

STRATEGIA VIAMODA SZKOŁY WYŻSZEJ W WARSZAWIE

Cele strategiczne na lata 2021-2025

1. CELE STRATEGICZNE W OBSZARZE KSZTAŁCENIA

Rozwój Uczelni w obszarze kształcenia specjalistów i menedżerów posiadających solidne podstawy teoretyczne połączone z odpowiednim przygotowaniem praktycznym oraz warsztatowym do zawodu projektanta, specjalisty ds. komunikacji i visual branding'u oraz powiązanych z nimi specjalnościami, w oparciu o program kształcenia zintegrowany z otoczeniem branżowym i zdiagnozowanymi potrzebami szeroko pojętych branż kreatywnych, umożliwiając absolwentom płynne wejście na rynek pracy.

Realizacji tych celów służy:

- doskonalenie programów kształcenia i bazy dydaktycznej, z uwzględnieniem aktualnych potrzeb rynku, zmieniających się trendów rynkowych, innowacji aplikowanych w branżę mody oraz branżach kreatywnych;
- systematycznego rozwoju potencjału kreatywnego studentów umożliwiającego przyszłym absolwentom właściwego zaplanowania kierunków rozwoju zawodowego i ścieżki kariery;
- tworzenie stabilnego i silnego środowiska akademickiego Uczelni poprzez rozwój kadry naukowej i dydaktycznej z udziałem wybitnych praktyków branżowych aktywnie działających w branży mody i jej pokrewnych, 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;
- stałe uaktualnianie obecnych specjalności oraz poszerzanie oferty edukacyjnej o nowe studia magisterskie, studia podyplomowe oraz nowe kierunki kształcenia dostosowane do realnych potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego;
- zapewnienie możliwości kontynuacji kształcenia absolwentom studiów licencjackich VIAMODA na studiach magisterskich oraz studiach podyplomowych;
- przekazywanie wiedzy oraz umiejętności kreowania właściwego rozwijania marki modowej w zakresie projektowym, produkcji, świadomego kreowania jej tożsamości i wizerunku oraz umiejętności wprowadzenia jej na rynek przy uwzględnieniu zakładanych celów biznesowych;
- 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 konkursach i projektach realizowanych na rynku mody.

2. ROZWÓJ WSPÓŁPRACY KRAJOWEJ I ZAGRANICZNEJ Z PRZEDSTAWICIELAMI BRANŻY MODY

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:

- nawiązanie nowych i podtrzymanie istniejących kontaktów z firmami z branży, obecnymi na polskim rynku i funkcjonującymi na rynkach międzynarodowych;
- stałe rozwijanie współpracy z przedsiębiorstwami z branży mody szeroko i pojętych 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. WSPARCIE UMIĘDZYNARODOWIENIA I MOBILNOŚCI STUDENTÓW ORAZ KADRY NAUKOWO- DYDAKTYCZNEJ:

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;
- udział w programie ERASMUS+, zapewniając możliwości kontynuacji kształcenia absolwentom VIAMODA na partnerskich uczelniach oraz zdobywania praktycznego doświadczenia w ramach praktyk i staży;
- aktywny udział w programach promujących Uczelnię i polskie wzornictwo na arenie krajowej i międzynarodowej.

4. ROZWÓJ W OBSZARZE KSZTAŁTOWANIA PRZYJAZNEGO ŚRODOWISKA AKADEMICKIEGO:

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 oraz 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, poprzez działania w mediach społecznościowych i inne formy promocji Uczelni, służące kreowaniu pozytywnego wizerunku VIAMODA wśród partnerów, pracowników, współpracowników, studentów i absolwentów.