



Górnośląska
Wyższa Szkoła
Przedsiębiorczości
im. Karola Goduli



GÓRNOŚLĄSKA WYŻSZA
SZKOŁA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
IM. KAROLA GODULI



STRATEGIA ROZWOJU UCZELNI
NA LATA 2024-2028



CHORZÓW 2024

SPIS TREŚCI

| | |
|--|-----------|
| WPROWADZENIE | 3 |
| 1. MISJA UCZELNI | 4 |
| 2. CEL GENERALNY I POLA DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ | 5 |
| 2.1. CEL GENERALNY | 5 |
| 2.2. POLA DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ | 5 |
| 3. CELE SPECYFICZNE W POLACH DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ | 6 |
| 3.1. DZIAŁALNOŚĆ EDUKACYJNA | 6 |
| 3.2. DZIAŁALNOŚĆ PROMOCYJNA, W TYM REKRUTACJA | 7 |
| 3.3. JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA I SATYSFAKCJA SPOŁECZNOŚCI AKADEMICKIEJ | 8 |
| 3.4. DZIAŁALNOŚĆ PROJEKTOWA | 9 |
| 4. PROJEKTY PRIORYTETOWE I UZUPEŁNIAJĄCE W POLACH DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ | 10 |
| 4.1. PROJEKTY PRIORYTETOWE I UZUPEŁNIAJĄCE DZIAŁALNOŚCI EDUKACYJNEJ | 10 |
| 4.2. PROJEKTY PRIORYTETOWE I UZUPEŁNIAJĄCE DZIAŁALNOŚCI PROMOCYJNEJ, W TYM REKRUTACJA | 11 |
| 4.3. PROJEKTY PRIORYTETOWE I UZUPEŁNIAJĄCE WZMACNIANIA JAKOŚCI KSZTAŁCENIA I SATYSFAKCJI SPOŁECZNOŚCI AKADEMICKIEJ | 12 |
| 4.4. PROJEKTY PRIORYTETOWE I UZUPEŁNIAJĄCE DZIAŁALNOŚCI PROJEKTOWEJ | 13 |
| 5. REGUŁY WDRAŻANIA STRATEGII W POLACH DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ | 14 |

WPROWADZENIE

Strategia Rozwoju Uczelni na lata 2024-2028 jest aktualizacją dotychczasowej Strategii GWSP, która została przyjęta przez Senat Górnośląskiej Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości im. Karola Goduli w 2016 roku.

Strategia Rozwoju Uczelni na lata 2024-2028 wyznacza najważniejsze kierunki rozwoju. Horyzont czasowy jaki został przyjęty w Strategii obejmuje okres od 2024 do 2028 roku.

Strategia zawiera misję, cel generalny, pola działalności strategicznej, cele strategiczne, projekty priorytetowe i uzupełniające dla poszczególnych pól działalności strategicznej oraz reguły wdrażania strategii Uczelni z propozycją mierników realizacji celów.

Podczas opracowywania Strategii wykorzystano model partycypacyjny. Przeprowadzono szereg spotkań i warsztatów zarówno z interesariuszami wewnętrznymi, jak i zewnętrznymi Uczelni.



1

MISJA UCZELNI

Górnośląska Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości im. Karola Goduli w Chorzowie prowadzi studia wyższe o profilu praktycznym. Jest Uczelnią otwartą na rozwijanie kierunków i specjalności czerpiących z różnych dyscyplin wiedzy. W procesie kształcenia eksponuje w szczególności myślenie kreatywne i działanie przedsiębiorcze oraz mariaż biznesu, sztuki, zdrowia i natury.

Uczelnia jest miejscem inicjowania projektów i wydarzeń w partnerstwie z otoczeniem biznesowym, środowiskiem twórczym, terapeutycznym, środowiskami społeczno-zawodowymi, samorządami terytorialnymi i organizacjami non profit. Partnerom Uczelni zapewnia się osiągnięcie oczekiwanych korzyści i uczestnictwo w procesie kształcenia. W realizacji misji Uczelnia współdziała z Założycielem jako partnerem strategicznym.

Uczelnia dostarcza specjalistycznej wiedzy, kompetencji zawodowych i społecznych w nawiązaniu do wyłaniających się nowych nurtów w edukacji akademickiej i postępujących zmian kulturowo-cywilizacyjnych.

Uczelnia zapewnia studentom i absolwentom rozwój profesjonalny i intelektualny poprzez:

- unikatowość i profesjonalność kształcenia,
- partnerstwo z kadrą akademicką i budowanie trwałych relacji interpersonalnych,
- otwartość i kreatywność w relacjach z otoczeniem,
- wykorzystanie najnowszych osiągnięć naukowych, kulturalnych i technologicznych,

stwarzając tym samym warunki podejmowania i realizowania karier zawodowych przez swoich absolwentów.

Uczelnię charakteryzuje partnerski i partycypacyjny styl zarządzania znajdujący potwierdzenie we współdziałaniu kadry akademickiej i studentów w modernizacji i rozwijaniu programów kształcenia. Profil kształcenia jest nowatorski w zakresie treści i form, uwzględniający zmieniające się trendy rynkowe i oczekiwania pracodawców. Wysoki stopień identyfikacji studentów i absolwentów ze swoją Alma Mater jest syntetyczną miarą powodzenia Uczelni.

2

CEL GENERALNY I POLA DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ

2.1 CEL GENERALNY

Stabilna pozycja Górnośląskiej Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości im. Karola Goduli na rynku edukacyjnym w otoczeniu regionalnym i krajowym

2.2 POLA DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ

PDS.1 Działalność edukacyjna: studia I i II stopnia, studia podyplomowe, szkolenia i kursy, spotkania i wydarzenia rozwijające potencjał Uczelni

PDS.2 Działalność promocyjna, w tym rekrutacja: promocja i rekrutacja z wykorzystaniem komunikacji i sieci kontaktów zewnętrznych

PDS.3 Jakość kształcenia i satysfakcja społeczności akademickiej: wewnętrzny system zapewniania jakości kształcenia

PDS.4 Działalność projektowa: prowadzona w środowisku regionalnym i na rynku krajowym, w tym z wykorzystaniem środków finansowych z różnych źródeł



3

CELE SPECYFICZNE W POLACH DZIAŁANOŚCI STRATEGICZNEJ

3.1. Działalność edukacyjna

3.1.1. Oferta kierunków i specjalności na studiach licencjackich otwarta na innowacje edukacyjne i trendy rynkowe

Wskaźnik:

- Liczba nowych kierunków i specjalności kształcenia

3.1.2. Poszerzenie rynku i pozyskanie odbiorców oferty studiów podyplomowych Uczelni

Wskaźnik:

- Liczba nowych kierunków i specjalności kształcenia

3.1.3. Osiąganie efektu synergicznego poprzez łączenie treści programowych różnych przedmiotów

Wskaźnik:

- Liczba nowych treści programowych w grupach przedmiotów

3.1.4. Rozbudowa zasobów kadry akademickiej w działalności edukacyjnej

Wskaźnik:

- Liczba nowo zatrudnionych wykładowców, prowadzących zajęcia

3.1.5. Żywe uczestnictwo Uczelni w otoczeniu w oparciu o własne wydarzenia cykliczne i okazjonalne

Wskaźnik:

- Liczba spotkań cyklicznych i okazjonalnych



3.2. Działalność promocyjna, w tym rekrutacja

3.2.1. Stabilizacja liczby studentów na studiach niestacjonarnych i uczestników innych form kształcenia

Wskaźnik:

- Uzyskanie poziomu rekrutacji nowych studentów studiów niestacjonarnych oraz uczestników innych form kształcenia na poziomie co najmniej dwóch ostatnich lat akademickich

3.2.2. Spotkania i wydarzenia zorientowane na wybrane grupy docelowe



Wskaźnik:

- Uczestnictwo w najważniejszych dla prowadzonej działalności edukacyjnej uczelni przedsięwzięciach promocyjnych realizowanych w otoczeniu (minimum 2 w roku)
- Zorganizowanie minimum 2 spotkań w roku akademickim na temat oferty Uczelni (I spotkanie/wydarzenie grudzień/styczeń, II spotkanie marzec/kwiecień)

3.2.3. Wykorzystanie różnych metod promocji, w tym z użyciem technologii cyfrowych i mediów

Wskaźnik:

- Nowa oferta promocyjno-rekrutacyjna z terminem jej profesjonalnego wykonania styczeń - luty
- Wykorzystanie minimum 2 narzędzi cyfrowych do promocji uczelni oraz starych i nowotworzonych kontaktów



3.3. Jakość kształcenia i satysfakcja społeczności akademickiej

3.3.1. Kształtowanie dobrych praktyk w procesie kształcenia

Wskaźnik:

- Transfer dobrych praktyk do programów kształcenia przez prowadzących zajęcia (każdy prowadzący informuje raz w roku jak wykonał tę czynność)

3.3.2. Tworzenie możliwości rozwojowych zasobów kadrowych Uczelni

Wskaźnik:

- Opracowanie oferty profesjonalizującej prowadzenie zajęć, rozwijającej wiedzę i umiejętności kadry akademickiej

3.3.3. Integracja społeczności akademickiej i wzmacnianie tożsamości Uczelni

Wskaźnik:

- Oferta przedsięwzięć integrujących społeczność akademicką i podnoszących poziom identyfikacji studiujących z Uczelnią

3.3.4. Wzrost jakości kształcenia w oparciu o Wewnętrzny System Zapewnienia Jakości

Wskaźnik:

- Wdrożenie nowych metod i technik kształcenia

3.3.5. Uczelnia jako przyjazny pracodawca i/lub partner w relacjach z otoczeniem

Wskaźnik:

- Wewnętrzny program lojalnościowy oraz partnerskie relacje uczelni z podmiotami zewnętrznymi

3.3.6. Modernizacja infrastruktury, wyposażenia i powiększenie zasobów bibliotecznych

Wskaźnik:

- Przeprowadzanie bieżących remontów, uzupełnień o nowoczesne sprzęty, wzbogacanie zasobów biblioteki

3.4. Działalność projektowa

3.4.1. Projekty własne i partnerskie finansowane z różnych źródeł

Wskaźnik:

- Stworzenie zespołów zdolnych do podejmowania niedużych rentownych projektów różnego typu

3.4.2. Uczestnictwo Uczelni w różnych przedsięwzięciach, w tym we współpracy z innymi podmiotami

Wskaźnik:

- Projekty realizowane przez podmioty zewnętrzne w partnerstwie z Uczelnią

3.4.3. Rozwój działalności badawczo-projektowej przez pracowników

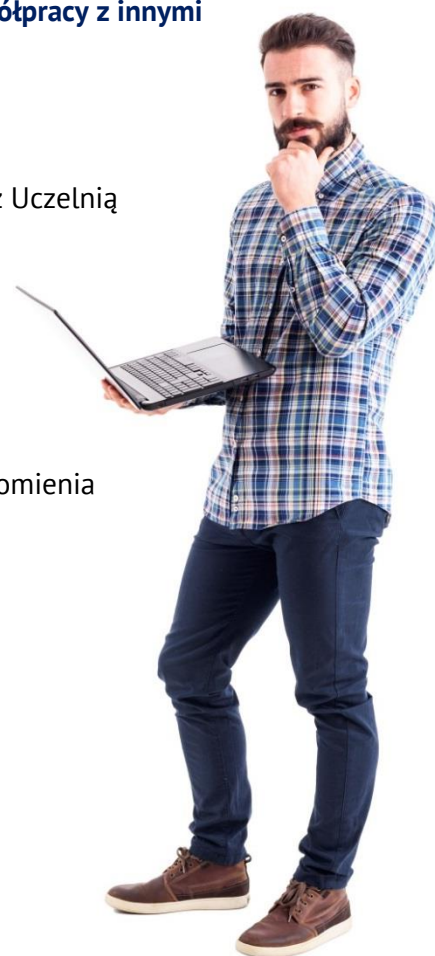
Wskaźnik:

- Stworzenie dwóch zespołów badawczo-projektowanych dla uruchomienia projektów różnoskalowych

3.4.4. Wykorzystanie infrastruktury Uczelni przez podmioty zewnętrzne

Wskaźnik:

- Wynajem infrastruktury Uczelni podmiotom zewnętrznym



4

PROJEKTY PRIORYTETOWE I UZUPEŁNIAJĄCE W POLACH DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ

4.1. PROJEKTY PRIORYTETOWE W POLU DZIAŁALNOŚĆ EDUKACYJNA

P111 Nowy kierunek studiów

P112 Nowe specjalności lub ich modernizacja

P113 Nowe kierunki studiów podyplomowych i innych form kształcenia lub ich modernizacja

PROJEKTY UZUPEŁNIAJĄCE W POLU DZIAŁALNOŚĆ EDUKACYJNA

P121 Badania i raporty eksperckie służące tworzeniu oferty specjalności na prowadzonych kierunkach studiów

P122 Twórcze uczestnictwo kadry w kreowaniu oferty edukacyjnej

P123 Spotkania wzbogacające jakość kształcenia



4.2. PROJEKTY PRIORYTETOWE W POLU DZIAŁALNOŚĆ PROMOCYJNA, W TYM REKRUTACJA

P211 Wydarzenia promocyjne skierowane do potencjalnych kandydatów na studia

P212 Promocja oferty edukacyjnej Uczelni z wykorzystaniem wyróżniających się prac studentów i absolwentów

P213 Spójna, całościowa identyfikacja wizualna Uczelni

P214 Współpraca Uczelni ze szkołami ponadpodstawowymi i innymi środowiskami

P215 Komunikacja medialna Uczelni z otoczeniem

PROJEKTY UZUPEŁNIAJĄCE W POLU DZIAŁALNOŚĆ PROMOCYJNA, W TYM REKRUTACJA

P221 Promocja aktywności Uczelni w dziedzinie przemysłów kreatywnych oraz zdrowia i natury

P222 Oferta warsztatów tematycznych skierowanych do uczniów szkół ponadpodstawowych

P223 Profesjonalna obsługa medialna wydarzeń Uczelni

P224 Oferta warsztatów i innych form kształcenia



4.3. PROJEKTY PRIORYTETOWE W POLU JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA I SATYSFAKCJA SPOŁECZNOŚCI AKADEMICKIEJ

P311 Realizacja programów kształcenia z udziałem praktyków i warsztaty z praktykami poza programem kształcenia z praktykami

P312 Materiały edukacyjne z przedmiotów i modułów kształcenia

P313 Zindywidualizowana ścieżka studiów

P314 Praktyka czyni mistrza – zajęcia terenowe i wizyty studialne

P315 Oferty pracy i praktyk dostępne dla studentów

P316 Badanie oczekiwań pracowników Uczelni

P317 Ankieta „Studencka ocena przedmiotu i jego realizacji” dotycząca oceny zajęć i warunków studiowania

P318 Weryfikacja treści i sposobów nauczania w efekcie ewaluacji jakości kształcenia

PROJEKTY UZUPEŁNIAJĄCE W POLU JAKOŚĆ KSZTAŁCENIA I SATYSFAKCJA SPOŁECZNOŚCI AKADEMICKIEJ

P321 Publikacje, w tym w wydawnictwie uczelnianym

P322 Cykliczne spotkania rektora, kanclerza i dziekana ze studentami

P323 Projekty dotyczące Uczelni realizowane przez studentów w ramach zajęć

P324 Cykliczne spotkania z grupami interesariuszy

P325 Kontakty z absolwentami

4.4. PROJEKTY PRIORYTETOWE W POLU DZIAŁALNOŚĆ PROJEKTOWA

P411 Wspólne inicjatywy i partnerskie projekty, w tym finansowane z funduszy publicznych

P412 Oferta wynajmu infrastruktury Uczelni

PROJEKTY UZUPEŁNIAJĄCE W POLU DZIAŁALNOŚĆ PROJEKTOWA

P421 Bieżące wydarzenia budujące wizerunek Uczelni

P422 Utrzymywanie kontaktów z instytucjami ważnymi dla Uczelni

P423 Partnerstwo Uczelni w wydarzeniach zewnętrznych

P424 Uczestnictwo pracowników uczelni w wydarzeniach i konferencyjnych



5

REGUŁY WDRAŻANIA STRATEGII W POLACH DZIAŁALNOŚCI STRATEGICZNEJ

5.1. REGUŁY WDRAŻANIA STRATEGII

Prace studenckie i praktyki przygotowywane we współpracy z firmami i instytucjami

Grupa praktyków aktywna w każdej specjalności

Zintegrowane co do treści i czasu realizacji przygotowanie i promowanie nowych specjalności

Koordinacja działalności projektowej i eventowej

Współudział kadry akademickiej w zarządzaniu Uczelnią

Kreowanie przez pracowników dydaktycznych i innych praktyków nowych treści i form uatrakcyjnających zajęcia

Realizacja studenckich projektów opracowanych podczas zajęć

Kształcenie praktyczne realizowane w formie warsztatów, projektów, studia przypadków z rezultatem np. w postaci raportów i sprawozdań, grafik, gier i innych rezultatów, z wykorzystaniem specjalistycznego oprogramowania, programów/projektów edukacyjnych i terapeutycznych

