



## Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania

### Strategia rozwoju na lata 2012 – 2022

#### 1. Wprowadzenie

Istniejąca od ponad 16 lat Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania uważana jest za jedną z najlepszych niepublicznych uczelni na Mazowszu. Dynamiczny rozwój naszej Uczelni, wysoki poziom kształcenia oraz interdyscyplinarny charakter wiedzy, jaką zdobywają nasi studenci, doceniany jest przez pracodawców i ekspertów z wielu dziedzin.

Efektom wysokiej jakości kształcenia są między innymi prestiżowe nagrody i tytuły przyznawane naszej Uczelni, pozytywne oceny Państwowej Komisji Akredytacyjnej na wszystkich poddanych dotychczas ocenie kierunkach oraz nagrody zdobywane przez dyplomantów.

Uczelnia spełnia krajowe oraz europejskie standardy kształcenia, a dzięki doskonale przygotowanej kadrze naukowo-dydaktycznej, liczącej około 300 pracowników i współpracowników, a także rozbudowanej bazie technicznej – licznymi laboratoriami i pracowniami, cieszy się dużym uznaniem studentów. W roku akademickim 2010/2011 mury naszej Uczelni opuścił 10 000 absolwent.

#### 2. Misja

Misją Uczelni jest wysokiej jakości nowoczesne i elastyczne kształcenie studentów:

- zdolnych sprostać potrzebom rozwojowym społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy,
- wzbogacających swoim profesjonalizmem i mobilnością intelektualną kapitał ludzki Mazowsza i Polski,
- tworzących nowe wartości techniczne, ekonomiczne, artystyczne i kulturowe w duchu idei zrównoważonego rozwoju, zgodnie z oczekiwaniami obecnego i przyszłego rynku pracy.

#### 3. Wizja

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania w Warszawie w 2022 roku powinna być Uczelnią:

- sprawnie zarządzaną o wysokiej jakości kształcenia,
- otwartą na otoczenie społeczne i gospodarcze,
- kształcąca wysoko wykwalifikowanych specjalistów poszukiwanych na rynku pracy,
- prowadzącą badania naukowe (związane z obszarami wiedzy kierunków studiów II-go stopnia) znajdujące zastosowanie w praktyce,
- dysponującą nowoczesnym zapleczem dydaktyczno-badawczym,
- oferującą kształcenie przez całe życie,

- doskonalącą wszystkie obszary działalności na rzecz studentów, kadry dydaktyczno-naukowej, administracyjnej oraz środowisk gospodarczych,
- współpracującą w zakresie badań i dydaktyki z otoczeniem gospodarczym.

#### **4. Założenia strategii**

O sile i prestiżu Uczelni decyduje wiele czynników, z których najważniejsze to:

- różnorodna oferta edukacyjna wyrażająca się dużą liczbą gospodarczo i społecznie ważnych kierunków studiów, odpowiadająca potrzebom rynku pracy, innowacyjnej gospodarki i społeczeństwa obywatelskiego,
- wysoka jakość kształcenia,
- absolwenci liczący się na rynku pracy,
- odpowiednia infrastruktura dydaktyczna i badawcza,
- identyfikująca się z nią kadra naukowo-dydaktyczna, złożona z ludzi uznawanych przez społeczeństwo za autorytety w nauce i dydaktyce, a także w działalności gospodarczej i społecznej,
- profesjonalna i kreatywna kadra pracowników administracyjnych i technicznych,
- sprawny system zarządzania Uczelnią,
- podmiotowe i partnerskie traktowanie studentów i pracowników, a także utrzymywanie dobrych relacji z absolwentami,
- wspomaganie potrzeb gospodarczo-społecznych i kulturowych regionu,
- wysoka zdolność zdobywania funduszy i pomnażania bazy materialnej Uczelni,
- prowadzenie badań naukowych liczących się w nauce polskiej, odpowiadające na potrzeby społeczeństwa i gospodarki.

Sformułowane powyżej generalne założenia Strategii Wyższej Szkoły Ekologii i Zarządzania w Warszawie, wskazują ogólne i długotrwałe cele programowe w kluczowych kierunkach działania Uczelni. Stanowią także podstawę do sformułowania priorytetów i celów szczegółowych.

##### **4.1. Kształcenie**

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania stale rozszerza ofertę edukacyjną o nowe kierunki, specjalności, czy profile kształcenia. W roku akad. 2010/2011 uruchomiony został nowy kierunek studiów – Wzornictwo (Design) oraz Międzywydziałowe specjalności w zakresie turystyki i gastronomii. W przygotowaniu znajdują się nowy kierunek – Mechanika i Budowa Maszyn oraz studia II-go stopnia na kierunku Architektura i Urbanistyka.

Obecnie Uczelnia realizuje cztery projekty współfinansowane przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, tj.: kształci studentów z dwóch roczników na „kierunku zamawianym” - Budownictwo; powołała nowe specjalności na kierunku Architektura Krajobrazu oraz Architektura i Urbanistyka, jak również prowadzi nabór na studia podyplomowe w zakresie Ergonomii, Bezpieczeństwa i Zdrowia w Środowisku Pracy oraz bezpłatne szkolenia kierowane do osób aktywnych zawodowo spoza społeczności akademickiej.

W Uczelni prowadzone jest kształcenie na studiach stopnia: pierwszego (studia licencjackie, inżynierskie – 10 kierunków studiów) i drugiego (studia magisterskie – 3 kierunki studiów).

W jej ofercie są kierunki studiów o profilach technicznym, artystycznym, ekonomicznym, rolniczo-przyrodniczym oraz medycznym. Połowa kierunków jest prowadzonych w formie studiów stacjonarnych i niestacjonarnych.

Jednym z istotnych celów jest utrzymanie na dotychczasowym poziomie liczby studentów na studiach stacjonarnych. Planowane jest uruchomienie nowych kierunków studiów pierwszego stopnia z dziedzin nauk technicznych i artystycznych. Oferta studiów podyplomowych jest bardzo ograniczona. Przewiduje się zwiększenie liczby słuchaczy na studiach podyplomowych i różnego typu kursach zawodowych.

Realizacja powyższych celów edukacyjnych wymaga:

- udoskonalania wewnętrznego systemu oceny jakości kształcenia,
- poprawy warunków kształcenia umożliwiających zapewnienie wysokiego poziomu studiów,
- rozszerzenia wpływu podmiotów gospodarczych na stałe doskonalenie oferty i jakości kształcenia,
- rozwijania i doskonalenia nowoczesnego i interaktywnego kształcenia na wszystkich poziomach,
- wprowadzenia oferty kształcenia dla studentów zagranicznych.

#### **4.2. Nauka**

Miernikiem jakości prowadzonych badań są wysokie wskaźniki aktywności naukowej (liczba publikacji, cytowań, patentów i wdrożeń, międzynarodowych i krajowych nagród, udział w międzynarodowych programach, stowarzyszeniach naukowych itp.).

Wyniki badań naukowych powinny stanowić podstawę oferty programowej Uczelni i być wprowadzane do treści programów kształcenia.

Uczelnia powinna:

- wspierać rozwój młodej kadry naukowej oraz kierunki badań kluczowe dla przyszłości Uczelni,
- wspomagać rozwój badań stosowanych, zamawianych i finansowanych z zewnątrz,
- aktywnie pozyskiwać fundusze na badania naukowe,
- pozyskiwać środki na rozwój infrastruktury badawczej,
- stwarzać dogodne warunki do komercjalizacji wyników badań,
- wprowadzać elastyczne rozwiązania organizacyjne zwiększające efektywność prowadzonych badań naukowych,
- stymulować rozwój naukowych kontaktów międzynarodowych,
- zapewniać wszechstronny dostęp do informacji naukowej,
- wspomagać system wdrożeń,
- promować postawy przedsiębiorcze, a zwłaszcza wspierać rozwój przedsiębiorczości akademickiej.

### 4.3. Współpraca Uczelni z otoczeniem

Uczelnia współpracuje z otoczeniem społeczno-gospodarczym poprzez rozwijanie relacji z instytucjami samorządowymi, organizacjami społecznymi i podmiotami gospodarczymi oraz podejmowanie działań wychodzących naprzeciw ich oczekiwaniom i potrzebom.

Jednym z elementów strategii rozwoju Wyższej Szkoły Ekologii i Zarządzania w Warszawie jest świadome i aktywne uczestnictwo Uczelni w budowaniu oraz umacnianiu społeczeństwa obywatelskiego i informacyjnego w Polsce, w szczególności w regionie mazowieckim. Z tego względu, Uczelnia pragnie rozszerzyć swą ofertę edukacyjną o inicjatywy adresowane do najmłodszych słuchaczy w wieku przedszkolnym i szkolnym, młodzieży szkół średnich oraz społeczności w wieku 60+. Podjęte działania służyć będą również upowszechnianiu wiedzy, kształtowaniu umiejętności i kompetencji społecznych w myśl idei uczenia się przez całe życie.

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania w Warszawie ufa, że dzięki rozwijaniu efektywnej współpracy ze środowiskiem gospodarczym (z podmiotami krajowymi i zagranicznymi), stanowiącej odpowiedź na wyzwania oraz potrzeby regionu i całego kraju, Uczelnia będzie mogła pozyskiwać dodatkowe finansowanie na działalność badawczą i edukacyjną.

## 5. Priorytety i cele szczegółowe

Osiągnięcie wyżej wymienionych założeń strategicznych nastąpi poprzez realizację celów szczegółowych zakreślonych w ramach następujących priorytetów:

- jakość kształcenia,
- jakość i zakres badań naukowych,
- program inwestycyjny,
- zarządzanie Uczelnią i jej organizacja,
- współpraca z otoczeniem,
- kreowanie wizerunku i wzmocnienie pozycji Uczelni.

### 5.1. Jakość kształcenia

Najważniejszym zadaniem Uczelni jest efektywne kształcenie. Rozwój Uczelni zależy będzie od atrakcyjności oferty dydaktycznej i skutecznej jej promocji.

Do realizacji tego zadania niezbędne jest:

- rozwój metod kształcenia skierowanych na studenta (*student-centred-learning*), a nie nauczyciela, tym samym doskonalenie procesu kształcenia skoncentrowanego na rezultatach i efektach kształcenia, rozwijaniu umiejętności i kompetencji społecznych studentów,
- poszerzanie oferty dydaktycznej studiów pierwszego i drugiego stopnia, poprzez otwieranie nowych kierunków studiów i nowych specjalności, w tym w kooperacji z innymi uczelniami oraz szeroko rozumianym otoczeniem gospodarczym,

- nawiązywanie współpracy z innymi wyższymi szkołami w celu umożliwienia ich absolwentom podejmowania na Uczelni studiów wyższego stopnia,
- rozwijanie współpracy ze szkołami średnimi regionu, między innymi poprzez obejmowanie patronatem wydarzeń edukacyjnych oraz sprawowanie opieki naukowej nad wybranymi klasami, w celu pogłębiania wiedzy i poszerzania zainteresowań uczniów,
- podejmowanie prób wspólnego kształcenia z różnymi instytucjami na studiach pierwszego, drugiego stopnia i studiach podyplomowych,
- zwiększenie atrakcyjności form kształcenia,
- zwiększenie roli indywidualnych ścieżek kształcenia i opieki nad studentami szczególnie uzdolnionymi,
- poszerzanie oferty kursów, również prowadzonych w systemie kształcenia na odległość,
- rozwój studiów w języku angielskim,
- zwiększanie mobilności międzynarodowej studentów i pracowników,
- podnoszenie jakości kształcenia poprzez korzystanie w większym stopniu z pomocy wykładowców z innych uczelni, w tym zagranicznych, jednostek badawczych i instytutów PAN,
- podnoszenie aplikacyjnej wartości prac dyplomowych, również poprzez współpracę:
  - z przedsiębiorstwami,
  - wprowadzenie praktycznych przedmiotów realizowanych we współpracy z przedsiębiorcami.
- doskonalenie wewnętrznego systemu zapewnienia jakości kształcenia,
- unowocześnianie bazy dydaktycznej Uczelni,
- rozszerzenie form kształcenia ustawicznego.

## 5.2. Badania naukowe

Intensyfikacja badań naukowych wymaga w szczególności:

- doskonalenia systemu motywującego pracowników Uczelni i studentów do ubiegania się o środki na badania, poprzez np.: nagradzanie osób zaangażowanych w przygotowanie projektów, przestrzeganie zasady, że uzyskanie środków na projekt badawczy krajowy lub międzynarodowy stanowi jeden z podstawowych warunków awansu na stanowisko profesora nadzwyczajnego i zwyczajnego,
- tworzenia laboratoriów badawczych,
- doskonalenia systemu wyróżniania i wynagradzania pracowników Uczelni, w powiązaniu z ich aktywnością naukową i dydaktyczną,
- zwiększania innowacyjności badań,
- wprowadzenia procedury sprawdzania prac pod względem zdolności patentowej i możliwości wdrożenia,
- nawiązywania współpracy ze środowiskiem biznesowym oraz z samorządami w celu pozyskiwania zamówień i środków finansowych na badania naukowe,

### **5.3. Program inwestycyjny**

Planuje się w najbliższych latach:

- adaptację budynku przy ulicy Olszewskiej 12 na potrzeby administracyjno – dydaktyczne z uwzględnieniem potrzeb osób niepełnosprawnych,
- rozbudowę sieci komputerowych i unowocześnienie pracowni komputerowych,
- stałe doposażanie pracowni i laboratoriów w nowoczesny specjalistyczny sprzęt i pomoce naukowe.

### **5.4. Organizacja i system zarządzania Uczelnią.**

Dostosowanie struktury organizacyjnej i systemu zarządzania Uczelnią do zmieniających się potrzeb, w tym:

- zapewnienie sprawnego funkcjonowania Uczelni jako instytucji, poprzez usprawnienie procesu zarządzania i wdrożenie systemu kontroli zarządczej, w tym procedur monitorujących i kontrolnych,
- kontynuowanie procesu informatyzacji Uczelni, wprowadzenie pełnej obsługi informatycznej organizacji procesu dydaktycznego oraz wprowadzenie zintegrowanego systemu zarządzania, w tym elektronicznego obiegu dokumentów.

### **5.5. Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym**

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania ma silną pozycję w regionie mazowieckim wśród uczelni niepublicznych. Podpisane zostały porozumienia o współpracy z wieloma instytucjami np. Centrum Zdrowia Dziecka i kilkoma przedsiębiorstwami z różnych branż. WSEiZ od 2010 roku prowadzi Warszawską Szkołę Zdrowia – kontynuując ponad 30-letni dorobek tego stowarzyszenia promującego zdrowie.

W celu utrwalania tej pozycji niezbędne jest:

- podejmowanie działań w celu dalszej integracji mazowieckiego środowiska naukowego,
- rozwijanie współpracy z absolwentami,
- rozszerzenie i wzbogacenie o nowe formy współpracy ze szkołami średnimi, rozwijanie współpracy z innymi organizacjami i podmiotami gospodarczymi,
- włączanie podmiotów gospodarczych w proces doskonalenia programów kształcenia i stałego dostosowywania ich do potrzeb rynku pracy.

### **5.6. Kreowanie wizerunku i wzmocnienie pozycji Uczelni.**

Tworzenie pozytywnego wizerunku Uczelni na zewnątrz jest równoznaczne ze wzmocnieniem jej pozycji, a promocja jest nierozzerwalnie związana z rozwojem. Działania promocyjne powinny być skierowane nie tylko do kandydatów na studia, choć ten aspekt jest najważniejszy, ale także do podmiotów gospodarczych, które są zainteresowane wynikami prowadzonych na Uczelni badań, czy też do potencjalnych partnerów w realizacji projektów. Dlatego konieczne jest stałe udoskonalanie strategii promocyjnej. Powinna ona uwzględniać m.in.:

- doskonalenie systemu identyfikacji wizualnej,
- prowadzenie profesjonalnych kampanii promocyjnych,
- uroczyste wyróżnianie najlepszych pracowników, studentów i absolwentów,
- udział w targach i środowiskowych imprezach promocyjnych,
- kreowanie i rozwój wydarzeń oraz imprez promujących Uczelnię,
- badanie opinii środowisk, do których kierowany jest przekaz promocyjny.