



WSH

**Wyższa Szkoła
Handlowa
we Wrocławiu**

**STRATEGIA
WYŻSZEJ SZKOŁY HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU
NA LATA 2021-2025**

SPIS TREŚCI

1. WSTĘP.....	4
2. MISJA WYŻSZEJ SZKOŁY HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU.....	5
3. WIZJA WYŻSZEJ SZKOŁY HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU.....	6
4. NASZE WARTOŚCI.....	8
5. KONCEPCJA STRATEGII.....	9
6. ANALIZA SWOT.....	10
7. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ.....	11
8. WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH WŚRÓD SPOŁECZNOŚCI AKADEMICKIEJ.....	12
9. FILARY SUKCESU WYŻSZEJ SZKOŁY HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU.....	13
10. DŁUGOTERMINOWE CELE STRATEGICZNE.....	14
11. PROGRAMY ROZWOJU W OPARCIU O CELE SZCZEGÓŁOWE I ZADANIA KRÓTKOTERMINOWE.....	15
12. KONCEPCJA ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO.....	27
13. STRUKTURA ORGANIZACYJNA WYŻSZEJ SZKOŁY HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU.....	28

1. WSTĘP

Strategia Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu na lata 2021 –25 została opracowana zgodnie z obowiązującą misją Uczelni, w oparciu o poszanowanie tradycji Uczelni i dostosowania do zmieniającego się otoczenia. Dokument zawiera długoterminowe (10 lat) cele strategiczne, określające wiodące kierunki rozwoju Uczelni oraz programy rozwoju WSH na okresy od 1 do 3 lat, w których zostały określone cele szczegółowe i zadania krótkoterminowe, pozwalające na realizację ustalonych celów strategicznych.

Strategia powstała przy udziale szeroko rozumianej społeczności WSH, w skład której weszli interesariusze wewnętrzni, tj. pracownicy WSH i Samorząd Studencki, oraz interesariusze zewnętrzni, czyli Rada Biznesu, współpracujące z Uczelnią firmy i przedstawiciele szkół średnich.

Do opracowania strategii Rektor WSH dr Roman Fulneczek powołał zespół:

- **dr Marta Drozdowska, Prorektor – przewodnicząca zespołu ds. prac nad strategią**
- **Dorota Gębaczyk – koordynator i moderator grupy roboczej, członek zespołu**
- **Katarzyna Gryboś- Noga, Dyrektor ds. Organizacji i Rozwoju Uczelni – weryfikacja poprawności strategii, członek zespołu**
- **dr Aneta Szymańska, Dyrektor Programu MBA – weryfikacja poprawności strategii , członek zespołu**
- dr Jakub Długosz, Kierownik Katedry Informatyki, członek zespołu
- dr Agnieszka Faron, Prodzikan, członek zespołu
- Paulina Hejdukowska – Koordynator programu Erasmus+, członek zespołu
- Urszula Jagielnicka – Kierownik Marketingu, członek zespołu
- Krzysztof Piłat – Doradca ds. przedsiębiorczości, członek zespołu
- dr Józef Puchalski, Pełnomocnik Rektora ds. Jakości Kształcenia, członek zespołu
- dr Dariusz Socha, Pełnomocnik Rektora ds. Interesariuszy Zewnętrznych, członek zespołu
- dr inż. Halina Węgrzyn, Dziekan, członek zespołu
- Anna Winiarska, Dyrektor Biura Dydaktyki, członek zespołu

Dodatkowo w pracach nad strategią brały udział następujące osoby: dr Izabela Gruszka – Kierownik Katedry Turystyki, Kamila Pihur – Kierownik Biura Karier, Piotr Wolniak – Pełnomocnik Rektora ds. osób z niepełnosprawnościami, dr Małgorzata Leśniak-Johann – adiunkt w Katedrze Turystyki i Rekreacji. Strategia została pozytywnie zaopiniowana przez przedstawicieli Rady Biznesu: Marka Kobiec - Wiceprezesa Regionalnej Izby Gospodarczej w Katowicach oraz Tomasza Kosonia - Konsula Honorowego Republiki Litewskiej.

Najbliższe lata w edukacji będą czasem wielkich możliwości i wyzwań. Uczelnie muszą cały czas dostosowywać się do dynamicznie zmieniającego się świata, znajdować w nim swoje miejsce, pełnić określoną rolę i zmieniać rzeczywistość na lepsze.

2. MISJA WYŻSZEJ SZKOŁY HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU

MISJA



WSH

Wartość misji do komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.

Misją Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu jest kształcenie dla biznesu, blisko praktyki, w wymiarze międzynarodowym, na wysokim poziomie.

STATUT WSH

[zgodnie ze strategią WSH
2015-2020]

„Świadczenie wysokiej jakości usług edukacyjnych z dziedziny biznesu dla międzynarodowej społeczności studentów.

Dokładamy starań, aby stworzyć opartą na wiedzy i badaniach naukowych sieć podmiotów zorientowanych na wprowadzanie zmian: studentów, absolwentów uczelni, firm partnerskich i instytucji sektora publicznego, w której wiedza i kapitał relacji stanowi podstawę przyszłego sukcesu.”

WIZJA

- 1. Uczelnia biznesowa o międzynarodowej renomie** - prowadząca studia dla przyszłych liderów w różnych dyscyplinach, w tym studia MBA, kształcąca według najwyższych standardów.
- 2. Uczelnia praktyczna** - współpracująca z partnerami środowiska biznesowego w zakresie dydaktyki, a także w sferze naukowej, silnie związana z dolnośląskim środowiskiem biznesowym i samorządowym.
- 3. Uczelnia dynamicznego rozwoju** - działająca innowacyjnie i kreatywnie, otwarta na zmiany, nastawiona na stały postęp i inspirowana najlepszymi praktykami.
- 4. Uczelnia kampus** - realizująca we własnym kompleksie obiektów funkcje dydaktyczno-naukowe, sportowe, kulturalne i życia codziennego dla studentów i interesariuszy zewnętrznych.

5. **E-uczelnia** - posiadająca nowoczesny i kompleksowy system komunikacji z całym światem, w dużej mierze kształcąca i obsługująca studentów online.
6. **Uczelnia otoczona przyjaznymi społecznościami** - posiadająca rozwiniętą sieć kontaktów z różnymi partnerami - innymi uczelniami, przedsiębiorstwami, instytucjami życia publicznego, władzami, podmiotami zagranicznymi, absolwentami - którzy ją wspierają i wzmacniają.
7. **Uczelnia otwarta** - uczelnia bez barier i uprzedzeń, która sprzyja różnorodności, wzajemnemu zrozumieniu, tolerancji i szacunkowi.
8. **Uczelnia zrównoważonego rozwoju** - kształcąca obywateli świata na rzecz zrównoważonego rozwoju, oferująca nowe spojrzenie na pilne wyzwania społeczne, kulturowe, gospodarcze i środowiskowe oraz redukująca negatywny wpływ swojej działalności na środowisko.

4. NASZE WARTOŚCI

NASZE WARTOŚCI

W zgodzie z naszą misją i wizją, zdefiniowaliśmy kluczowe wartości, które są fundamentalnymi elementami naszej silnej kultury organizacyjnej:

NIEUSTAJĄCY
ROZWÓJ



UCZCIWOŚĆ
I ODPOWIEDZIALNOŚĆ



KREATYWNOŚĆ
I INNOWACYJNOŚĆ



INTEGRALNOŚĆ
W KOMUNIKACJI



POSZUKIWANIE
DOSKONAŁOŚCI



ROZWAŻNE
PRZYWÓDZTWO



TOLERANCJA
I INTEGRACJA



ZRÓWNOWAŻONY
ROZWÓJ

KONCEPCJA

- Długoterminowe cele strategiczne, określające wiodące kierunki rozwoju Uczelni

5 lat

- Wprowadzanie programów rozwoju WSH na okresy od 1 do 3 lat, w których zostaną określone cele szczegółowe i zadania krótkoterminowe, pozwalające na realizację ustalonych celów strategicznych.
- Wskazanie kluczowych obszarów działalności dla WSH.

Na czym nam zależy:

**ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY
jako jeden z filarów sukcesu**

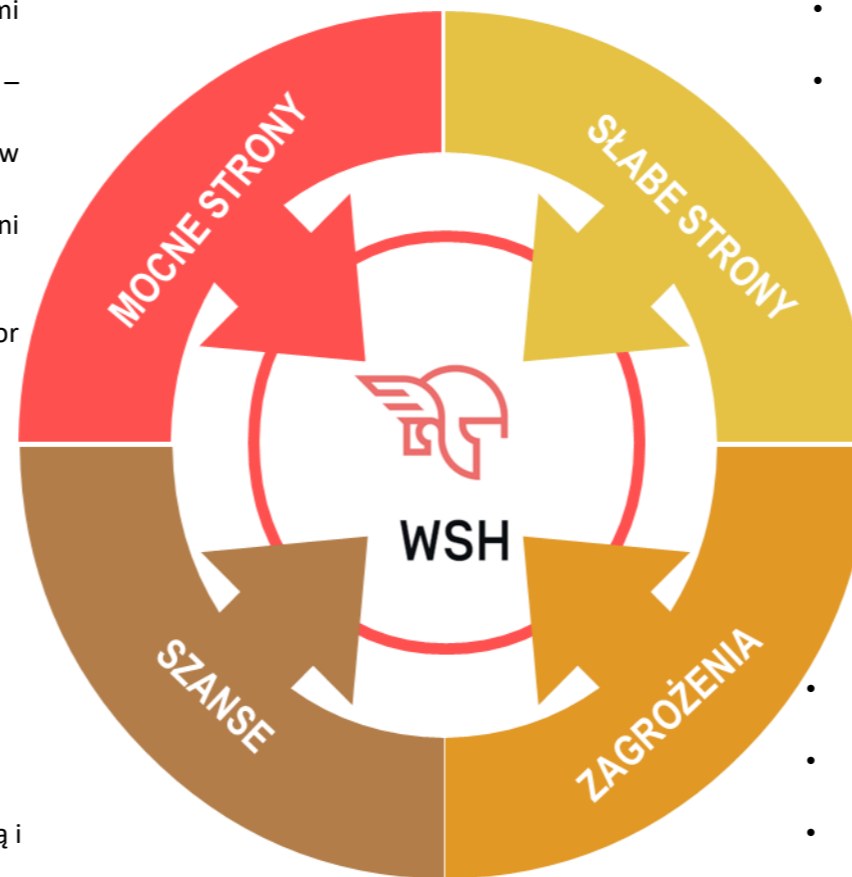
Określenie propozycji zmian w oparciu o tradycję Uczelni i dostosowanie do zmieniającego się otoczenia.

**KONIECZNOŚĆ WŁĄCZENIA
NAUCZANIA ZDALNEGO
W NOWĄ
STRATEGIĘ ROZWOJU UCZELNI**

6. ANALIZA SWOT

SWOT

- Współpraca w Grupie Uczelni Vistula i korzystanie z jej potencjału
- Wysokie miejsca w rankingach w kategorii umiędzynarodowienie
- Duże doświadczenie w pozyskiwaniu studenta międzynarodowego
- Własna infrastruktura i baza dydaktyczna z możliwością jej dalszej rozbudowy
- Atrakcyjne programy studiów dopasowane do potrzeb rynku
- Wysoka jakość praktycznego kształcenia i bliska współpraca z biznesem
- Wysokie kwalifikacje nauczycieli akademickich i ich zaangażowanie w realizację procesu dydaktycznego
- Indywidualne podejście do studenta
- Szybkość działania i procesu decyzyjnego dotyczącego działalności Uczelni
- Atrakcyjna lokalizacja w mieście (przy kolei, blisko centrum)
- Wrocław jako magnes przyciągający studentów i biznes
- Ugruntowana współpraca z interesariuszami zewnętrznymi (Rada Biznesu, nawiązane umowy o współpracy z partnerami biznesowymi, współpraca ze szkołami średnimi – Światowy Tydzień Przedsiębiorczości)
- Rosnąca rozpoznawalność WSH na Dolnym Śląsku jako Uczelni biznesowo – menedżerskiej
- Wysoka jakość kształcenia kadry menedżerskiej w ramach szerokiej oferty studiów MBA
- Wykorzystywanie nowoczesnych technologii w codziennym funkcjonowaniu Uczelni
- Elastyczność w reagowaniu na zmiany otoczenia
- Oferta podwójnych dyplomów na wybranych kierunkach kształcenia
- Szerokie wsparcie studentów – aktywne koła naukowe, Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości, Stowarzyszenie Absolwentów



- Wzrost znaczenia kształcenia praktycznego i nacisk na powiązanie edukacji z pracą i karierami absolwentów
- Wzrost zainteresowania ofertą dydaktyczną wśród studentów zagranicznych ze względu na ich rosnącą mobilność, niskie koszty kształcenia i utrzymania we Wrocławiu, w porównaniu z krajami Europy Zachodniej
- Ewolucja poglądów kandydatów z Polski w kierunku wzrostu znaczenia wykształcenia praktycznego
- Zapotrzebowanie otoczenia biznesowego na doksztalcenie specjalistyczne (studia podyplomowe, kursy certyfikowane, szkolenia)
- Rosnące zapotrzebowanie na aplikacyjny charakter badań
- Rosnące zapotrzebowanie w otoczeniu do uczenia się przez całe życie (LLL)
- Zapotrzebowanie biznesu na usługi konsultingowe
- Możliwość korzystania ze środków i programów Unijnych (np. Erasmus+)
- Zgodność systemu kształcenia WSH ze „standardami” europejskimi i krajowymi, potwierdzona pozytywnymi ocenami instytucji certyfikujących

- Niewystarczające zaangażowanie studentów w bieżącą działalność uczelni i aktywne kształtowanie swoich karier zawodowych
- Brak własnego akademika i sali sportowej
- Ograniczony zakres i brak spójności systemów informatycznych w zakresie procesu dydaktycznego, komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej
- Ograniczona liczba kierunków studiów
- Mała liczba pracowników zagranicznych zaangażowanych w proces dydaktycznych
- Brak wpływu na regulacje zewnętrzne, w szczególności na ministerialne
- Samofinansowanie się Uczelni – bez możliwości wsparcia środkami publicznymi
- Ograniczenie działalności badawczo-naukowej Uczelni z uwagi na przejście na profil praktyczny
- Brak pozauczelnianego finansowania badań naukowych
- Zbyt małe zainteresowanie ofertą studiów podyplomowych
- Mały zakres kursów e-learningowych i kursów umożliwiających zdobycie certyfikatów branżowych
- Ograniczony portfel inwestycyjny uczelni

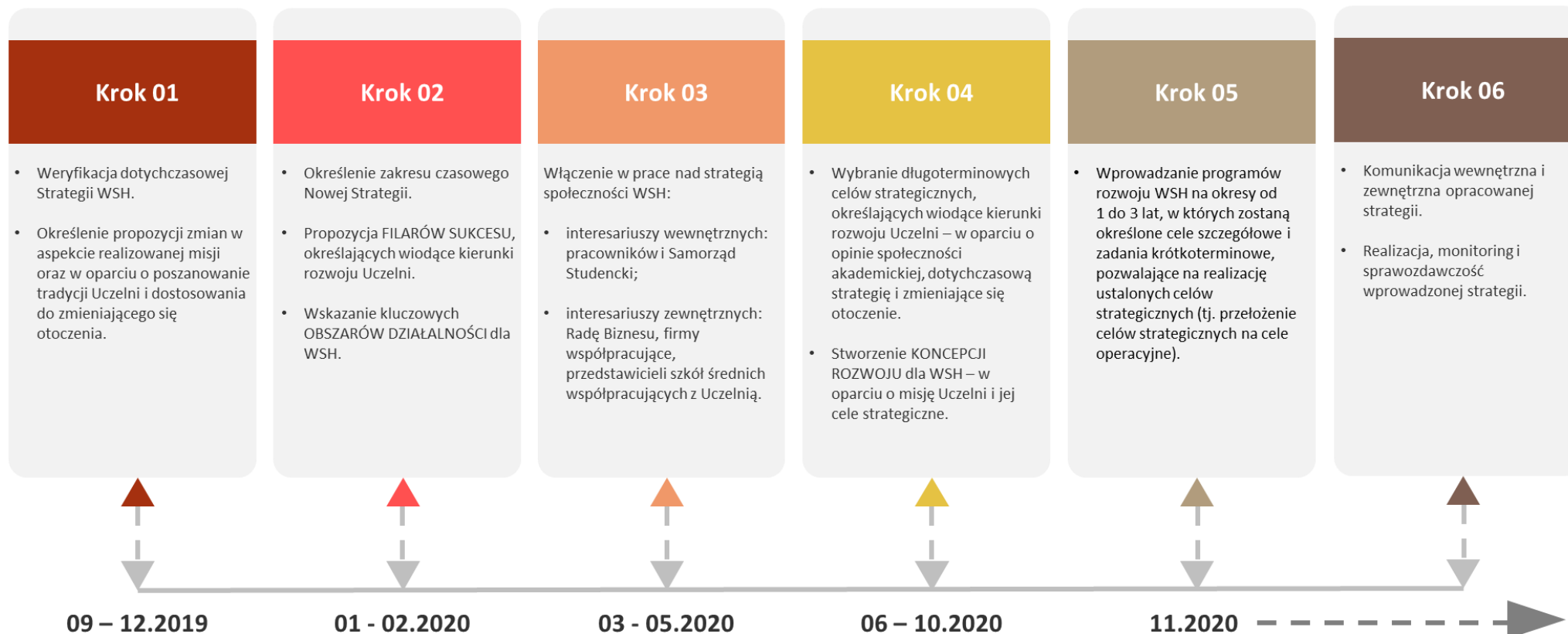
- Niż demograficzny zmniejszający liczbę potencjalnych studentów na Dolnym Śląsku oraz we Wrocławiu
- Bezpłatna oferta uczelni publicznych, która będzie w stanie zaspokoić potrzeby edukacyjne regionu
- Wyrażna tendencja spadku zainteresowania osób pracujących ofertą studiów drugiego stopnia
- Konkurencja uczelni prywatnych i publicznych
- Zmiany prawa o szkolnictwie wyższym, w tym system finansowania kształcenia preferujący uczelnie publiczne
- Duża oferta kursów e-learningowych na rynku
- Duże zróżnicowanie przygotowania do kształcenia kandydatów na studia
- System wynagrodzeń i motywacji utrudniający pozyskanie wartościowej kadry posiadającej kwalifikacje formalne i doświadczenie praktyczne
- Polityka zagraniczna Państwa utrudniająca dostęp do kształcenia studentów zagranicznych
- Deprecjacja wartości dyplomu uczelni w kontekście alternatywnych form zdobywania wiedzy
- Rosnące koszty kształcenia na kierunkach technicznych i przy kształceniu specjalnościowym

7. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ

OPRACOWANIE STRATEGII



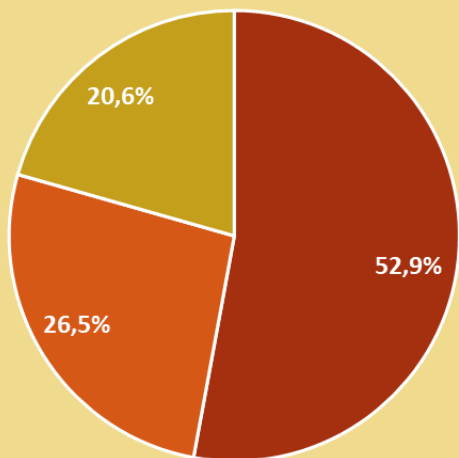
WSH



8. WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH WŚRÓD SPOŁECZNOŚCI AKADEMICKIEJ

Włączenie w prace nad strategią społeczności WSH

Struktura ankietowanych osób

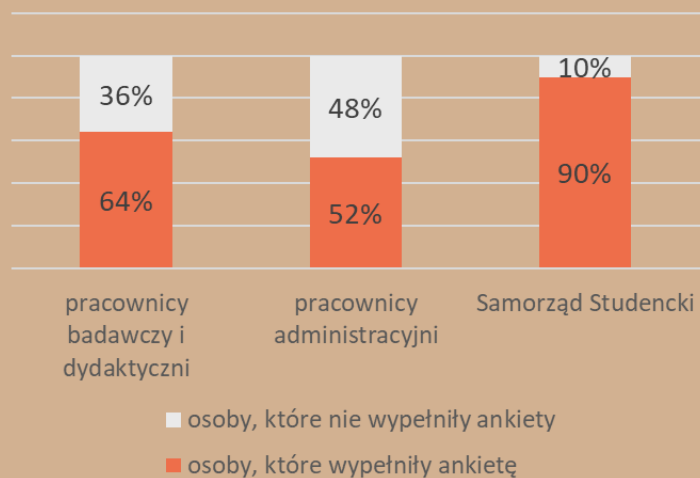


■ pracownik administracyjny

■ pracownik dydaktyczny / badawczo-dydaktyczny

■ członek Samorządu Studenckiego

Udział w badaniach poszczególnych grup społeczności akademickiej



ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY W NOWEJ STRATEGII

41% ZDECYDOWANIE TAK

44% TAK

WYSOKA JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA

75% BARDZO ISTOTNE

20% ISTOTNE

UMIĘDZYNARODOWIENIE

41% BARDZO ISTOTNE

41% ISTOTNE

KSZTAŁCENIE PRAKTYCZNE

82% BARDZO ISTOTNE

15% ISTOTNE

9. FILARY SUKCESU WYŻSZEJ SZKOŁY HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU

FILARY SUKCESU



WSH

określające wiodące kierunki rozwoju Uczelni

MISJA

*„Kształcenie dla biznesu, blisko praktyki, w wymiarze międzynarodowym,
na wysokim poziomie.”*



KREOWANIE MARKI



WYSOKA JAKOŚĆ
KSZTAŁCENIA
PRAKTYCZNEGO



UMIĘDZYNARODOWIENIE



ROZWÓJ
ZRÓWNOWAŻONY

FUNDAMENTY:

- ponad 20 lat tradycji akademickiej
- kształcenie kreatywnych, zmotywowanych i odpowiedzialnych ludzi o nastawieniu biznesowym
 - praktyczne i angażujące programy studiów
 - szeroka współpraca z partnerami biznesowymi
- poszanowanie tradycji, wartości, tolerancji i wzajemnego szacunku
- wiarygodność i rzetelność działania

10. DŁUGOTERMINOWE CELE STRATEGICZNE

FILARY SUKCESU

		KREOWANIE MARKI	WYSOKA JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA PRAKTYCZNEGO	UMIĘDZYNARODOWIENIE	ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY
		OBSZARY DZIAŁALNOŚCI	STUDENCI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Student jest ambasadorem marki WSH. 2. Pobudzanie aktywności studenckiej i angażowanie studentów w kształtowanie kultury organizacyjnej Uczelni. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Absolwent jest cenionym pracownikiem na rynku pracy i aspirującym przedsiębiorcą. 2. Zapewnienie atrakcyjnej oferty studiów. 3. Transfer wiedzy Uczelnia - student. 4. Realizacja nowych inwestycji infrastrukturalnych z uwzględnieniem satysfakcji interesariuszy. 5. Rozwijanie innowacyjności w procesie kształcenia.
PRACOWNICY	<ol style="list-style-type: none"> 3. Pracownik jest ambasadorem marki WSH. 4. Pracownik jest ekspertem w swojej dziedzinie. 		<ol style="list-style-type: none"> 6. Stały rozwój kwalifikacji pracowników Uczelni. 7. Doskonalenie jakości zarządzania Uczelnią. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Umiędzynarodowienie kadry dydaktycznej. 4. Rozszerzenie projektów opartych na funduszach zagranicznych na rzecz pracowników uczelni. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Funkcjonowanie Uczelni zgodnie ze standardami rozwoju zrównoważonego. 4. Budowanie świadomości rozwoju zrównoważonego wśród pracowników. 5. Działalność naukowa na rzecz rozwoju zrównoważonego.
OTOCZENIE	<ol style="list-style-type: none"> 5. Ugruntowanie pozycji WSH na rynku regionalnym. 6. Wzmocnienie rozpoznawalności WSH jako części GUV na rynku krajowym. 7. Zwiększenie świadomości marki WSH za granicą. 8. Budowanie wizerunku uczelni zaangażowanej w relacje z otoczeniem zewnętrznym. 		<ol style="list-style-type: none"> 8. Transfer wiedzy z Uczelni do gospodarki. 9. Budowanie i rozwijanie relacji z interesariuszami zewnętrznymi. 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Współpraca z międzynarodowym biznesem i uczelniami zagranicznymi 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Postępowanie według standardów zrównoważonego rozwoju.

11.PROGRAMY ROZWOJU W OPARCIU O CELE SZCZEGÓŁOWE I ZADANIA KRÓTKOTERMINOWE

STUDENCI

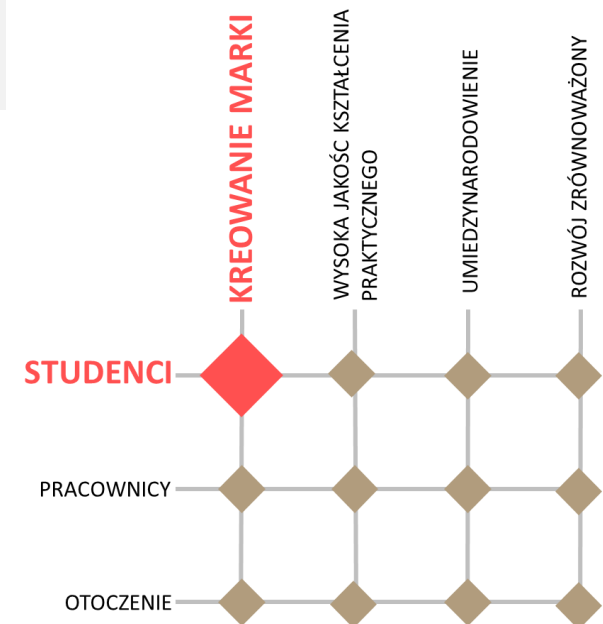
KREOWANIE MARKI

1. Student jest ambasadorem marki WSH.

- 1.1. Komunikowanie i wdrażanie misji, wizji oraz wartości organizacji.
- 1.2. Informowanie nt. bieżącej działalności Uczelni.
- 1.3. Kreowanie wizerunku studenta WSH jako aktywnego i zaangażowanego społecznie/gospodarczo/sportowo.

2. Pobudzanie aktywności studenckiej i angażowanie studentów w kształtowanie kultury organizacyjnej Uczelni.

- 2.1. Wspieranie indywidualnych zainteresowań studentów.
- 2.2. Aktywizowanie działalności studentów w ramach kół naukowych.
- 2.3. Kształtowanie postaw sprzyjających powstawaniu wspólnoty akademickiej
- 2.4. Uwzględnianie opinii studentów w decyzjach dotyczących działalności i rozwoju Uczelni.



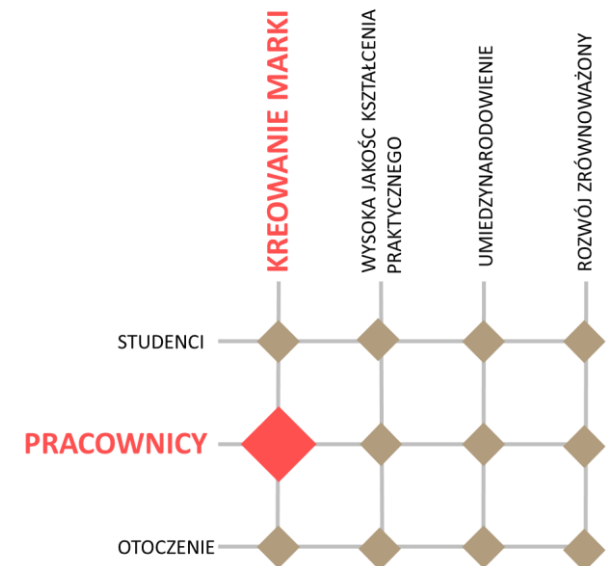
KREOWANIE MARKI

3. Pracownik jest ambasadorem marki WSH.

- 3.1. Komunikowanie i wdrażanie misji, wizji oraz wartości organizacji.
- 3.2. Kreowanie marki Uczelni jako dobrego pracodawcy.
- 3.3. Identyfikowanie się pracowników z Uczelnią

4. Pracownik jest ekspertem w swojej dziedzinie.

- 4.1. Podkreślanie roli pracowników jako głównego czynnika sukcesu uczelni.



KREOWANIE MARKI

5. Ugruntowanie pozycji WSH na rynku regionalnym.

- 5.1. WSH jest uczelnią rozpoznawalną wśród uczniów dolnośląskich szkół średnich.
- 5.2. WSH jest uczelnią cenioną przez pracodawców.
- 5.3. Certyfikaty rozpoznawalne na arenie krajowej.

6. Wzmocnienie rozpoznawalności WSH jako części GUV na rynku krajowym.

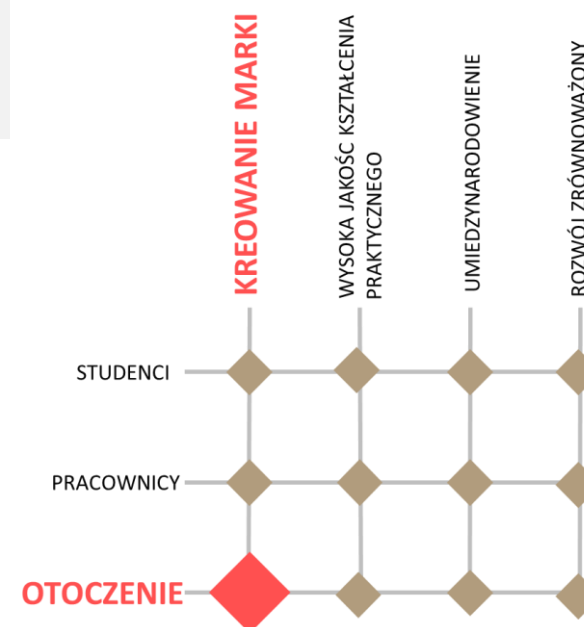
- 6.1. Wzajemna promocja GUV-WSH.
- 6.2. Komunikowanie przynależności WSH do GUV w kampanii wizerunkowej.

7. Zwiększenie świadomości marki WSH za granicą.

- 7.1. Akredytacje rozpoznawalne na arenie międzynarodowej.
- 7.2. Certyfikaty rozpoznawalne na arenie międzynarodowej.
- 7.3. Rosnąca pozycja WSH w promocji zagranicznej GUV.
- 7.4. Kreowanie wizerunku uczelni na rynkach międzynarodowych.

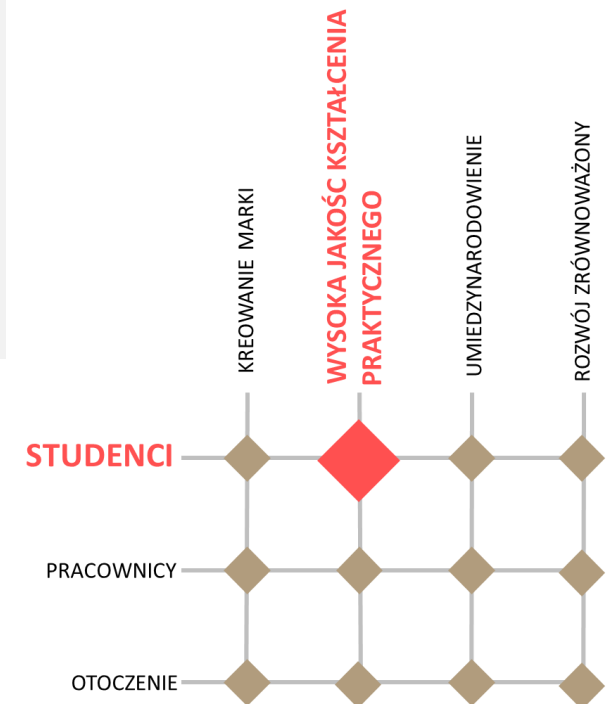
8. Budowanie wizerunku uczelni zaangażowanej w relacje z otoczeniem zewnętrznym.

- 8.1. Aktywne działania PR promujące WSH jako zaangażowanego partnera i eksperta.
- 8.2. Ekspozowanie elementów systemu identyfikacji wizualnej uczelni



WYSOKA JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA PRAKTYCZNEGO

- 1. Absolwent jest cenionym pracownikiem na rynku pracy i aspirującym przedsiębiorcą.**
 - 1.1. Kształcenie studenta pod potrzeby pracodawców.
 - 1.2. Wysoka jakość praktyk i staży zawodowych.
 - 1.3. Wzmacnianie potencjału studenta jako przyszłego przedsiębiorcy.
- 2. Zapewnienie atrakcyjnej oferty studiów.**
 - 2.1. Uruchamianie nowych kierunków i poziomów studiów oraz specjalności przy uwzględnieniu specyfiki Uczelni i zmieniających się warunków otoczenia.
 - 2.2. Wprowadzanie nowoczesnych specjalności będących wizytówką kierunków.
- 3. Transfer wiedzy Uczelnia - student.**
 - 3.1. Certyfikacja oferty edukacyjnej przez organizacje i stowarzyszenia specjalistyczne.
 - 3.2. Wzmocnienie udziału Rady Biznesu w procesie kształcenia.
- 4. Realizacja nowych inwestycji infrastrukturalnych z uwzględnieniem satysfakcji interesariuszy.**
 - 4.1. Rozbudowa zasobów biblioteki.
 - 4.2. Infrastruktura Uczelni przyjazna studentom.
 - 4.3. Nowoczesne laboratoria gwarancją podwyższenia kompetencji studentów.
- 5. Rozwijanie innowacyjności w procesie kształcenia.**
 - 5.1. Używanie nowoczesnych metod i form dydaktycznych.
 - 5.2. Udoskonalanie programów nauczania pod kątem standardów ministerialnych, europejskich oraz światowych.
 - 5.3. Rozwijanie oferty studiów online.



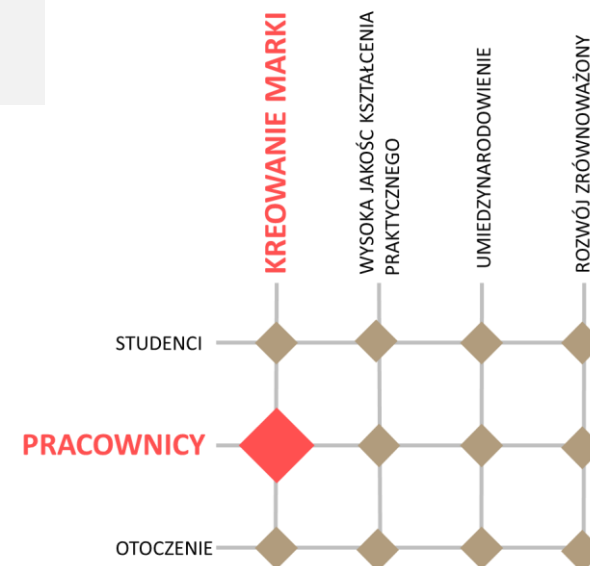
WYSOKA JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA PRAKTYCZNEGO

6. Stały rozwój kwalifikacji pracowników Uczelni

- 6.1. Podnoszenie kompetencji kadry dydaktycznej w zakresie nowoczesnych metod i form kształcenia (w tym ICT) i ich kwalifikacji specjalistycznych
- 6.2. Podnoszenie kompetencji językowych pracowników Uczelni.
- 6.3. Stwarzanie możliwości rozwoju zawodowego.
- 6.4. Doskonalenie systemu oceny i motywowania pracowników Uczelni.

7. Doskonalenie jakości zarządzania Uczelnią

- 7.1. Wdrażanie nowoczesnych systemów i rozwiązań informatycznych
- 7.2. Stałe doskonalenie procedur i procesów obowiązujących w Uczelni
- 7.3. Wdrożenie systemu komunikacji wewnętrznej Uczelni.
- 7.4. Kierownik Katedry jest osobą zarządzającą kierunkiem.
- 7.5. Informowanie nt. bieżącej działalności Uczelni.
- 7.6. Wspieranie i integracja pracowników uczelni.
- 7.7. Wykorzystanie work-life balance jako narzędzia w celu zwiększenia poziomu zadowolenia pracowników.
- 7.8. Profesjonalizacja kadry w zakresie obsługi interesariuszy
- 7.9. Wdrażanie, monitorowanie i ewaluacja przyjętej strategii.



WYSOKA JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA PRAKTYCZNEGO

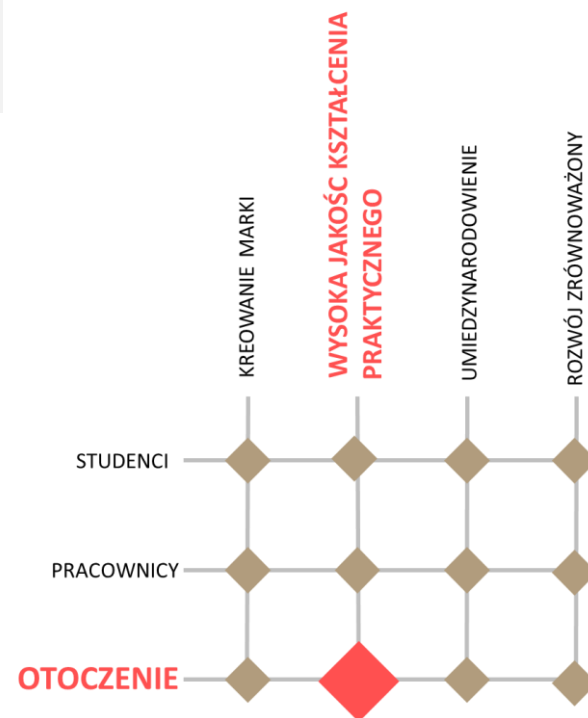
OTOCZENIE

8. Transfer wiedzy z Uczelni do gospodarki.

- 8.1. Aplikacyjny charakter badań.
- 8.2. Powołanie Rady Naukowej przy Rektorze WSH
- 8.3. Powołanie Biura Transferu Technologii przy Rektorze WSH.

9. Budowanie i rozwijanie relacji z interesariuszami zewnętrznymi.

- 9.1. Budowanie i rozwijanie relacji w ramach porozumień Uczelnia – interesariusze zewnętrzni.
- 9.2. Budowanie relacji z absolwentami Uczelni.



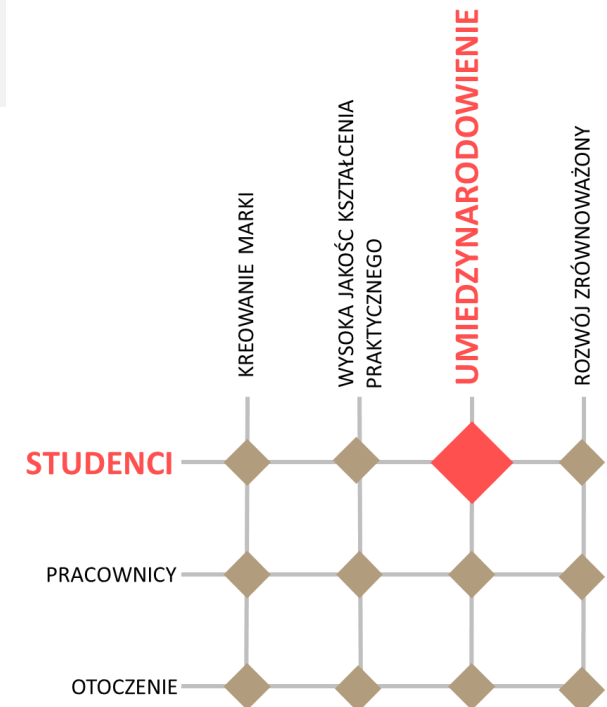
UMIĘDZYNARODOWIENIE

1. Umiedzynarodowienie programów studiów.

- 1.1. Rozszerzanie oferty studiów w językach obcych.
- 1.2. Systematyczne rozszerzanie oferty opartej na podwójnym dyplomie.
- 1.3. Eksperti zewnątrzni firmują działalność dydaktyczną Uczelni.
- 1.4. Wykorzystanie dobrych praktyk dydaktycznych najlepszych uczelni i organizacji zagranicznych.
- 1.5. Wspólne działania edukacyjne z Uczelniami partnerskimi na rzecz studentów.
- 1.6. Stałe włączanie zajęć anglojęzycznych w polską ofertę studiów.
- 1.7. Wyjazdy zagraniczne w ramach studiów.

2. Rozszerzenie projektów opartych na funduszach zagranicznych na rzecz studentów.

- 2.1. Systematyczne rozwijanie działalności programu Erasmus + dla Uczelni wyższych na rzecz studentów.
- 2.2. Aplikowanie o fundusze programu Erasmus z Akcji 1. (MOBILNOŚĆ) oraz Akcji 2. (WSPÓŁPRACA NA RZECZ INNOWACJI I WYMIANY DOBRYCH PRAKTYK).
- 2.3. Aplikowanie o Fundusze Norweskie na rzecz studentów.
Wykorzystywanie środków gwarantowanych przez nową perspektywę finansową dla szkolnictwa wyższego na lata 2021-2027 na rzecz studentów.



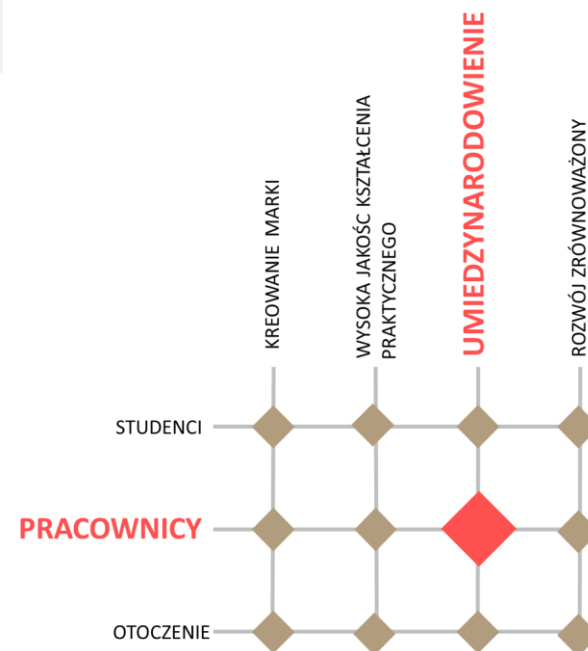
UMIĘDZYNARODOWIENIE

3. Umiędzynarodowienie kadry dydaktycznej.

- 3.1. Rozszerzanie oferty wykładów gościnnych z udziałem wykładowców zagranicznych.
- 3.2. Rozszerzanie oferty zajęć online z udziałem gości zagranicznych.
- 3.3. Pozyskiwanie kadry zagranicznej jako pracowników uczelni.

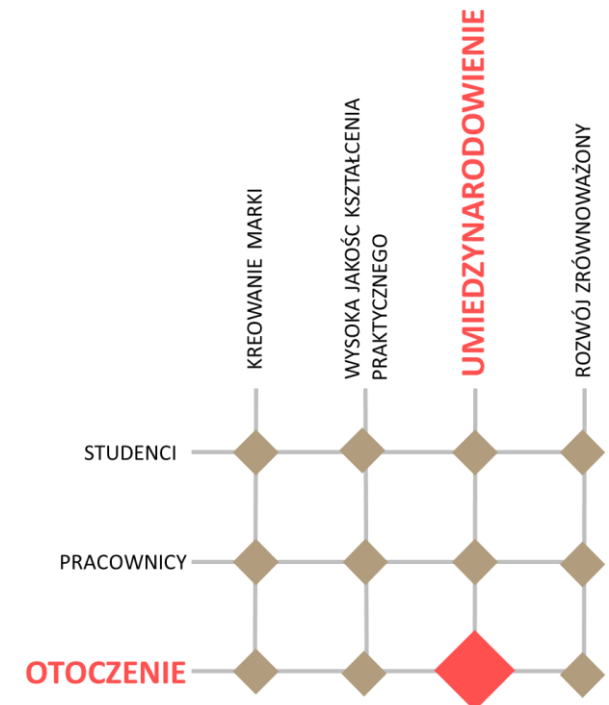
4. Rozszerzenie projektów opartych na funduszach zagranicznych na rzecz pracowników uczelni.

- 4.1. Systematyczne rozwijanie działalności programu Erasmus + dla Uczelni wyższych w ramach „teaching”.
- 4.2. Systematyczne rozwijanie działalności programu Erasmus + dla Uczelni wyższych w ramach „training”.
- 4.3. Aplikowanie o Fundusze Norweskie na rzecz wykładowców.
- 4.4. Aplikowanie o Fundusze V4.
- 4.5. Aplikowanie o dofinansowanie z Wrocławskiego Centrum Akademickiego.
Wykorzystywanie środków gwarantowanych przez nową perspektywę finansową dla szkolnictwa wyższego na lata 2021-2027 na rzecz pracowników



5. Współpraca z międzynarodowym biznesem i uczelniami zagranicznymi

- 5.1. Realizowanie badań naukowych i konferencji we współpracy z podmiotami z zagranicy.
- 5.2. Pozyskiwanie partnerów i zacieśnianie relacji z uczelniami zagranicznymi.
- 5.3. Pozyskiwanie partnerów i zacieśnianie relacji z zagranicznym biznesem.
- 5.4. Porównywanie się (benchmarking) do najlepszych uczelni zagranicznych i uwzględnianie zaobserwowanych najlepszych praktyk.
- 5.5. Członkostwo w międzynarodowych organizacjach i stowarzyszeniach.



ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY

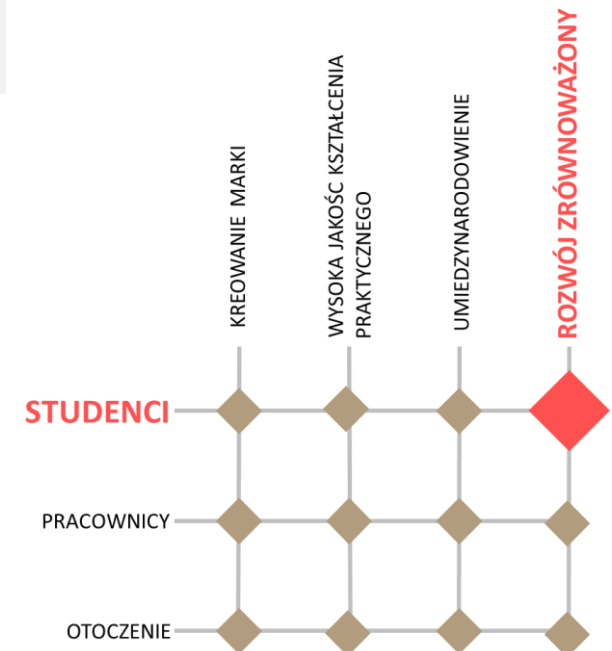
STUDENCI

1. Umacnianie pozycji uczelni dla wszystkich, bez barier.

- 1.1. Tolerancja i akceptacja różnorodności
- 1.2. Wsparcie i integracja zróżnicowanej populacji studentów.

2. Budowanie świadomości rozwoju zrównoważonego wśród studentów.

- 2.1. Angażowanie studentów w działania proekologiczne
- 2.2. Programy studiów uwzględniające zrównoważony rozwój
- 2.3. Wdrożenie projektu „Projektowanie Uniwersalne”
Wdrażanie projektu „Uczelnia dostępna” na rzecz studentów



3. Funkcjonowanie Uczelni zgodnie ze standardami rozwoju zrównoważonego.

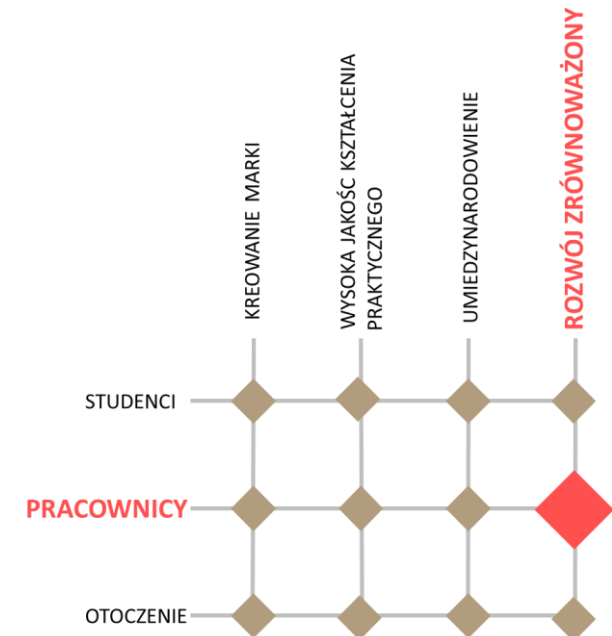
- 3.1. Wdrożenie standardów proekologicznych w zarządzaniu Uczelnią
- 3.2. Równouprawnienie pracowników uczelni.

4. Budowanie świadomości rozwoju zrównoważonego wśród pracowników.

- 4.1. Angażowanie pracowników w działania proekologiczne
- 4.2. Wdrażanie projektu „Projektowanie Uniwersalne” na rzecz pracowników Uczelni

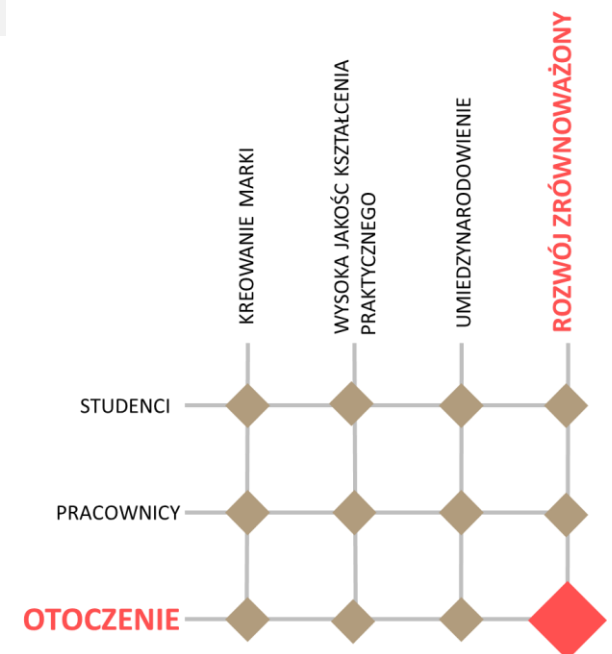
5. Działalność naukowa na rzecz rozwoju zrównoważonego.

- 5.1. Badania naukowe w ramach CSR, rozwoju zrównoważonego, zarządzania bez barier, turystyki bez barier, zrównoważonego rozwoju z turystyce



6. Postępowanie według standardów zrównoważonego rozwoju.

- 6.1. Uwzględnienie dobrych praktyk organizacji międzynarodowych w zakresie współpracy i standardów dla otoczenia ekonomiczno-społeczno-przyrodniczego Uczelni.
- 6.2. CSR jako narzędzie do zarządzania Uczelnią w otoczeniu zewnętrznym. Zaangażowanie i wkomponowanie działań w lokalną gospodarkę, środowisko i społeczność



12.KONCEPCJA ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

ROZWÓJ ZRÓWNOWAŻONY



WSH



PRACOWNICY

WSPARCIE, INTEGRACJA, BRAK BARIER,
RÓWNOŚĆ, TOLERANCJA, WZAJEMNY
SZACUNEK ETYKA, WSPARCIE DLA
RODZINY, ZAUFANIE, MOBILNOŚĆ, LIFE
LONG LEARNING



STUDENCI

EDUKACJA, WSPARCIE, RÓWNOŚĆ,
TOLERANCJA, WZAJEMNY SZACUNEK,
ETYKA, RÓŻNORODNOŚĆ, BRAK BARIER,
MOBILNOŚĆ, LIFE LONG LEARNING



RYNEK I SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

WSPÓŁPRACA, WSPARCIE, WYKORZYSTANIE
POTENCJAŁU REGIONU, INNOWACJE, JAKOŚĆ,
ZAUFANIE W BIZNESIE, ZAANGAŻOWANIE



ŚRODOWISKO NATURALNE

RACJONALNOŚĆ, STANDARDY
EKOLOGICZNE, WYDAJNOŚĆ



13. STRUKTURA ORGANIZACYJNA WYŻSZEJ SZKOŁY HANDLOWEJ WE WROCŁAWIU

STRUKTURA ORGANIZACYJNA



Wyższa Szkoła
Handlowa
we Wrocławiu

