienia strategii.