

Uchwała Senatu nr 4/12/2020
Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu
z dnia 10 grudnia 2020 r.
dotycząca Strategii Rozwoju Uczelni na lata 2021-2024



WYŻSZA SZKOŁA HANDLU I USŁUG
W POZNANIU

Strategia rozwoju Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu na lata 2021-2024

1. Informacje wprowadzające

Strategia Rozwoju Wyższej Szkoły Handlu i Usług jest narzędziem wyznaczającym główne kierunki jak i cele na lata 2021-2024. Strategia ta wpisuje się w ramy Ustawy 2.0 zwanej Konstytucją dla Nauki oraz jest rudymmentarnym dokumentem, który nakreśla politykę rozwoju Uczelni, w której zidentyfikowano działania mające zapewnić Wyższej Szkole Handlu i Usług silną pozycję zarówno w obszarze badawczym, jak i dydaktycznym w krajowej przestrzeni uczelni niepublicznych,

Ukonstytuowana strategia powstała 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 2018- 2020,
- chęć implementacji nowej jakości kształcenia opartej na modelu praktycznym,
- stworzenie warunków umożliwiających prowadzenie badań naukowych,
- poszerzanie kompetencji pracowniczych oraz szkolenia zawodowe,
- 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 20/2020 z dnia 10 listopada 2020 r. Zespołu ds. Aktualizacji Strategii Rozwoju Uczelni, prowadzonych ściśle we współpracy z Władzami Rektorskimi.

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 (lifelong & lifewide learning) 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:

prowadzenie 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 strategii 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,
- troska o podwyższanie jakości życia społeczeństwa poprzez tworzenie, poszerzanie i upowszechnianie wiedzy adekwatnej do prowadzonych kierunków kształcenia,
- kreowanie umiejętności wykorzystywania zdobytej wiedzy w praktyce oraz kształtowanie postaw nacechowanych kreatywnością i wizjonerstwem oraz chęcią bycia ambitnym w obszarze społeczno-zawodowym.
- idea uczenia się przez całe życie (lifelong & lifewide learning).

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 strategii rozwoju w najbliższych latach. Do podstawowych elementów wizji Uczelnia zalicza:

- poszerzanie infrastruktury poprzez zakup budynku, w którym mieści się obecnie siedziba Uczelni;

- rozwój powstałego liceum ogólnokształcącego przy Uczelni,
- powołanie dwujęzycznego liceum ogólnokształcącego przy Uczelni,
- powołanie liceum ogólnokształcącego dla pracujących przy Uczelni,
- powołanie szkoły policealnej w celu kształcenia w nowych zawodach,
- stworzenie warunków umożliwiających prowadzenie badań naukowych,
- umiędzynaradawianie studiów i badań naukowych,
- ciągłe doskonalenie programów i planów studiów,
- chęć implementacji nowej jakości kształcenia opartej na modelu praktycznym,
- rozszerzanie współpracy z otoczeniem gospodarczym,
- rozwijanie warunków umożliwiających kształcenie na odległość,
- zintensyfikowanie prac w zakresie aplikowania o granty i fundusze strukturalne,
- poszerzanie kompetencji pracowniczych oraz szkolenia zawodowe.

Do szczegółowych elementów wizji zaliczyć należy:

- wyposażenie absolwentów Uczelni w umiejętności niezbędne do samodzielnego prowadzenia działalności gospodarczej,
- kształtowanie postaw nacechowanych ambicjami, kreatywnością i wizjonerstwem,
- 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 konwersji odnoszącej się do sfery ekonomicznej, gospodarczej, społeczno-kulturowej, samodzielność, kreatywność i wizjonerstwo.

- upowszechnianie postępu organizacyjnego i technologicznego oraz promowanie wiedzy o regionie, w którym działa Uczelnia,
- implementacja nowej jakości kształcenia oparta na modelu praktycznym,
- dbanie o wszechstronny rozwój studenta,
- stworzenie warunków umożliwiających prowadzenie badań naukowych,
- poszerzanie kompetencji pracowniczych oraz szkolenia zawodowe,
- 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 mikro, mezo i makro 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. Działania te sprawiają, że dorobek WSHiU stanowi znaczący wkład w rozwój akademicki, społeczno-kulturowy kraju i jest istotnym elementem wychowania młodego pokolenia.

Proponowana 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 (lifelong & lifewide learning).

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

- prowadzenie kształcenia na studiach, w tym rozszerzanie oferty edukacyjnej,
- prowadzenie kształcenia na studiach podyplomowych oraz innych formach kształcenia np. kursach i szkoleniach,
- implementacja uprządkowania koncepcji uczenia się,
- stworzenie warunków umożliwiających prowadzenie badań naukowych oraz transfer wiedzy do gospodarki,
- kształcenie i promowanie kadr uczelni,

- wychowywania studentów w poczuciu odpowiedzialności za Rzeczpospolitą Polską, tradycję narodową, umacnianie zasad demokracji i poszanowania człowieka,
- stwarzanie warunków do dbania o kulturę fizyczną studentów,
- działanie na rzecz społeczności lokalnych i regionalnych,
- rozszerzanie współpracy z otoczeniem gospodarczym,
- zintensyfikowanie prac w zakresie aplikowania o granty i fundusze strukturalne,
- upowszechnianie i pomnażanie osiągnięć nauki i kultury poprzez gromadzenie i udostępnianie zbiorów bibliotecznych informacyjnych i archiwalnych.

2. Kształcenie własnych kadr dydaktycznych i badawczo-dydaktycznych, podejmujących działania badawczo - rozwojowe kluczowe dla otoczenia społeczno - gospodarczego, a także administracyjnych, wykorzystujących nowoczesne metody zarządzania, w celu dynamicznego rozwoju Uczelni.

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 konwersji i innowacji rynku. Uczelnia dąży również kształtować w studentach postawę człowieka kreatywnego, wizjonerskiego, ambitnego, przedsiębiorczego oraz otwartego na świat.

Ponadto misja, wizja Uczelni ukierunkowana jest na poszerzenie kompetencji pracowniczych, szkolenia zawodowe, które umożliwiają wykorzystywanie nowoczesnych metod zarządzania oraz promowanie kadr uczelni, jak również podejmowanie działań badawczo - rozwojowych kluczowych dla otoczenia społeczno – gospodarczego.

2. Analiza SWOT

Stworzenie założeń Strategii Rozwoju Wyższej Szkoły Handlu i Usług zostało poprzedzone analizą czynników zewnętrznych (egzogenicznych), 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
<ol style="list-style-type: none">1. Usytuowanie Uczelni w dużej aglomeracji miejskiej.2. Ponad 20-letnia tradycja funkcjonowania na rynku usług edukacyjnych i rozpoznawalna marka WSHiU.3. Uczelnia założona przez organizację kupiecką, co pozytywnie wpływa na wizerunek Uczelni.4. Opracowanie interesujących i atrakcyjnych programów nowych kierunków i specjalności zgodnych z oczekiwaniami interesariuszy zewnętrznych jak i wewnętrznych.5. Sfinalizowanie zakupu budynku, w którym mieści się uczelnia6. Powiększająca się oferta studiów podyplomowych; studiów MBA, poszukiwanie nowych kierunków,7. Powiększająca się oferta edukacyjna dla młodzieży przy Uczelni (w planach powołanie dwujęzycznego liceum ogólnokształcącego, liceum ogólnokształcącego dla pracujących, szkoły policealnej,8. Aktywność naukowo-badawcza części pracowników Uczelni9. Cyklicznie organizowane przez Uczelnię i spotkania z praktykami ze świata biznesu i polityki10. Łączenie wiedzy teoretycznej z praktyką	<ol style="list-style-type: none">1. Status uczelni niepublicznej co wiąże się z postrzeganiem marki uczelni niepublicznej jako słabszej i mającej niższy prestiż od uczelni publicznych2. Brak własnej bazy lokalowej3. Trudności z zatrudnieniem wykwalifikowanej kadry w prywatnej uczelni jako podstawowym miejscu pracy4. Malejąca liczba studentów Uczelni (w tym zanikanie kształcenia na studiach stacjonarnych)5. Posiadanie stosunkowo niewielkich rezerw finansowych6. Brak bogatej oferty dotyczącej kształcenia na studiach II stopnia (magisterskich)7. Zbyt mały udział kadry naukowo-dydaktycznej w badaniach międzynarodowych8. Ograniczone wyposażenie biblioteki9. Niezadawalające uczestnictwo studentów i pracowników w programie Erasmus plus.10. Niewielka aktywność kadry i studentów w działalności naukowo-badawczej11. Niewielka aktywność studentów w studenckich kołach praktycznego przygotowania do zawodu12. Niskie środki własne na rozwój zawodowy pracowników13. Ograniczone środki na rozwój bazy socjalnej i dydaktycznej

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">11. Dostosowanie praktyk studenckich do oczekiwań otoczenia społeczno – gospodarczego12. Dostosowywanie programu kształcenia do potrzeb rynku pracy13. Rosnąca rola kształcenia zawodowego w kraju14. Konwersja programów studiów zmierzająca do ich upraktycznienia15. Możliwość partycypacji studentów w kołach praktycznego przygotowania do zawodu16. Sprawnie funkcjonujący, nowoczesny dziekanat17. Aktywny Samorząd Studencki18. Współpraca ze Stowarzyszeniem Absolwentów | |
|--|--|

CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

SZANSE	ZAGROŻENIA
<ol style="list-style-type: none"> 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. studiami w Polsce przez studentów z Afryki i Azji 6. 7. Opracowywanie programów kształcenia będących odpowiedzią na potrzeby potencjalnych studentów 8. Współpraca ze środowiskami biznesowymi i finansowymi (Wielkopolskim Klubem Kapitału, Związkiem Banków Polskich) 9. Współpraca z organizacjami branżowymi (np. Wielkopolską Organizacją Turystyczną) 10. Realizacja bezpośrednich kontaktów ze szkołami średnimi, konkursy, targi, współpraca z firmami – oferty nowe (staże, praktyki) 11. Unowocześnienie narzędzi pracy 12. Starania o uruchomienie nowych kierunków studiów 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spadek zainteresowania ofertą kształcenia proponowaną przez Uczelnię, 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 itp.) 6. Trudności w pozyskiwaniu funduszy zewnętrznych na badania 7. Ograniczony rynek potencjalnych pracowników naukowo – dydaktycznych.

3. 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:

<p style="text-align: center;">1. NAUKA</p> <p>1.1. Cel strategiczny: wzrost aktywności naukowej w obszarze krajowym i międzynarodowym.</p>	<p style="text-align: center;">2.PROCES KSZTAŁCENIA</p> <p>2.1. Cel strategiczny: rozszerzanie i uatrakcyjnianie oferty kształcenia oraz ciągłe doskonalenie procesu kształcenia pod względem jakości i użyteczności na rynku pracy z uwzględnieniem wymiany międzynarodowej.</p>
<p style="text-align: center;">3.RELACJE Z OTOCZENIEM</p> <p>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</p>	<p style="text-align: center;">4.FUNKCJONOWANIE UCZELNI</p> <p>4.1. Cel strategiczny: ciągłe podnoszenie sprawności organizacyjnej, zarządzania i efektywności działania Uczelni</p>

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 zintensyfikowanie prac w zakresie pozyskiwania środków finansowych dla badań interdyscyplinarnych – granty i fundusze strukturalne.

Zadanie 2. Tworzenie i wspomaganie zespołów badawczych o charakterze interdyscyplinarnym, 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 nastawia 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 ciągłe doskonalenie procesu kształcenia pod względem jakości i użyteczności na rynku pracy z uwzględnieniem wymiany międzynarodowej.

Zadanie 1. Dostosowanie procesu kształcenia do zmieniających się przepisów prawnych.

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. Tworzenie nowych kierunków studiów.

Zadanie 5. Wzbogacanie oferty o studia w języku angielskim oraz o przedmioty do wyboru w języku angielskim.

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

Zadanie 7. Zachęcanie studentów do uczestnictwa w programie Erasmus Plus oraz pozyskiwanie większej ilości studentów z zagranicy w ramach w/w programu.

Zadanie 8. Pozyskiwanie środków zewnętrznych 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. Implementacja nowej jakości kształcenia opartej na modelu praktycznym. 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. 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 15. 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 16. Rozwój kierunków studiów podyplomowych, studiów Executive Master of Business Administration, kursów (w tym certyfikowanych), szkoleń i innych form kształcenia ustawicznego.

Zadanie 17. Wspieranie współpracy z organizacjami społecznymi i stowarzyszeniami w zakresie kształcenia ustawicznego.

Zadanie 18. Aktywizacja udziału studentów w życiu uczelni oraz przygotowaniu zawodowym poprzez wspieranie działalności studenckich kolach praktycznej nauki zawodu, działalności samorządu studentów i innych organizacji studenckich.

Zadanie 19. Podtrzymywanie stabilnego systemu stypendialnego dla studentów.

Zadanie 20. 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 różnorodnych form kontaktu z młodzieżą szkół podstawowych i ponadpodstawowych w celu zainteresowania ofertą edukacyjną.

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

Zadanie 8. Zintensyfikowanie działań marketingowych wspierających uczelnię na rynku krajowym i zagranicznym.

Zadanie 9. Nawiązanie regularnej współpracy z mediami – radio, TV, internet, prasa.

Zadanie 10. Czynne uczestnictwo w targach edukacyjnych oraz branżowych.

Zadanie 11. Uczestnictwo w ważnych wydarzeniach lokalnych, organizowanie i uczestnictwo w konkursach w szkołach, sponsorowanie wybranych działań na rynku edukacyjnym i inne.

Zadanie 12. Organizowanie interesujących prelekcji osób ze świata gospodarki, polityki, kultury i sportu.

Zadanie 13. Doskonalenie przejrzystości i funkcjonalności uczelnianej strony www. Wzmacnianie komunikacji z otoczeniem przez działalność w socialmediach, portalach społecznościowych, itd.

Zadanie 14. Wzmacnianie współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym.

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

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

- Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji, Dz. U. z 2020 r. poz. 226
- 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;
- Ustawa z dnia 22 listopada 2018 r. o dokumentach publicznych, Dz.U. 2019 poz. 53

- 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.
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 6 marca 2019 r. w sprawie danych przetwarzanych w Zintegrowanym Systemie Informacji o Szkolnictwie Wyższym i Nauce POL-on, Dz.U. 2019 poz. 496
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 31 lipca 2019 r. w sprawie wzorów znaków graficznych informujących o poziomach Polskiej Ramy Kwalifikacji przypisanych do kwalifikacji pełnych i częściowych włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji i odpowiadających im poziomach europejskich ram kwalifikacji, Dz.U. 2019 poz. 1574
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji, Dz.U. 2018 poz. 2218
- Rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 2 lipca 2019 r. w sprawie wykazu minimalnych zabezpieczeń dokumentów publicznych przed fałszerstwem, Dz.U. 2019 poz. 1281

Zadanie 2. Dążenie do tworzenia wspólnoty uczelnianej.

Zadanie 3. Tworzenie warunków do ewolucyjnej zmiany struktury uczelni dostosowanej do profilu praktycznego oraz do sprawnej realizacji działalności dydaktyczno-badawczej.

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

Zadanie 5. Zarządzanie kadrami sprzyjające rozwojowi uczelni i efektywnej pracy.

Zadanie 6. Tworzenie nowych ścieżek kariery zawodowej dla wyróżniających 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. Dalsze usprawnienie obsługi administracyjnej studentów.

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

Zadanie 17. 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. 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. Rozbudowa systemu informatycznego, aż do objęcia nim wszystkich jednostek oraz procesów realizowanych na uczelni.

Zadanie 23. Zwiększenie zasobów nowoczesnych pomocy dydaktycznych.

Zadanie 24. Implementacja nowoczesnych metod zarządzania, w celu dynamicznego rozwoju Uczelni.

4. Wdrażanie Strategii

Strategia Rozwoju Wyższej Szkoły Handlu i Usług to dokument, którego celem jest wytyczenie kierunków rozwoju uczelni, w tym wszystkich realizowanych kierunków studiów na najbliższe cztery lata (2021 – 2024).

Obowiązek wdrażania Strategii Rozwoju Uczelni spoczywa na całej społeczności Uczelni. Szczególna rola i zadania przypadają władzom jednoosobowym i kolegialnym.

5. Ewaluacja i monitoring realizacji strategii

Ewaluacja i monitoring realizacji strategii prowadzony będzie w podstawowym zakresie w oparciu o cele i zadania przez Zespół powołany przez Rektora. Ewaluacja i monitoring wymagają ustalenia mierników osiągnięcia celów i zadań zapisanych w poszczególnych działaniach strategicznych. Realizacja strategii Uczelni będzie także monitorowana przez Senat WSHiU.

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 latach 2021-2024. 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, administracja, pedagogika wczesnoszkolna i przedszkolna czy bezpieczeństwo narodowe. Ze względu na niż demograficzny i spowolnienie gospodarcze wynikające z pandemii mamy do czynienia z dużo mniejszym zapotrzebowaniem na usługi edukacyjne. Dlatego najbliższy okres kilku lat przetrwają tylko te uczelnie niepubliczne, które efektywnie wykorzystają posiadane przez siebie zasoby i zaproponują studentom atrakcyjniejszą ofertę edukacyjną, odpowiadającą potrzebą rynku pracy. 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 niezmienność misji, zakłada się cykliczne uaktualnienia strategii.