

WIZJA ALK

Globalny partner wiedzy biznesowej w Europie Środkowej
Globally distinguished business knowledge partner in Central Europe

MISJA ALK

Wykorzystujemy nasze zamiłowanie do przedsiębiorczości, relacje korporacyjne, potencjał naukowy oraz międzynarodowe doświadczenie, aby wносить nową jakość do biznesu, prawa i społeczeństwa.
We are leveraging our entrepreneurial flair, our corporate relations, our research potential and our internationalization to make a difference in business, law and society.

Strategia rozwoju Akademii Leona Koźmińskiego na lata 2017-2020

cele główne: dążenie do elitarności, dążenie do antykruchej turkusowej organizacji

Obszar Strategiczny I - Jakość kształcenia

LP	CEL STRATEGICZNY
1	Wypracowanie i wdrożenie koncepcji zarządzania portfelem produktów ALK tworzenie programów studiów w ALK wg nowej formuły, weryfikacja potrzeb rynku
2	Dalszy rozwój portfela produktów Akademii informatyka w zarządzaniu, big data, kierunki certyfikowane, tworzenie innowacyjnych programów kształcenia powiązanych z kluczowymi obszarami badań prowadzonych na uczelni
3	Uelastycznienie programów studiów w Akademii zgłaszany przez studentów postulat większej elastyczności studiowania, zmiana procesów i procedur projektowania programów studiów, udział studentów i doktorantów w konferencjach i badaniach
4	Zwiększenie liczby innowacji dydaktycznych przygotowanie koncepcji wraz z wdrożeniem, wykorzystywanie w dydaktyce wyników badań
5	Podniesienie jakości zajęć dydaktycznych poprzez zmniejszenie obciążeń nauczycieli akademickich określenie zasad rozliczania zajęć dydaktycznych
6	Rozwój / Wzrost kadry międzynarodowej prowadzącej zajęcia w ALK
7	Utrzymanie równowagi pomiędzy satysfakcją klienta, a wymaganiami stawianymi studentom
8	Efektywny system zbierania opinii zwrotnej studentów na temat zajęć dydaktycznych nowy system ankietowy, badania fokusowe, etc.
9	Reforma kadrowa - eliminacja pracowników źle prowadzących zajęcia uzależnienie wynagrodzenia od jakości prowadzonych zajęć
10	Wzrost jakości kandydatów na studia - Strategic Enrollment Management np. diagnostyka studentów "na wejściu", dopasowanie grup, podwyższenie limitów punktów maturalnych dla kandydatów na studia

Obszar Strategiczny II - Umiejdzynarodowienie i relacje z otoczeniem

LP	CEL STRATEGICZNY
1	Określenie kierunków dalszej współpracy z otoczeniem biznesowym w Polsce
3	Wdrożenie systemu zarządzania relacjami z klientem typu CRM (Customer Relationship Management)
4	Opracowanie i wdrożenie procedur aktywnej komunikacji z absolwentami
5	Zdefiniowanie substrategii dalszego umiejdzynarodowienia uczelni (international spirit) dookreślenie kierunku i celów stawianych przed umiejdzynarodowieniem ALK
6	Zwiększenie pozycji i rozpoznawalności Akademii w Polsce zbudowanie relacji z władzami miasta, dzielnicy, wzrost świadomości marki wśród Polaków.
7	Uaktywnienie Fundacji Koźmińskich wzrost zbieranych środków, crowdfunding, etc., promowanie kreatywności wśród studentów
8	Stworzenie profesjonalnego inkubatora i akceleratora przedsiębiorczości współpraca z otoczeniem biznesowym: inwestorami, aniołami biznesu, crowdfunding
9	Współpraca ze środowiskiem społeczno-ekonomiczno-biznesowym włączanie firm we wspólne przedsięwzięcia dydaktyczne i badawcze
10	Umiejdzynarodowienie studiów MBA
11	Utrzymanie akredytacji EQUIS, AACSB i AMBA

Obszar Strategiczny III - Badania naukowe i studia doktoranckie

LP	CEL STRATEGICZNY
1	Rozwój badań międzynarodowych zwiększenie udziału badań międzynarodowych w badaniach ALK - strategiczne sojusze z partnerami zagranicznymi, organizowanie znaczących konferencji międzynarodowych, inwestycja w oprogramowanie naukowe dla kadry akademickiej
2	Wdrożenie repozytorium prac naukowych integracja z bazą "Dorobek Naukowy", popularnymi narzędziami on-line
3	Zwiększenie liczby i jakości publikacji naukowych w uznanych czasopismach naukowych w tym zdefiniowanie polityki i promocji publikacji
4	Uatrakcyjnienie oferty studiów doktoranckich interdyscyplinarne studia w języku angielskim
5	Zwiększenie efektywności kończenia studiów doktoranckich
6	Uaktywnienie seminariów doktoranckich z socjologii
7	Uzyskanie uprawnień habilitacyjnych w dyscyplinie finansów, uprawnień doktorskich w dyscyplinie zarządzanie humanistyczne
8	Rozwój kierunku Far East (Chiny, Wietnam)
9	Podniesienie kategorii badawczej

Obszar Strategiczny IV - Polityka kadrowa

LP	CEL STRATEGICZNY
1	Przygotowanie (szkolenia) i wdrożenie wybranych wartości z obszaru Turkusowej Organizacji w ALK
2	Zbudowanie struktur HR w organizacji system oceny, work-life balance pracowników, elementy turkusowej organizacji, wartości
3	Reforma kadrowa (struktura organizacyjna) - określenie roli kierowników katedr zwiększenie uprawnień, organizacja pracy, budżety katedr, odpowiedzialność za programy, mentoring młodej kadry ze strony samodzielnych pracowników naukowych
4	Zmniejszenie liczby pracowników z kategorii "Other" do mniej niż 10% kadry (zgodnie z rekomendacją AACSB)
5	Profesjonalizacja kadry administracyjnej w zakresie obsługi klienta wzrost satysfakcji interesariuszy
6	Obniżenie średniego wieku kadry profesorskiej w kontekście minimum kadrowego i <70
7	Program rozwoju i wsparcia młodej kadry dążącej do habilitacji i po habilitacji

Obszar Strategiczny V - Infrastruktura i zarządzanie operacyjne organizacją

LP	CEL STRATEGICZNY
1	Opracowanie nowej misji i wizji
2	Ukierunkowanie organizacji w stronę Turkusowej Organizacji opracowanie koncepcji rozwoju Turkusowej Organizacji
3	Akademia, jako Organizacja Zarządzana Projektowo rozwój zarządzania projektowego, budowanie baz wiedzy, efekt dzielenia się wiedzą
4	Nowe inwestycje infrastrukturalne - satysfakcja interesariuszy ATRIUM II, A1 (strefa executive), A2 (modernizacja), D (elewacja), B (przebudowa)
5	Nowe inwestycje informatyczne - satysfakcja interesariuszy e-usługi, kontrola Dostępu, kamery (zwiększenie bezpieczeństwa), płatny parking
6	Przygotowanie planu inwestycyjnego i utrzymania kampusu do 2030 roku analiza w zakresie parkingu, drogi dojazdowej, otoczenia, akademika, hali sportowej, etc.
7	Usługi consultingowe / doradcze realizowane przez Uczelnię analiza możliwości, przygotowanie koncepcji, wdrożenie
8	Poprawa / Zwiększenie retencji studentów pomiędzy stopniami studiów jak i w ramach jednego programu
9	Utrzymanie wysokiej satysfakcji interesariuszy Akademii minimalizacja luki pomiędzy jakością rzeczywistą, a deklarowaną
10	Stworzenie i wdrożenie nowej strategii marketingowej Identyfikacja konkurencji, ustalenie obszarów przewagi i niedociągnięć, plan utrzymania pozycji na rynku szkolnictwa wyższego

* Rozwinięcie skrótów:

AACSB - The Association to Advance Collegiate Schools of Business

AMBA - Association of MBAs

EQUIS - European Foundation for Management Development

CEEMAN - Central and Eastern European Management Association

JCR - Journal Citation Reports

KEBS - Kozminski Executive Business School ALK

KIBS Kozminski International Business School ALK