



AKADEMIA
EKONOMICZNO-HUMANISTYCZNA
W WARSZAWIE

STRATEGIA

Akademii Ekonomiczno-Humanistycznej w Warszawie

na lata 2020–2025

Warszawa, 18 grudnia 2019



AKADEMIA
EKONOMICZNO-HUMANISTYCZNA
W WARSZAWIE

STRATEGIA

Akademii Ekonomiczno–Humanistycznej w Warszawie

na lata 2020–2025

OPRACOWANIE:

dr Konrad Janowski

dr hab. Anna Llanos-Antczak, prof. AEH

dr hab. Piotr Szczepankowski, prof. AEH

dr Marcin Staniewski

dr Arif Erkol

OPRACOWANIE GRAFICZNE:

Agnieszka Skriabin-Rucińska

© Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna
w Warszawie

ul. Okopowa 59
01-043 Warszawa



Misja

Misją Akademii Ekonomiczno-Humanistycznej w Warszawie jest przyczynianie się do wzrostu dobrobytu i rozwoju społeczno-gospodarczego poprzez prowadzenie wartościowych społecznie i innowacyjnych badań naukowych oraz kształcenie i wychowanie studentów w duchu wybranych przez Uczelnię wartości przygotowujące ich do kompetentnego podejmowania odpowiedzialnych ról w różnych obszarach gospodarki, życia społecznego, kulturalnego i naukowego.



Vizja

Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna w Warszawie jest uczelnią o charakterze akademickim, stawiającą wysokie wymagania społeczności akademickiej. Realizuje wielodyscyplinarne i innowacyjne badania naukowe o międzynarodowym zasięgu oddziaływania. Prowadzi wysokiej jakości kształcenie studentów polskich i zagranicznych w różnych dziedzinach i dyscyplinach naukowych. Łączy tradycję prowadzenia badań naukowych z kształceniem o profilach ogólnoakademickim i praktycznym. Dąży do wzmacniania swojego oddziaływania prospołecznego w wymiarze zarówno lokalnym jak i globalnym. Jest zorientowana przyszłościowo i reaguje na zmieniające się potrzeby otwartej gospodarki. Dąży do umacniania postaw sprzyjających rozwojowi społeczeństwa demokratycznego i obywatelskiego. Jest uczelnią neutralną światopoglądowo i religijnie, tolerancyjną i wrażliwą społecznie.

Dewiza

Per scientiam ad sapientiam

Dewiza Akademii Ekonomiczno-Humanistycznej odzwierciedla przekonanie, że nauka (*scientia*) stanowi uniwersalny fundament rozwoju i dobrobytu społeczeństw. Osiągnięcia nauki są nie do przecenienia, doprowadziły i wciąż prowadzą do postępu technologicznego radykalnie poprawiającego jakość życia i dobrostan ludzi na całym świecie. Rozwój cywilizacji technologicznej, oprócz postępu, niesie ze sobą jednak także szereg potencjalnych zagrożeń związanych z szeroko rozumianym odhumanizowaniem tradycyjnych więzi społecznych i relacji międzyludzkich. Dlatego też nieustającym wyzwaniem stojącym współcześnie przed uczelniami wyższymi jest takie uprawianie nauki i kształcenie studentów, które pozwala na powiązanie celów utylitarnych i kompetencji technologicznych z wartościami humanistycznymi wy wpływającymi z godności osoby ludzkiej i odpowiedzialności społecznej. Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna w Warszawie uznaje, że ścisłe powiązanie utylitarnych i technologicznych osiągnięć naukowych z uniwersalnymi wartościami humanistycznymi prowadzi do dojrzałości i mądrości (*sapientia*) zarówno indywidualnych osób jak i całych społeczeństw. Pragnienie dążenia do tak rozumianej mądrości i propagowania składających się na nią wartości przyświeca wysiłkom badawczym i dydaktycznym podejmowanym w Akademii Ekonomiczno-Humanistycznej w Warszawie.

Wartości

Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna w Warszawie przyjmuje trzy naczelne wartości i dąży do ich urzeczywistniania w swoich różnorodnych działaniach.

Kompetencja

Posiadanie specjalistycznej, merytorycznej, opartej na podstawach naukowych wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych związanych z wybraną drogą kariery zawodowej. Umiejętność profesjonalnego stosowania posiadanej wiedzy i umiejętności. Osadzenie specjalistycznej wiedzy i umiejętności w szerokim kontekście rozumienia zmieniającej się rzeczywistości społeczno-gospodarczej i kulturowej. Świadomość potrzeby ciągłego samodoskonalenia, w tym doskonalenia wiedzy i umiejętności przez całe życie. Świadomość swojego pozytywnego potencjału, ale także swoich słabości.

Kreatywność

Postawa otwartości umysłu na poszukiwanie nowych i niestandardowych rozwiązań. Zdolność generowania oryginalnych idei i ich testowania. Zdolność uczenia się na błędach i wyciągania z nich konstruktywnych wniosków. Odwaga w proponowaniu i realizacji innowacji. Umiejętność przełamywania stereotypowego myślenia i działania. Elastyczność w postępowaniu i myśleniu pozwalająca na efektywną adaptację w zmieniających się warunkach otoczenia. Tolerancja na frustrację, wytrwałość w dążeniu do wyznaczonych odległych celów i utrzymywanie realistycznej pozytywnej samooceny opartej o doświadczenie własnych sukcesów i porażek. Docenianie wysiłku o charakterze twórczym swojego i innych. Odnajdowanie satysfakcji i poczucia spełnienia w aktywności twórczej.

Odpowiedzialność społeczna

Potrzeba ukierunkowania swoich działań na rzecz osiągnięcia dobra wspólnego. Wysoka świadomość własnej odpowiedzialności za działania i wybory podejmowane w życiu zawodowym i osobistym. Uznawanie istnienia systemu wyższych wartości o charakterze uniwersalnym wpływających z niezbywalnej godności osoby ludzkiej i praw człowieka. Uznawanie znaczenia i dążenie do umacniania zasad równości, tolerancji, sprawiedliwości i solidarności społecznej. Uznawanie znaczenia i dążenie do umacniania zasad demokracji, społeczeństwa obywatelskiego i pokojowego współistnienia różnych grup społecznych. Zdolność do konstruktywnego współdziałania z innymi, poszukiwania synergii i współpracy w działaniu z innymi. Dostrzeganie wartości w różnorodności.

Realizacja wartości

Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna w Warszawie realizuje swoje wartości poprzez kształtowanie w procesie dydaktycznym zgodnych z tymi wartościami zachowań, umiejętności i postaw społecznych studentów. Uczelnia oczekuje także od swoich pracowników utożsamiania się z tymi wartościami i autentycznego prezentowania zgodnych z nimi postaw i zachowań w życiu społeczności akademickiej, wobec interesariuszy zewnętrznych i w życiu prywatnym. Uczelnia wbudowuje te wartości w swoją kulturę organizacyjną. Wartości Uczelni znajdują także odzwierciedlenie w wysokim profesjonalizmie, innowacyjności i etosie prowadzonych badań naukowych, w podejmowanej tematyce badań, a w szczególności są uwzględniane w kontekście skutków społecznych wynikających z prowadzonych badań. Uczelnia uzyskuje synergię w realizacji swoich wartości poprzez podejmowanie współpracy z innymi podmiotami uznającymi te same lub podobne wartości. AEH wierzy i uznaje, że oparcie swojej działalności o te wartości stanowi o obecnej i przyszłej sile oddziaływania Uczelni na bliższe i dalsze otoczenie społeczno-gospodarcze.

Aby wypełnić wyżej opisaną misję i dążyć do realizacji wizji zgodnie z przyjętymi wartościami, zostały zdefiniowane krótko- i średnioterminowe cele strategiczne dla Akademii Ekonomiczno-Humanistycznej w Warszawie.



Cele strategiczne na lata 2020-2025

- I. DOSKONALENIE JAKOŚCI KSZTAŁCENIA
- II. POSZERZENIE ZAKRESU I ZWIĘKSZENIE AKTYWNOŚCI BADAWCZEJ
- III. WZMOCNIENIE RELACJI UCZELNI Z OTOCZENIEM SPOŁECZNO-GOSPODARCZYM
- IV. ZWIĘKSZENIE UMIEDZYNARODOWIENIA UCZELNI
- V. DOSKONALENIE KULTURY ORGANIZACYJNEJ UCZELNI
- VI. UZYSKANIE PRZEZ UCZELNIĘ STATUSU UNIWERSYTETU

Cel strategiczny I

DOSKONALENIE JAKOŚCI KSZTAŁCENIA

Zgodnie ze swoją misją, Uczelnia pragnie zapewnić najwyższą jakość kształcenia opartego na najnowszej i sprawdzonej wiedzy naukowej oraz dopasowanego do oczekiwań studentów oraz aktualnych i przyszłych potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego.

Działania służące osiągnięciu tego celu:

1. Stałe monitorowanie dopasowania oferty dydaktycznej do oczekiwań studentów i potrzeb zmieniającego się otoczenia społeczno-gospodarczego.
2. Doskonalenie modelu i metod kształcenia oraz programów nauczania opracowywanych przy większym współudziale studentów i przedstawicieli praktyki społeczno-gospodarczej.
3. Ściślejsze powiązanie programów i treści nauczania z badaniami naukowymi prowadzonymi w Uczelni.
4. Uelastycznienie programów studiów poprzez zmianę procesów i procedur projektowania programów studiów, w tym zwiększenie i uatrakcyjnienie oferty zajęć do wyboru.
5. Dążenie do zwiększenia udziału studentów i doktorantów w prowadzonych w Uczelni badaniach, konferencjach i publikacjach naukowych.
6. Aktywne zarządzanie ofertą edukacyjną poprzez zwiększenie możliwości realizacji zajęć wspólnych dla różnych kierunków studiów.
7. Optymalne ujednolicenie oferty zajęć dydaktycznych prowadzonych w języku polskim i angielskim, m.in. w celu wprowadzenia możliwości odbywania studiów mieszanych (w obu językach).
8. Promowanie wykorzystywania w kształceniu innowacyjnych rozwiązań dydaktycznych, w tym rozwijanie metod kształcenia na odległość o wysokiej jakości.

9. Dążenie do uzyskiwania potwierdzenia wysokiej jakości kształcenia przez zdobywanie akredytacji oraz osiąganie wysokich lokat w rankingach krajowych i zagranicznych.
10. Wprowadzanie do treści i metod kształcenia elementów pozwalających na realizację obranych przez Uczelnię wartości – kompetencję, kreatywność i odpowiedzialność społeczną – wyrażające się w szczególności poprzez wzmacnianie u studentów postaw prospołecznych i odpowiedzialności etycznej, inspirowanie kreatywności, innowacyjności i przedsiębiorczości oraz nacisk na przyswajanie wiedzy i umiejętności miękkich, niezbędnych do dokonywania racjonalnych wyborów zawodowych i osobistych.
11. Doskonalenie programów adaptacji kulturowej i językowej dla studentów zagranicznych, przekładających się na ułatwienie ich codziennego funkcjonowania w Polsce.
12. Podnoszenie umiejętności dydaktycznych i metodycznych nauczycieli poprzez odpowiednio dopasowane szkolenia i programy stymulujące rozwój dydaktycznej ścieżki kariery zawodowej.
13. Optymalizowanie obciążeń nauczycieli akademickich, wdrażanie zróżnicowanych systemów motywacyjnych i ulepszanie systemu oceny okresowej pracowników badawczo-dydaktycznych i dydaktycznych.
14. Stworzenie programów wsparcia dla nauczycieli akademickich uczących na studiach anglojęzycznych oraz w filii Uczelni.
15. Analiza stopnia zadowolenia studentów z oferty edukacyjnej i dążenie do utrzymywania równowagi między stopniem satysfakcji a wymaganiami stawianymi studentom.
16. Doskonalenie procesu ewaluacji zajęć dydaktycznych, a w szczególności zwiększenie jego efektywności, tak aby wyniki ewaluacji w większym stopniu przekładały się na rzeczywistą poprawę jakości zajęć dydaktycznych i efektywności kształcenia.
17. Wdrożenie procesów monitorujących i doskonalących jakość administracyjnej obsługi procesu dydaktycznego.

18. Rozszerzenie proponowanej przez Uczelnię oferty kształcenia poprzez opracowanie atrakcyjnych programów dla nowych kierunków studiów odpowiadających na aktualne i przyszłe potrzeby otoczenia społeczno-gospodarczego.
19. Podnoszenie atrakcyjności nowo opracowywanych programów studiów poprzez zwiększanie ich interdyscyplinarnego charakteru i zwiększanie w nich udziału efektów kształcenia przyporządkowanych do różnych dyscyplin.
20. Podnoszenie atrakcyjności i dopasowanie oferty edukacyjnej do potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego poprzez upracticzanie procesu nauczania, zwiększanie w programach udziału zajęć o charakterze praktycznego wykorzystania wiedzy i ćwiczenia umiejętności, w tym we współpracy z podmiotami zewnętrznymi.
21. Dalsze rozwijanie zasobów bibliotecznych, w tym zasobów tematycznie dostosowanych do nowo otwieranych kierunków studiów, a także dostępu do naukowych i użytecznych dydaktycznie elektronicznych baz danych i innych zasobów elektronicznych.
22. Doskonalenie i rozwijanie infrastruktury wspierającej proces dydaktyczny, w tym nowych laboratoriów, sprzętu, centrów symulacji, ośrodków praktycznego stosowania nabywanej wiedzy i umiejętności.
23. Poprawa gotowości edukacyjnej kandydatów na studia poprzez doskonalenie systemu ich rekrutacji.
24. Uelastycznienie zasad organizacji toku studiów i weryfikacji efektów uczenia się, tak aby w większym stopniu były dopasowane do zróżnicowanego poziomu uzdolnień studentów a także ich potrzeb i oczekiwań.
25. Wdrażanie systemów podnoszących jakość organizowanych przez Uczelnię praktyk zawodowych oraz wsparcia aktywności studentów na rynku pracy poprzez zwiększenie efektywności akademickiego biura karier.

Cel strategiczny II

POSZERZENIE ZAKRESU I ZWIĘKSZENIE AKTYWNOŚCI BADAWCZEJ

Celem strategicznym Uczelni jest poszerzenie zakresu prowadzonej aktywności badawczej poprzez rozpoczęcie prowadzenia badań naukowych w nowych dziedzinach i dyscyplinach naukowych oraz zwiększenie aktywności badawczej, odzwierciedlające się we wzroście wysokiej jakości publikacji naukowych i efektywności pozyskiwania funduszy zewnętrznych na prowadzenie badań naukowych. Wymiernym wskaźnikiem osiągnięcia tego celu będzie uzyskanie kategorii naukowej dla wszystkich reprezentowanych w Uczelni dyscyplin nauki, w tym także dla nowo otwieranych, na poziomie przynajmniej B+ w 2025 roku.

Działania służące osiągnięciu tego celu:

1. Realizacja ustalonych zasad zatrudniania nowych pracowników badawczo-dydaktycznych o udokumentowanym wysokim potencjale w zakresie działalności badawczej i pozyskiwania funduszy na prowadzenie badań naukowych.
2. Rekrutacja i zatrudnienie nowych pracowników naukowo-dydaktycznych prowadzących aktywność badawczą w nowych dziedzinach (dziedzina nauk humanistycznych, dziedzina nauk medycznych i nauk o zdrowiu, dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych) i dyscyplinach nauki (w szczególności: językoznawstwo, nauki o kulturze i religii, nauki o zdrowiu, architektura i urbanistyka, automatyka, elektronika i elektrotechnika, nauki medyczne).
3. Ustalanie indywidualnych kontraktów przebiegu strategii i ścieżek rozwoju aktywności badawczej i publikacyjnej pracowników badawczo-dydaktycznych.
4. Wdrażanie programów systemowego i zindywidualizowanego wsparcia organizacyjnego pracowników badawczo-dydaktycznych w zakresie ich działalności badawczej i publikacyjnej.

5. Wdrożenie systemu bieżącego monitorowania osiągnięć naukowych pracowników badawczo-dydaktycznych i badawczych w zakresie realizowanych badań i publikacji.
6. Identyfikowanie uzdolnionych studentów i włączanie ich w prace badawcze prowadzone w Uczelni.
7. Tworzenie partnerstw z innymi jednostkami naukowymi (krajowymi i zagranicznymi) w celu zwiększenia własnego potencjału badawczego (tworzenie zespołów badawczych, zapewnienie dostępności do aparatury badawczej).
8. Nawiązywanie bliskich relacji z podmiotami okołonaukowymi (wydawcy czasopism i monografii) w celu podnoszenia umiejętności redakcyjnych i zwiększania kompetencji publikacyjnych pracowników.
9. Organizowanie międzynarodowych konferencji naukowych z udziałem tzw. czasopism wspierających dla zwiększenia możliwości publikacyjnych pracowników Uczelni.
10. Finansowanie udziału kadr Uczelni w międzynarodowych konferencjach naukowych z udziałem tzw. czasopism wspierających dla zwiększenia ich możliwości publikacyjnych.
11. Finansowanie prac wydawniczych pracowników Uczelni (monografie, artykuły) w postaci grantów rektorskich.
12. Eliminowanie bariery językowej poprzez finansowanie kursów językowych, wsparcie finansowe w zakresie tłumaczenia i korekty językowej prac naukowych.
13. Podnoszenie kompetencji kadry AEH poprzez finansowanie udziału w szkoleniach i warsztatach zwiększających ich kompetencje i efektywność na polu badawczym.
14. Prowadzenie aktywnej polityki kadrowej uwzględniającej gratyfikowanie pracowników wykazujących osiągnięcia na polu publikacyjnym i pozyskiwanie funduszy zewnętrznych na prowadzenie badań.

15. Prowadzenie aktywnej polityki identyfikowania i zatrudniania własnych absolwentów wykazujących duży potencjał rozwoju badawczego.
16. Wsparcie rozwoju wydawanych przez Uczelnię czasopism naukowych poprzez działania zwiększające ich znaczenie i pozycję na rynku naukowym oraz powoływanie nowych czasopism.



Cel strategiczny III

WZMOCNIENIE RELACJI UCZELNI Z OTOCZENIEM SPOŁECZNO-GOSPODARCZYM

Cel ten zakłada maksymalizowanie odnoszonych korzyści – zarówno dla Uczelni, jej bezpośrednich interesariuszy i szerokiego otoczenia społeczno-gospodarczego – z możliwości, jakie dają relacje Uczelni z otoczeniem społeczno-gospodarczym.

Działania służące osiągnięciu tego celu:

1. Wypracowywanie zróżnicowanych sposobów transferu wytwarzanej w Uczelni wiedzy naukowej do szeroko rozumianego sektora gospodarki, życia społecznego i kulturalnego.
2. Proponowane przez pracowników projekty badawcze powinny zawierać jako obowiązkowy element strategię praktycznej implementacji ich wyników oraz ocenę ich oddziaływania na otoczenie społeczno-gospodarcze.
3. Wspieranie inicjatyw studenckich, których zakres oddziaływania wykracza poza Uczelnię i promuje ją na zewnątrz.
4. Wprowadzenie do programów studiów obowiązku zrealizowania przez studentów projektu społecznego.
5. Wspieranie powstawania i działania różnych organizacji studenckich, których aktywność przyczynia się do promocji Uczelni na poziomie naukowym, wizerunkowym i biznesowym (np. koła naukowe, kluby sportowe, wydawnictwa studenckie, organizacja wydarzeń naukowych i kulturotwórczych, radio uczelniane, kanały informacyjne w mediach społecznościowych itp.)
6. Promowanie aktywności opiniotwórczej i eksperckiej realizowanej poza Uczelnią przez jej pracowników.
7. Włączenie działalności typu opiniotwórczego jako elementu podnoszącego ocenę okresową pracowników, w szczególności nauczycieli akademickich.

8. Zachęcanie pracowników do kandydowania i zasiadania w różnych gremiach opiniotwórczych i decyzyjnych – naukowych, kulturotwórczych i gospodarczych.
9. Wprowadzenie spójnego systemu promocji Uczelni i kształtowania jej wizerunku poprzez określenie charakterystycznych motywów graficznych, logotypów, elementów wizualnych, które będą obowiązywać we wszystkich upublicznianych dokumentach, stronach internetowych, informatorach itp.
10. Określenie procedur upubliczniania wszelkich informacji mogących mieć znaczenie wizerunkowe.
11. Ustalanie strategii promocyjnych z odpowiednim wyprzedzeniem.
12. Wypracowanie strategii promowania osiągnięć naukowych, wyników prac badawczych, organizowanych przez Uczelnię eventów, osiągnięć studentów, i innych sukcesów Uczelni.
13. Udostępnianie infrastruktury Uczelni i udzielanie mecenatu Uczelni dla przedsięwzięć kulturalnych/naukowych o znaczeniu lokalnym, regionalnym i międzynarodowym.
14. Wprowadzenie do programów nauczania treści mających znaczenie dla kształtowania postaw prodemokratycznych i proobywatelskich.
15. Nawiązywanie współpracy z podmiotami społecznymi i gospodarczymi w zakresie prowadzenia badań naukowych.
16. Nawiązywanie współpracy z podmiotami zewnętrznymi w zakresie podnoszenia jakości kształcenia, w szczególności uprzątniania kształcenia.
17. Nawiązywanie współpracy z podmiotami dającymi możliwość odbywania atrakcyjnych praktyk i staży zawodowych studentom.
18. Wdrażanie programów mających na celu podtrzymywanie przez Uczelnię partnerskich relacji i więzi z absolwentami poprzez monitorowanie ich rozwoju zawodowego, a także organizowanie zjazdów i konferencji tematycznie adresowanych do absolwentów Uczelni.

19. Podtrzymywanie przyjaznych relacji z partnerami i interesariuszami Uczelni w wymiarze kontaktów i spotkań okolicznościowych.



Cel strategiczny IV

ZWIĘKSZENIE UMIĘDZYNARODOWIENIA UCZELNI

Internacjonalizacja Uczelni ma służyć budowaniu środowiska wielokulturowego, opartego na wzajemnym szacunku odnośnie do wyznawanych wartości, tolerancji i poszanowania uniwersalnych zasad etycznych oraz integracji międzykulturowej.

Działania służące osiągnięciu tego celu:

1. Poszerzanie portfolio partnerstw strategicznych – działania te mają służyć zintensyfikowaniu mobilności kadry akademickiej i administracyjnej oraz studentów, a także prowadzeniu wspólnie badań naukowych oraz wymiany doświadczeń w oparciu o program Erasmus+ i poza nim.
2. Większe umiędzynarodowienie społeczności akademickiej mające na celu zwiększenie liczby wykładowców z doświadczeniem międzynarodowym, posiadających dyplom zagraniczny i obcokrajowców, zwiększenie liczby studentów oraz poszerzenie portfolio krajów, z których pochodzą.
3. Umiędzynarodowienie badań naukowych zarówno w obszarze ich prowadzenia, jak i rozpowszechniania rezultatów.
4. Rozwijanie inicjatyw mających na celu lepszą asymilację studentów zagranicznych oraz umożliwiających im łatwiejsze poruszanie się w środowisku międzykulturowym, odnalezienie swojego miejsca na międzynarodowym rynku pracy oraz łatwiejsze wejście w społeczność akademicką (m.in. szkoły letnie, targi, eventy o charakterze integracyjnym, informacyjnym, spotkania z przedstawicielami biznesu i inne wydarzenia wspomagające).
5. Umiędzynarodowienie *curriculum* (wprowadzenie do programów kształcenia treści o charakterze międzynarodowym i wielokulturowym, edukacja kulturowa i pro-integracyjna, rozwijanie świadomości różnic kulturowych, tolerancji i etyki).

6. Poszerzenie współpracy w obszarze kształcenia z uczelniami wyższymi z innych krajów (możliwość realizacji wspólnych programów studiów, uzyskania *double degree* lub częściowej realizacji studiów w AEH na podstawie umów).
7. Podnoszenie konkurencyjności i tym samym pozycji AEH na rynku międzynarodowym, w tym staranie o zaistnienie w międzynarodowych rankingach uczelni wyższych, na początek tych o zasięgu europejskim.
8. Uzyskanie akredytacji oraz certyfikacji międzynarodowych, które przysłużą się podniesieniu prestiżu Uczelni (w pierwszej kolejności akredytacja instytucjonalna CEEMAN oraz certyfikacja ACCA dla kierunku finanse).

Cel strategiczny V

DOSKONALENIE KULTURY ORGANIZACYJNEJ UCZELNI

Celem strategicznym Akademii Ekonomiczno-Humanistycznej w Warszawie jest doskonalenie kultury organizacyjnej wyrażające się w poprawie procesów zarządczych i organizacyjnych, co przełoży się na zwiększenie efektywności działań Uczelni.

1. Poprawa sprawności organizacyjnej – optymalizacja procesów organizacyjnych i wykorzystanie zasobów. Poprawa efektywności pracy poprzez zmianę w świadomości i przyjęcie nowej perspektywy – postrzegania administracji Uczelni jako całości, dążenia do optymalizacji nie tylko własnych działań, ale całego procesu.
2. Podniesienie zdolności kadr do wykonywania zadań – zbudowanie i wykorzystanie kompetencji, motywacji oraz warunków pracy. Zachęcenie pracowników do ciągłego doskonalenia swoich umiejętności i odwagi wskazywania tych elementów funkcjonowania organizacji, które wymagają korekty.
3. Usprawnienie procesów komunikacji poziomej i pionowej tak, aby wszyscy pracownicy byli poinformowani o wdrażanych zmianach, procesach i regulaminach dotyczących ich działu.
4. Inwestycja w możliwości technologii informatycznych celem zwiększenia jakości badań, poprawy nauczania i podniesienia efektywności w funkcjach administracyjnych.
5. Integracja systemów informatycznych ERP, SIS, LMS, systemu rekrutacji i innych, zapewnienie przepływu/synchronizacji danych między systemami, zasada jednorazowego wprowadzania informacji, system raportowania.
6. Wsparcie przyjaznej dla studentów zagranicznych adaptacji w środowisku akademickim Uczelni i w Polsce celem dostarczenia im poczucia bezpieczeństwa oraz satysfakcji z wyboru Uczelni, a w konsekwencji budowanie wizerunku Uczelni jako miejsca „wartego swojej ceny”.

7. Budowa rozpoznawalności Uczelni przez odświeżenie i uporządkowanie komunikacji wizualnej, stworzenie nowej strony www, wdrożenie *marketing automation*.
8. Opracowanie strategii „*employer brandingowej*” opartej na jasnej, realnej strukturze firmy, doskonalenie komunikacji z pracownikami, przygotowanie oceny pracowniczej, wykrystalizowanie struktury organizacyjnej Uczelni.
9. Uruchomienie programu mentoringowego dla studentów przez Akademickie Biuro Karier, optymalizujące identyfikowanie utalentowanych studentów i ich rekrutację do pracy w Uczelni.
10. Dostarczenie spójnej informacji dla studentów o funkcjonowaniu i procesach dydaktycznych, formalnych i socjalnych na Uczelni oraz wymogach życia w Polsce – zbieranie, przetwarzanie i dostarczanie studentom pełnej i spójnej informacji oraz działanie Uczelni przez *Welcome Office*.
11. Poprawa jakości i wydajności bezpośredniej obsługi studenta w różnych jednostkach administracyjnych Uczelni.

Cel strategiczny VI

UZYSKANIE PRZEZ UCZELNIĘ STATUSU UNIWERSYTETU

Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna w Warszawie wyznacza sobie za cel strategiczny podniesienie swojej rangi i znaczenia poprzez uzyskanie statusu uniwersytetu w roku 2025.

Działania służące osiągnięciu tego celu:

1. Rozszerzenie oferty edukacyjnej poprzez wprowadzenie kształcenia na nowych kierunkach studiów przyporządkowanych do dyscyplin należących do dziedziny nauk humanistycznych.
2. Rozszerzenie oferty edukacyjnej poprzez wprowadzenie kształcenia na nowych kierunkach studiów przyporządkowanych do dyscyplin należących do dziedziny nauk o zdrowiu i nauk medycznych.
3. Rozszerzenie oferty edukacyjnej poprzez wprowadzenie kształcenia na nowych kierunkach studiów przyporządkowanych do dyscyplin należących do dziedziny nauk inżynieryjno-technicznych.
4. Powołanie nowych zespołów badawczych realizujących wysokiej jakości aktywność badawczą i publikacyjną przyporządkowaną do dziedzin nauk humanistycznych, medycznych i o zdrowiu oraz inżynieryjno-technicznych.
5. Uzyskanie w 2025 roku kategorii naukowej co najmniej B+ w co najmniej sześciu dyscyplinach należących do co najmniej trzech dziedzin nauki.
6. Pozyskiwanie zewnętrznych środków finansowych z przeznaczeniem na wsparcie rozbudowy infrastruktury Uczelni oraz jej potencjału dydaktycznego i badawczego, tak aby spełniał on standardy oczekiwane od uniwersytetu.