

MISJA, WIZJA I STRATEGIA ROZWOJU UCZELNI ASBiRO NA LATA 2019-2023

Poniższy dokument jest spisana i ustrukturyzowaną „strategiczną mapą drogową” Uczelni ASBiRO, niepublicznej szkoły wyższej stawiającej za swój cel kształcenie szeroko rozumianych przedsiębiorców. Został on podzielony na wyraźne części. Pierwszą z nich jest analiza SWOT wskazująca obecną sytuację Uczelni, szkoły wyższej będącej start-upem, gdyż zmiany i przekształcenie Wyższej Szkoły Sportowej im. Kazimierza Górskiego w Łodzi i uczynienie z niej Uczelni ASBiRO są bardzo głębokie i otwierają nowy rozdział działania. Następnie, została scharakteryzowana misja i wizja Uczelni. Zdawać by się mogło, że zapisane w nich zdania są zbędne, wierzymy jednak w jasne deklarowanie własnych intencji, stąd też tak misja jak i wizja znalazłby się jako baza pod spisanie konkretniejszych treści. Te wynikają z tradycji uniwersytetu przedsiębiorczego do której chcemy nawiązać. Stąd też najobszerniejsza część strategii dotyczy właśnie tego, w jaki sposób nasza Uczelnia, mając za cel wizję i realizację misji a za kotwicę mocującą nas w rzeczywistości rezultaty analizy SWOT, może wypełniać definicję uniwersytetu przedsiębiorczego co z naszej perspektywy jest rdzeniem poniższej strategii oraz jest i będzie kręgosłupem naszej działalności. Te ogólne wnioski znajdują swoje rozwinięcie w części dotyczącej zadań. Zadania są skonkretyzowanymi „kamieniami milowymi” wynikającymi z ogólniejszych części strategii, stają się również markerami potrzebnymi do ewaluacji teź. Ostatnią częścią strategii jest informacja o ewaluacji i monitorowaniu realizacji strategii.

ANALIZA SWOT

Powodzenie, rozwój oraz realizacja misji, wizji i strategii Uczelni ASBiRO uwarunkowana jest tak przez czynniki zewnętrzne jak i wewnętrzne, stąd też uznaliśmy analizę SWOT za najlepsze narzędzie realnie wskazujące nam nasze siły i słabości. Rzecz jasna, jest to narzędzie zgrubne, pozostawiające pewien margines niedookreślenia w porównaniu z narzędziami bardziej zaawansowanymi. Jednocześnie jednak, jest ono przejrzyste i systematyczne, a w przypadku tworzenia dokumentu rangi strategicznej zgrubność nie musi być cechą dyskwalifikującą.

Należy jeszcze zwrócić uwagę na moment przeprowadzania analizy. Jest to sam początek funkcjonowania Uczelni ASBiRO, a okres na który przygotowywana jest strategia obejmuje kilka lat. Sytuacja Uczelni za kilka lat będzie oczywiście zupełnie inna niż obecnie, stąd też wynika przydatność analizy SWOT która posługuje się ogólnymi pojęciami, potrzebnymi właśnie na poziomie strategicznym. Ich operacyjny wymiar będzie nasycany treścią w trakcie przewyższania kolejnych słabości oraz wyzyskiwania naszych szans.

Szanse – czynniki zewnętrzne

1. Zainteresowanie przedsiębiorczością wśród młodych ludzi;
2. Potrzeba podnoszenia kwalifikacji zawodowych na rynku;
3. Otoczenie prawne rozumiane jako wspólny rynek UE;
4. Wzrost dochodów Polaków.

Zagrożenia – czynniki zewnętrzne

1. Malejąca liczba absolwentów szkół średnich;
2. Umiarkowany odbiór przedsiębiorców i przedsiębiorczości w społeczeństwie widzianym jako całość;
3. Przewaga finansowa, wizerunkowa i organizacyjna uczelni publicznych;
4. Zmiany w prawie i niepewność dotycząca interpretacji nowych przepisów;
5. Załamanie się rynku prywatnej edukacji wyższej wywołane większym kryzysem ekonomicznym.

Mocne strony – czynniki wewnętrzne

1. Elastyczność funkcjonowania, przewidywane szybkie tempo reagowania na zmiany rynkowe;
2. Oferta planowanych studiów (licencjackich, magisterskich, podyplomowych) rozpoznanych jako praktyczne i przez to atrakcyjne;
3. Możliwość kształtowania Uczelni i jej oferty od zera;
4. Dobre relacje z dużą społecznością przedsiębiorców;
5. Krajowe i międzynarodowe relacje z organizacjami trzeciego sektora skupionymi na promowaniu przedsiębiorczości.

Słabe strony – czynniki wewnętrzne

1. Niepewna pozycja edukacyjnego start-upu;
2. Niski prestiż uczelni niepublicznej;
3. Nieznane i trudne do oceny przyjęcie Uczelni przez potencjalnych studentów;
4. Kadra o dużym odsetku praktyków nienawykłych do pracy na uczelni i wymagająca wdrożenia do nowych obowiązków.

Na podstawie powyższej analizy jesteśmy w stanie stwierdzić, że Uczelnia ASBiRO posiada zwyczajowe dla start-upów atuty, ale też zwyczajowe dla nich słabości. Możliwość kształtowania Uczelni „od zera” i budowania jej produktów edukacyjnych może być bowiem trampoliną do znalezienia się w gronie może niewielkich (w porównaniu do państwowych uniwersytetów), ale rozpoznawalnych podmiotów rynku usług edukacyjnych. Skupienie się na przedsiębiorczości, jej nauczaniu, byciu przedsiębiorczą uczelnią, to niewątpliwe cechy wyróżniające, które umiejętnie rozwijane mogą być czymś charakterystycznym dla Uczelni ASBiRO. Podobnie jak jej wybitnie sieciowy charakter uczelni która już teraz, dopiero zaczynając

działalność, posiada dostęp do szerokich kręgów przedsiębiorców, ich instytucji oraz organizacji trzeciego sektora związanych z promowaniem postaw przedsiębiorczych.

MISJA UCZELNI ASBiRO

Misją Uczelni ASBiRO jest kształcenie kadr przyszłych zaangażowanych przedsiębiorców. Termin „przedsiębiorca” rozumiemy szeroko, jako osobę, która potrafi dostrzec szanse w zmieniającej się wokół niego rzeczywistości i przekuć je na zyski – przede wszystkim, choć nie tylko, zyski finansowe. W naszej ocenie, przedsiębiorca może być biznesmanem, ale może być też przedsiębiorcą społecznym, przedsiębiorcą idei (*intellectual entrepreneur*) bądź też przedsiębiorczym pracownikiem najemnym. Za każdym razem, będzie liderem w otaczającej go społeczności, a jego pozycja będzie wynikać z pożytkowania rozwiniętych cech przedsiębiorczych. W Uczelni ASBiRO chcemy kształcić absolwentów wyróżniających się właśnie taką specyfiką. Uważamy, że pozwoli im to na sukces w życiu zawodowym i społecznym.

WIZJA UCZELNI ASBiRO

Wizja Uczelni ASBiRO to wizja wpisująca się w klasyfikację „uniwersytetu przedsiębiorczego” Burтона Clarka, a więc uczelni, która aktywnie reaguje na potrzeby rynku i sama jest jego częścią. Dzięki swojej reaktywności nastawionej na współpracę z sektorem prywatnym i organizacjami pozarządowymi, przy jednoczesnym spełnianiu najwyższych standardów wskazanych przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, nasza Uczelnia ma być kuźnią aktywnych profesjonalistów zdolnych do przyjęcia roli zarządczej w nowoczesnej gospodarce i rozbudowie jej w oparciu o wiedzę.

UNIwersytet PRZEDSIĘBIORCZY ORAZ UCZELNIA ASBiRO JAKO EGZEMPLIFIKACJA PRZEDSIĘBIORCZEJ SZKOŁY WYŻSZEJ

Strategia Uczelni ASBiRO jest nadaniem generalnego kierunku rozwoju uczelni w perspektywie kadencji Rektora która kończy się w 2023 roku. Ma ona na celu realizację misji oraz podążanie w kierunku wskazanym przez wizję.

Uczelnia ASBiRO realizuje swoją misję, wizję i strategię poprzez i przy współdziałaniu studentów, władz uczelni, założyciela, kadry naukowo-dydaktycznej i pracowników administracyjnych.

Z przedsiębiorczością wiąże się zmiana, bo tylko ona umożliwia zysk związany z prawidłowym jej odczytaniem oraz aktywnym dostosowaniem się do niej. Obecna Polska i Europa to przestrzeń, w której zmiany zachodzą szybko. Gospodarka ulega transformacji w kierunku pogłębiania zyskowności usług, nowe technologie umożliwiają zmianę społeczną, a wiedza jest doceniana przez konsumentów którzy stale poszukują nowych produktów. To otwiera przestrzeń dla przedsiębiorczości, dla tych osób i podmiotów, które potrafią rozpoznać szansę przynieszoną przez zmianę i przekuć ją w wartość.

Chcąc kształcić przedsiębiorców Uczelnia ASBiRO sama chce być przedsiębiorczą i reprezentować model uczelni wyższej jako organizacji opartej na wiedzy w jej szczególnym, już wcześniej wspomnianym, typie wyróżnionym przez Burтона Clarka. Wskazał on pięć cech uniwersytetów przedsiębiorczych. Strategia Uczelni ASBiRO zakłada, że nasza Uczelnia będzie je podzielać. Te cechy to:

1. Wzmocnienie centrum sterującego. Uniwersytet przedsiębiorczy, w przeciwieństwie do uniwersytetu rozumianego na sposób tradycyjny, ma poszukiwać szans i wykorzystywać je. Ma więc, jak już to przytoczyliśmy w misji Uczelni, przekuć szanse na zyski. Centrum decyzyjne uczelni przedsiębiorczej musi cechować się menadżerskim podejściem oraz elastycznością organizacyjną. Menadżerskie podejście jest niezbędne do tego, aby prędko reagować na możliwość zysku wynikającego ze zmiany. Tylko taka forma podejścia, wprost zaczerpnięta z organizacji biznesowych i trzeciego sektora, pozwala na reakcję w czasie dla niej adekwatnym. Elastyczność organizacyjna, czyli stan, w którym instytucje rozumiane jako ponadosobowe formy myślenia, warunkuje zdolność do realizacji decyzji oraz zdolność do aktywnego zmieniania się wraz z otoczeniem.
2. Rozwój segmentów peryferyjnych. W celu usprawnienia transferu wiedzy z uczelni i do niej, w modelu uniwersytetu przedsiębiorczego istotna jest rola inwestowania w jednostki organizacyjne wspierające uczelnię. Mogą to być kluby absolwenta, stowarzyszenia przyjaciół uczelni, platformy współpracy z biznesem czy trzecim sektorem. Są one ważne ponieważ stanowią instytucjonalną ariergardę uczelni i ułatwiają jej wyjście na zewnątrz. Ważną zaletą jest też łatwość ich tworzenia i likwidowania, w zależności od potrzeb uczelni.
3. Dywersyfikacja źródeł finansowania. W przypadku uniwersytetu przedsiębiorczego polega ona na poszukiwaniu środków na rynku, pod postacią zleceń dla podmiotów zewnętrznych. W przypadku prywatnego uniwersytetu przedsiębiorczego oczywistą formą dywersyfikacji źródeł finansowania jest również chesne.
4. Stymulowanie centrum akademickiego. Ta cecha polega na zmianie myślenia o dyscyplinach naukowych, kierunkach nauczania i wydziałach uczelni jako miejscach, w których są one zgłębiane. Chodzi o odejście od utartych podziałów i przełamywanie ich po to, aby przy zderzaniu ze sobą różnych podejść odnaleźć nowe wartości.
5. Zintegrowana kultura przedsiębiorczości. Polega na rozwijaniu kultury organizacyjnej w kierunku takim lub zbliżonym do takiego, jaki reprezentuje firma. Nie oznacza to porzucenia tożsamości uniwersyteckiej, wręcz przeciwnie, pielęgnowanie jej może być istotnym elementem wyróżniającym uczelnię.

Powyższy spis cech, jakie wyróżniają uniwersytet przedsiębiorczy jest dla Uczelni ASBiRO formą wskazówek pokazujących kierunek, w którym musimy dążyć. Każda uczelnia ma jednak swoją specyfikę, stąd też wynika potrzeba przekucia powyższych, ogólnych wskazań, na takie, które będą charakteryzować Uczelnię ASBiRO. Innymi słowy, cechy uniwersytetu przedsiębiorczego muszą zostać krytycznie odczytane i dostosowane do specyficznego czasu i miejsca, w którym działa Uczelnia ASBiRO.

1. Wzmocnienie centrum sterującego w Uczelni ASBiRO. Ten postulat zakłada menadżerskie podejście do zarządzania uczelnią oraz instytucjonalną elastyczność tejże. Podejście menedżerskie rozumiemy jako podział obowiązków osób decyzyjnych według dziesięciu podstawowych ról menedżera które wyróżnił Henry Mintzberg. Są nimi: reprezentant, przywódca, łącznik, monitor, rozdzielający informację, rzecznik, przedsiębiorca, kierujący zaburzeniami, rozdzielający zasoby, negocjator. Podział pracy pomiędzy osoby decyzyjne przy wspólnym zarządzaniu i konsultowaniu

decyzji ale w oparciu o trzymanie się powyższych kategorii, w naszej ocenie spełnia postulat menedżerskiego podejścia. Instytucjonalną elastyczność uczelni osiągniemy poprzez jej lekką strukturę rozumianą tu jako niezwiększanie, ponad niezbędne minimum, administracji Uczelni. Dodać tu należy, że Uczelnia ASBiRO jest nową szkołą. Możemy zacząć budować naszą strukturę niemalże od fundamentów.

2. Rozwój segmentów peryferyjnych w Uczelni ASBiRO. Z punktu widzenia profilu Uczelni, jest to punkt niezwykle ważny. Współpraca z obecnymi na rynku przedsiębiorcami, ich instytucjami oraz instytucjami trzeciego sektora będzie naturalnym przedłużeniem działalności Uczelni, w tym celu wytworzy ona klub absolwenta, klub młodego przedsiębiorcy (dla uczniów szkół średnich, potencjalnych przyszłych studentów) oraz inne jednostki wspomagające transfer wiedzy i doświadczeń. Uważamy, że w pracy przedsiębiorcy niezwykle istotne jest podpatrywanie innych, bardziej doświadczonych przedsiębiorców. Chcemy zapewnić naszym Studentom możliwość uczenia się od ludzi, którzy już odnieśli sukces. Równie ważna jest dla nas współpraca z trzecim sektorem. Tam również można znaleźć dobre przykłady zasługujące na zainteresowanie, a sami przedstawiciele trzeciego sektora mogą być przedsiębiorcami społecznymi upowszechniającymi nowe idee w swoich środowiskach. Chcemy współpracować także z nimi i włączać ich w przepływ wiedzy do i z uczelni.
3. Dywersyfikacja źródeł finansowania. Uczelnia ASBiRO jest uczelnią niepubliczną, będzie się utrzymywać z czesnego Studentów, opłat za prowadzone kursy, dodatkowych opłat pobieranych od studentów. Możliwym dodatkowym źródłem finansowania Uczelni będzie też odpłatna działalność naukowo-badawcza, działalność eventowa oraz poszukiwanie środków na działalność na zasadzie fundraisingu. Wielość wymienionych źródeł finansowania gwarantuje ich dywersyfikację, a ta w konsekwencji pozwala na niezależność Uczelni od jednego czy nielicznych podmiotów.
4. Stymulowanie centrum akademickiego a Uczelnia ASBiRO. Nasza działalność polegająca na kształceniu przedsiębiorców siłą rzeczy musi dotyczyć zagadnienia przekraczania ustalonych barier i wymiany pomiędzy instytucjami oraz jednostkami dysponującymi różną wiedzą. Ułatwi nam to plastyczna struktura młodej uczelni która pozwoli kształtować środowisko oparte o zdywersyfikowane źródła wiedzy.
5. Zintegrowana kultura przedsiębiorczości a Uczelnia ASBiRO. Jako uczelnia planujemy być przykładem instytucji zarządzanej jak firma, co w przypadku operowania na rynku edukacyjnym jako podmiot finansowany w większości przez czesne, zdaje się być ułatwione. Jako podmiot prywatny będziemy mogli w pełni korzystać z sygnałów dostarczanych przez rynek i w oparciu o nie kształtować ceny naszych usług. Co za tym idzie, także kształtować kulturę przedsiębiorczości Uczelni.

Powyższe wskazania określające miejsce Uczelni ASBiRO jako uczelni przedsiębiorczej powinny być doprecyzowane. Jest to możliwe poprzez ustalenie celów strategicznych. Podzieliliśmy je na cztery grupy.

1. Cele strategiczne w zakresie kształcenia
 - a. Kształcenie studentów przedsiębiorczych, zdolnych do przyjęcia zmiany, zarządzania nią i generowania zysków – dla siebie i swojego otoczenia.
 - b. Kształcenie studentów którzy będą prezentować najwyższe walory etyczne, niezbędne do bycia liderami w swoich środowiskach. Pragniemy kłaść nacisk na rozwój osobowy, umocowany w personalistycznej antropologii.
 - c. Kształcenie studentów zdolnych do samodzielnej pracy, organizowania jej innym, potrafiących pracować z innymi i zarządzać sobą oraz swoimi projektami w czasie.
 - d. Kształcenie studentów którzy będą w stanie nie tylko dostosować się do rynku pracy, ale też, w skali odpowiedniej dla prowadzonych przez nich przedsięwzięć, także ten rynek współtworzyć.
2. Cele strategiczne w zakresie badań naukowych
 - a. Tworzenie własnych badań naukowych oraz popularyzacja ich wyników
 - b. Popularyzacja badań tworzonych poza Uczelnią ze szczególnym uwzględnieniem przekazu mówiącego o niezbędności udziału rzetelnej wiedzy naukowej w zdolności do podtrzymania otwartego, liberalnego społeczeństwa
3. Cele strategiczne w zakresie współpracy z otoczeniem zewnętrznym
 - a. Aktywna działalność związana z promowaniem kultury przedsiębiorczości oraz etyki w przedsiębiorczości wśród młodzieży szkolnej, absolwentów Uczelni, mieszkańców regionu, w którym znajduje się Uczelnia oraz samych przedsiębiorców
 - b. Dbłość o nawiązywanie i utrzymywanie relacji z organizacjami biznesu, organizacjami naukowymi, uczelniami o podobnym profilu z Polski lub zagranicą a także organizacjami trzeciego sektora. Celem tej aktywności ma być ułatwienie wymiany wiedzy i doświadczeń a w konsekwencji wzajemne wzmocnienie tak Uczelni, jak i podmiotów z nią współpracujących
 - c. Wspieranie przedsiębiorców i ich organizacji zgromadzoną wiedzą ekspercką
4. Cele strategiczne w zakresie funkcjonowania Uczelni w jej wymiarze organizacyjnym
 - a. Prowadzenie odpowiedzialnej polityki kadrowej, pozwalającej na wypełnienie celów strategicznych w zakresie kształcenia i prowadzenia badań naukowych
 - b. Ograniczanie do niezbędnego minimum administracji uczelnianej.

ZADANIA UCZELNI ASBIRO USZCZEGUŁAWIAJĄCE STRATEGIĘ

1. W roku 2019:
 - a. Uruchomienie studiów pierwszego stopnia w trybie stacjonarnym i niestacjonarnym na kierunku „zarządzenie” spec. „zarządzanie prywatnym przedsiębiorstwem”
 - b. Uruchomienie studiów podyplomowych

- c. Intensywna akcja promocyjna Uczelni w szkołach średnich i środowiskach przedsiębiorczych
 - d. Nawiązanie współpracy z co najmniej jedną uczelnią wyższą z zagranicy o podobnym profilu
2. Do roku 2021
- a. Poszerzenie oferty studiów podyplomowych o co najmniej dwa nowe produkty
 - b. Poszerzenie oferty studiów licencjackich o jeden kierunek
 - c. Uruchomienie kształcenia na odległość
 - d. Nawiązanie strategicznego partnerstwa z co najmniej jedną europejską lub amerykańską międzynarodowo rozpoznawalną fundacją mającą za cel promocję przedsiębiorczości
3. Do roku 2023:
- a. Poszerzenie oferty studiów o studia uzupełniające magisterskie w trybach stacjonarnym i niestacjonarnym na kierunku „zarządzanie” spec. „zarządzanie prywatnym przedsiębiorstwem”

EWALUACJA I MONITOROWANIE STRATEGII

Powyższy dokument aby był działającym narzędziem mającym ułatwiać pracę, musi być ewaluowany. Zajmować się tym będzie rektor Uczelni oraz ciała uczelniane mające funkcję nadzoru, na czele z Senatem. Zostanie również sporządzony specjalny terminarz poświęcony realizacji strategii. Będzie zawierał opisy działań, wskazywał podmioty odpowiedzialne za ich realizację, umiejscawiał je w czasie a także przestrzeni finansowej wskazując źródła ich finansowania.