

STRATEGIA VIAMODA SZKOŁY WYŻSZEJ W WARSZAWIE

Cele strategiczne na lata 2026-2030

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 ubioru i kostiumu, specjalisty ds. komunikacji, visual branding, stylisty, a także dyrektora kreatywnego oraz powiązanych z nimi specjalnościami i ścieżkami kształcenia, w oparciu o programy kształcenia na I i II stopniu studiów, zintegrowane 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 branży mody oraz branżach kreatywnych, w tym wprowadzenie i rozwijanie oferty studiów w języku angielskim;
- systematyczny rozwój potencjału kreatywnego studentów umożliwiający przyszłym absolwentom właściwe zaplanowanie kierunków rozwoju zawodowego i ścieżki kariery;
- tworzenie stabilnego i silnego środowiska akademickiego Uczelni poprzez rozwój kadry 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, a także w doskonalenie programów studiów;
- stałe uaktualnianie obecnych ścieżek kształcenia oraz poszerzanie oferty edukacyjnej na kierunku wzornictwo, studia podyplomowe oraz nowe kierunki kształcenia dostosowane do realnych potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego;
- zapewnienie możliwości kontynuacji kształcenia absolwentom studiów licencjackich VIAMODA na studiach magisterskich w ramach Uczelni oraz rozwijanych mocniej od roku akademickiego 2026/27 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;
- budowanie bazy bibliotecznej (w tym zapewnienie dostępu do zbiorów internetowych) oraz autorskich platform internetowych, wspomagających proces uczenia i uczenia się;
- rozwijanie w programach studiów komponentu praktyk i staży zawodowych oraz udziału studentów w konkursach i projektach realizowanych na rynku mody.

2. ROZWÓJ WSPÓŁPRACY KRAJOWEJ I ZAGRANICZNEJ Z PRZEDSTAWICIELAMI BRANŻ KREATYWNYCH

Wzmacnianie pozycji Uczelni jako 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 rozwijanie 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, a także w doskonalenie programów studiów;
- 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 UMIEDZYNARODOWIENIA I MOBILNOŚCI STUDENTÓW ORAZ KADRY 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+, zapewnienie 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;
- tworzenie międzynarodowego środowiska społeczności Uczelni poprzez rozwijanie oferty studiów w języku angielskim.

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, a także włączanie tych grup w doskonalenie programów studiów;

Realizacji tego celu służy:

- utrzymywanie kontaktu oraz prowadzenie działań na rzecz otoczenia społeczno-gospodarczego Uczelni;
- organizacja lub aktywny udział w wydarzeniach społeczno-kulturalnych pracowników i studentów Uczelni;
- utrzymywanie kontaktów z absolwentami Uczelni, włączanie ich w życie społeczności akademickiej a także w doskonalenie programów studiów oraz monitorowanie ich zawodowej ścieżki kariery,
- 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.