

Strategia VIAMODA Szkoły Wyższej w Warszawie

Cele strategiczne na lata 2015-2020:

1. Cel pierwszy

Rozwój Uczelni w obszarze kształcenia specjalistów dla zmieniających się potrzeb branż kreatywnych, płynnie wchodzących na rynek pracy, zdolnych do działań innowacyjnych i tworzenia wzorców estetycznych podnoszących kulturę materialną społeczeństwa na wysoki poziom.

Realizacji tego celu służy:

- doskonalenie autorskich programów kształcenia i bazy dydaktycznej, z uwzględnieniem aktualnych potrzeb rynku, innowacji aplikowanych w branże oraz systematycznego rozwoju estetyki i potencjału twórczego studentów;
- tworzenie stabilnego i silnego środowiska akademickiego Uczelni poprzez rozwój kadry naukowej (zbudowanie silnego zespołu pracowników akademickich związanych z Uczelnią w oparciu o rozwój młodych pracowników nauki) i dydaktycznej z udziałem wybitnych praktyków branżowych, posiadających zdolność przekazywania swojej wiedzy i umiejętności oraz prezentujących właściwe dla środowiska akademickiego wzorce postaw i zachowań;
- prowadzenie aktywnych działań włączających studentów w pozaprogramowe formy rozwoju osobistego i zdobywania dodatkowych umiejętności oraz kompetencji zawodowych;
- poszerzanie oferty edukacyjnej o nowe specjalności, studia podyplomowe oraz nowe kierunki kształcenia dostosowane do potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego;
- rozwój infrastruktury VIAMODA dostosowanej do prowadzonych i planowanych kierunków studiów oraz postępu dokonującego się w danej dziedzinie, zwłaszcza w obszarze profesjonalnych laboratoriów i specjalistycznych pracowni projektowych;
- budowanie bazy bibliotecznej (w tym zapewnienie dostępu do zbiorów internetowych) oraz autorskich platform e-learningowych wspomagających proces uczenia;
- wpisanie w program studiów rzetelnego komponentu praktyk i staży zawodowych oraz udziału studentów w projektach realizowanych dla branży i rynku mody.

2. Cel drugi

Uczynienie z Uczelni centrum kontaktu i wymiany wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych i zawodowych pomiędzy środowiskiem akademickim, gospodarką w obszarze branż kreatywnych oraz krajowymi i zagranicznymi środowiskami eksperckimi.

Realizacji tego celu służy:

- rozwijanie współpracy z przedsiębiorstwami branż kreatywnych – w tym liderami rynku, organizacjami samorządu gospodarczego; włączanie ich w życie Uczelni, obejmujące m.in.: udział ich przedstawicieli w ważnych dla społeczności akademickiej wydarzeniach;
- prowadzenie wspólnych działań pozarynkowych, organizację staży i praktyk studenckich, wizyt studyjnych oraz doradztwo zawodowe;
- prowadzenie działalności wizerunkowej dla branży oraz szkoleniowej, doradczej i projektowej na rzecz branżowych przedsiębiorstw;
- prowadzenie programu studenckich projektów zawodowych z możliwością ich przemysłowej i/lub rynkowej realizacji;
- aktywny udział przedstawicieli Uczelni w wydarzeniach branżowych na rynku krajowym i zagranicznym.

3. Cel trzeci

Poszerzenie współpracy z instytucjami promującymi polskie wzornictwo oraz innymi środowiskami akademickimi krajowymi i międzynarodowymi; czerpanie, w procesie doskonalenia kształcenia, z najlepszych wzorców i doświadczeń krajowych i światowych.

Realizacji tego celu służy:

- prowadzenie wspólnych działań edukacyjnych z wybranymi uczelniami krajowymi i zagranicznymi, obejmujące m.in.: wspólne programy edukacyjne, wymianę pracowników i studentów, gościnne wykłady oraz wizyty studyjne;
- zapewnienie możliwości kontynuacji kształcenia absolwentom VIAMODA na partnerskich uczelniach;
- udział w programie ERASMUS;
- aktywny udział w programach promujących Uczelnię i polskie wzornictwo na arenie krajowej i międzynarodowej.

4. Cel czwarty:

Tworzenie środowiska społeczno-kulturowego wokół VIAMODA poprzez angażowanie studentów i pracowników w działania pozaedukacyjne oraz budowanie i utrzymywanie więzi z absolwentami Uczelni.

Realizacji tego celu służy:

- utrzymywanie kontaktu i prowadzenie działań na rzecz otoczenia społecznego Uczelni;
- organizacja lub aktywny udział w wydarzeniach społeczno-kulturalnych pracowników i studentów Uczelni;
- utrzymywanie kontaktów z absolwentami Uczelni, włączanie ich w życie społeczności akademickiej oraz monitorowanie ich zawodowych losów;
- budowanie pozycji i aktywne kształtowanie opinii o Uczelni, służące poczuciu dumy wśród partnerów, pracowników, współpracowników, studentów i absolwentów VIAMODA z przynależenia do naszej wspólnoty.