

Колеж по Мениджмънт, Търговия и Маркетинг - София



СТРАТЕГИЧЕСКИ ПЛАН

**НА КОЛЕЖ ПО МЕНИДЖМЪНТ, ТЪРГОВИЯ И
МАРКЕТИНГ – СОФИЯ ЗА ПЕРИОДА 2015 – 2020 година**

София 2015

Съдържание:

Въведение	3
I. Основни направления на институционалното стратегическо управление в образователната дейност	6
1. Проектно базирано обучение и обучение, основаващо се на компетентности	6
2. Директория за стимулиране креативната енергия на личността /ДАКЕЛ/	12
3. Хармонизиране на учебните планове и програми с европейските стандарти	13
4. Лимитиращи фактори	14
5. Нормативна база	14
6. Качество на обучението	15
7. Привличане на студенти от други страни	17
II. Основни параметри на институционалното Стратегическо управление на научноизследователската и научно-приложната дейности на Колежа.	19
Заклучение	20

Въведение

Стратегията на Колеж по мениджмънт, търговия и маркетинг – София се основава на:

- > увереност, че в “областта на висшето образование ще се акцентира върху изграждане на системата на колежанското неуниверситетско професионално образование” (преговорна глава 18, “Образование и обучение”), което означава устойчиво развитие за такъв вид висше училище;
- > убеденост, че липсата на опит и традиции, както и честите промени в правната уредба налагат стратегиите да имат краткосрочен и средносрочен характер;
- > визията на Колежа за прилагане на тактически подход на стратегическото управление, съчетан с продължаваща и развиваща се институционална политика, формулирана и осъществявана в почти 20-годишния период на съществуване, базирана на автономност, централизирано регулиране и регламентиране на дейността, в комбинация с децентрализирана институционална инициатива;
- > императивно изискване за осигуряване на качество на образованието;

- > разбирането, че Колежът като недържавно, частно училище все повече се оказва в условията на реална международна конкуренция, защото хората в България, които са готови да отделят средства за образование са потенциални потребители не само на българските частни висши училища, но и на чуждестранните;
- > убеждението, че съвременните модерни образователни системи в развитите индустриални страни ще бъдат своеобразен стандарт за образователните звена у нас, като се надяваме, че процесът на трансфер на този модел ще бъде развиван на колежанско равнище.

Процесът на осъществяването на стратегическия план ще се организира и управлява, както на ниво институция, така и на нива институционални звена и програми.

Институционалното стратегическо управление (ИСУ) е насочено към адаптиране на учебния план и учебните програми към условията на динамично променящата се обкръжаваща среда и за синхронизиране и хомогенизиране на националните ни образователни традиции към европейските, в контекста на членството на България в ЕС. Важни функции на ИСУ са приспособяване на образователните дейности на Колежа към силно изразената демографска криза в нашата страна и към промените в технологичните, социалните, информационните и правно-административните елементи на средата, както и съобразяване с опита на европейските висши училища да разработват специални стратегии (включително и намаляване на таксите, за да привличат студенти от други страни).

Стратегията на Колеж по МТМ е ориентирана и в посока на настройване на учебната дейност към естествено създалата се тенденция за съвместяване на световната икономика на знанието с икономиката на потребностите, както и на тенденциите към глобализация и регионализация на образованието. Този неизбежен процес изисква изграждането на образователен модел, основан на приложните области в икономическата наука. В стратегически план се предвижда постепенното превръщане на Колежа в Център за развитие на приложни науки, като първата стъпка за това е създаването и развитието на Институт за приложен маркетинг и предприемачество.

Стратегическото управление в Колежа е насочено към целенасочени и научно обосновани промени в учебните програми, към методологии и подходи, които са свързани със силната интернационализация на висшето образование, разнообразния профил на студентите и преподавателския състав, както и на динамичните промени в партньорските организации на Колежа и в средите на потребителите на образованието-работодателите от стопанския сектор. Влияние върху стратегическото управление на Колежа оказва и съвременното развитие на образователните, информационните и комуникационните технологии.

Постигнатите договорености и използването опыта на университети, висши училища и колежи от Холандия, Полша, Литва, Естония и Сърбия осигуряват основата за практическото преориентиране на дейността и създаване на съвместни студентски, преподавателски и изследователски екипи, осъществяващи проекти в мениджмънта, търговията и маркетинга.

Упоменатите функции на стратегическото управление засягат в тесния смисъл структурните и организационните звена на Колежа, а в по-широк смисъл: целевата група на Колежа – студентите и техните родители; партньорите му – от бизнеса в национален и международен мащаб; правителствените регулативни и административни органи, както и неправителствените организации, с които Колежът е свързан. Подходите, които се прилагат по отношение на стратегическото управление са пет, а именно: системен подход, интердисциплинарен подход, екипен подход и иновационен подход. Те се прилагат, както на етапа на разработване на политиката, така и на етапа прилагане в реалната практика на Колежа.

I. Основни направления на институционалното стратегическо управление в образователната дейност

1. Проектно-базирано обучение и обучение, основаващо се на компетентности

Проектно-базираното обучение (ПБО) е водещ подход в Колежа по МТМ, който е разработен и приложен от Университета за професионално обучение Фонтис в Айндрховен, Холандия, взаимстван по силата на сключен двустранен договор за сътрудничество между Колеж по МТМ и Институт по маркетинг и мениджмънт на Университет Фонтис. Този подход допринася за ориентирането на процеса на обучение към практиката и води до конкретни резултати и добра подготовка на студентите. Налице е и определена институционална подкрепа за прилагането на подхода ПБО.

Причините за прилагане на ПБО и ОКО /Основаващо се на компетентности обучение/ от Колежа по МТМ са много, но основната е световната тенденция образованието в университетите и бизнес училищата да се преориентира от традиционното академично обучение към професионално ориентирани бакалавърски програми, към нови и модерни начини на обучение, към проектно-интегрирано обучение и обучение на основа прецедентния подход (проучване, анализ и решаване на казуси и практически задачи).

В стратегическа насока Колежът по МТМ ще преориентира своята дейност от подход при предлагането на образователни услуги, основан на проектно-приложните аспекти на знанията, към подход, основан на парадигмата за постигане на конкретни практически резултати от обучението, с оглед създаване и развиване на конкурентните предимства.

За реализиране на тази цел ще бъде осъществено следното:

- 1.1. Първоначално съвместяване на успешно приложената парадигма на проектно-базираното обучение с основаващо се на компетентности обучение (ОКО). Двата подхода са успешно разработени и приложени в Холандия и други държави-членки на ЕС. Освен постигането на конкретни практически резултати, подобно съвместяване и впоследствие пълен преход към ОКО ще осигури и необходимата институционална подкрепа. Холандските университети са с богат опит в ПБО и ОКО и в работата с казуси – практически задачи - подробно разработване на конкретна бизнес ситуация. Те като водещи университети успяват да отговорят на тенденцията да се

търси адекватно бизнес образование, като съчетават академичния консерватизъм със засилване на конкретните разработки (research papers и case studies), симулации и интензивни “курсове за лидери”, при които студентите се учат от висши служители от компании и така прилагат т.нар. експериментално учене, по-различно от обикновеното присъствие и слушане на лекции. Прилага се и проектното обединяване на конкретни задачи на студенти от различни специалности и работата им в екип. Например, студенти по медицина предлагат идея за нов апарат, бъдещите инженери го проектират, а студентите от професионалните училища по икономика планират неговото изработване, маркетинга, дистрибуцията му. Основата за прилагането на тези подходи безспорно е интегрираното проектно обучение на студентите;

1.1.1. ПБО и ОКО, по начина, по който са разработени и се прилагат в сферата на професионалното образование, ще бъдат осъществявани на основа на сключен договор за съвместна дейност между Колежа по МТМ и Университета Фонтис в Айндрховен, Холандия. Този процес е обвързан с полагането на стратегически образователни цели, оценка на съществуващата конкуренция в сферата на този вид образование, както и на програмното и структурното му обезпечаване;

1.2. След специалността “Маркетинг” предстои въвеждане и развиване на обучението по специалност “Туризъм”, като подготовката на професионални кадри в сферата на туристическото обслужване ще се осъществява в създадения Център със седалище в гр. Приморско;

- 1.3. Разработва се образователен профил на студентите в Колежа по МТМ, в който ще бъде заложена приемственост между получените теоретични знания и необходимата практическа подготовка, с цел успешна реализация на конкретното работно място. От своя страна, като професионални профили за завършващите Колежа се обособяват “самостоятелен предприемач”, “предприемач в малка и средна фирма” и “предприемач-мениджър (корпоративен предприемач)”, **включително и в сферата на туризма;**
- 1.4. Програмно-структурното обезпечаване на ПБО и ОКО от тактическа гледна точка ще бъде насочено към групиране на учебните дисциплини и практическите дейности в рамките на три основни модула:
- 1.4.1. Модул “Знания”;
- 1.4.2. Модул “Умения”;
- 1.4.3. Модул “Възприятия и оценка”;
- 1.5. Професионалното профилиране ще бъде подпомогнато чрез интегриран, интердисциплинарен и практически-ориентиран учебен план;
- 1.6. Деловите ролеви игри, както и компютърно базираното обучение ще бъдат тактически обвързани с постигането на образователната визия и целите на образованието по специалността;

- 1.7. Колежът по МТМ е ориентиран към експериментиране, основаващо се на образователната концепция, прилагана в Холандия, известна с наименованията ”Студентски мини-предприятия” и “Студентски консултантски компании”;
- 1.8. Специализираните учебни блокове (СУБ) ще бъдат основно ориентирани към придобиването на специални знания и умения от страна на студентите, както и на специфични делови и професионални качества;
- 1.9. Студентските практики ще бъдат организирани като естествено продължение на учебния процес към бъдещото кариерно развитие на студентите;
- 1.10. Създаването на Института за приложен маркетинг и предприемачество е обвързано както с процеса на обучение, така и с изследователския процес в Колежа. Чрез него ще се организират майсторски класове, водени от специалисти от маркетинговата и предприемаческата практика, ще бъдат разработвани и осъществявани изследователски проекти в сферата на приложните науки;
- 1.11. Взаимоотношенията “преподаватели-студенти” в процеса на обучение са опосредствани чрез въведената в Колежа по МТМ система MOODLE. На високо равнище се развива и обучението по информационни технологии в рамките на IT Microsoft Academy:
- **Качеството на образованието се повишава.** Това се постига както чрез иновативни учебни подходи, така и с привличане на повече и по-добри преподаватели;

- Други направления на динамичните промени в образованието са **разширяването на връзките с корпоративния свят и партньорството с чуждестранни университети**. Така студентите и преподавателите могат да работят през семестъра по международни проекти, с пътуване до съответната държава, като осъществяват и реално сътрудничество с местните училища и студенти.

Интерес за сътрудничество в тази насока проявяват множество престижни университети и висши училища от новите демокрации и развиващите се пазари. Един от примерите е осъществяваното коопериране между Колежа от една страна, и Института по Маркетинг Мениджмънт на Университета Фонтис от Холандия.

Европейската университетска система е в процес на продължителна промяна и развитие от дълъг период от време. Реорганизацията засяга значимо сектора за управление на човешките ресурси и работодателите. Промените в Европа се осъществяват на основата на Споразумението от Болоня (1999 г.), според което много държави са приели доброволно да работят за уеднаквяване на учебните степени и за трансфер на студентските кредити по начин, позволяващ на учащите се прехвърляне от един университет в друг свободно. Въвеждането на ПБО и ОКО от страна на Колежа е **осъществено с въвеждането на европейската кредитна и трансферна система**.

2. Директория за стимулиране креативната енергия на личността (ДАКЕЛ)

ДАКЕЛ е авторска разработка на Колежа и се прилага от пет години в рамките на осъществяваната приложна система за обучение (ПСО). В основата на метода стои постигането на определен синергичен ефект от екипното генериране на предприемачески бизнес-идеи и тяхното практическо реализиране. Резултатите от прилагането на ДАКЕЛ са окуражаващи и в съчетание с ПБО се търси и определен мултиплициращ ефект.

Същността и систематиката на Директорията е концентрирана в методологията на обучение по маркетинг и предприемачество в Колеж по МТ&М – София. В основата на Директорията са залегнали следните основни ключови елементи на приложената система за обучение:

2.1. Директория. Понятието е взаймствано от компютърния професионален език в смисъла на направление, посока и подсистема.

(а) направлението е – обучение по маркетинг и предприемачество;

(б) посоката е – получаване на приложно-практически знания;

(в) подсистемата е елемент от образователната система на колежанско ниво.

В процеса на обучение, с цел активиране на съзидателната енергия на обучаемите, се използват теоретични модели, емпирични резултати и практически изследвания с по-ниска степен на научна

обосновка за покриване на по-широк сегмент от потенциални и реални предприемачи. Акцентира се основно на анализите на маркетинговия и предприемаческия процес, на предприемаческите стратегии и маркетинговите и предприемаческите бизнеспроекти.

2.2. Личност. Личността се разглежда в контекста на нейната комплексност, индивидуалност и социализираност по следния начин:

(а) комплексност, в смисъл на сложна съвкупност от знания, умения, опит и придобити или присъщи поведенчески и динамични стереотипи;

(б) индивидуалност, изразяваща се в личностните характеристики, индивидуалните особености, уникалните способности и разбира се чрез психологически профил;

(в) социализация, касаеща връзките личност – социум, с отчитане при обучението по предприемачество на:

- морално-етичната среда и норми;
- културно-ценностните системи;
- правната и административната среда;
- регулативните стандарти.

3. Хармонизиране на учебните планове и програми с европейските стандарти

Колежът задължително използва всяка възможност за хармонизиране на учебните планове и програми с европейските образователни институции за получаване на двуезични дипломи.

На първо място, бързо и с организиране от страна на всички отговорни звена следва да се осъществи набелязаната процедура за

издаване на първата двуезична диплома, резултат от сътрудничеството между Колежа и холандските партньори.

4. Лимитиращи фактори на промяната

Съществуващите лимитиращи фактори, които оказват негативно влияние върху промените следва да бъдат преодоленни.

Един от тези фактори е количеството и качеството на научно-преподавателския състав. На първо място следва да се разреши проблемът с пенсионирането на професори и доценти, навършили пенсионна възраст. Еквивалентно попълнение не може да бъде осъществено автоматично. Колежът ще обяви конкурси за професори, доценти и асистенти, но поетапно, като основният проблем е да не изпадне Колежът в ситуация на “кадрови колапс”. Наложително е процедурите по назначаването да стават незабавно и интензивно. Колежът се ориентира и към привличане на гост-преподаватели и изявени специалисти от практиката за водещи майсторските класове.

5. Динамика в нормативната база

Сериозен проблем са **честите промени в нормативната база**, което не дава възможност за устойчивост в развитието.

В стратегически план трябва **да се приложат всички мерки за незабавно адаптиране в движение**, за да съумее ръководството да осъществява своевременно набелязаните промени.

6. Качество на обучението

Недържавните висши училища в България са иновация. Те поставиха начало и вече създават традиция в образованието независимо от наличието на множество проблеми. С такива се сблъсква всяко новаторство, но отговорът е, че няма алтернатива – устойчивото развитие на Колежа по МТМ като частно висше училище може да бъде обезпечено единствено с полагането на много усилия по отношение на поддържане и развиване качеството на обучение.

В краткосрочен план, визиращ близкото бъдеще, създаденият в структурата на Колежа Център за оценяване и кариерно развитие ще изпълни задачата за намиране на работещ подход за непрекъсната диагностика, анализ и оценка на качеството. Изборът ще се базира на следните възможности:

- Подход на измерване и съпоставяне с установените стандарти, което предполага известна универсалност. По този начин беше приложен стандартът, наречен „Единни държавни изисквания” в сферата на висшето образование;
- Подход на съответствие между обявената от институцията мисия и произведения продукт;
- Подход на колегиалната оценка, при който преподаватели от друго висше училище са специално поканени да оценят качеството на обучение на Колежа. Възможността за висока ефективност при оценяване на качеството би стимулирала допълнително неговото развитие. Този подход се прилага с

Българска Асоциация по Маркетинг (БАМ) и чужди партньори от училища извън страната.

Пазарната конкуренция е най-сериозният фактор, чрез който може да се постигне вътрешно институционална мотивация и да се поддържа високо качество. В съществуващите условия, в които е поставена страната и в частност системата на висшето образование, става въпрос за конкуренция и на международния пазар (особено в рамките на ЕС).

По отношение на конкуренцията трябва веднага да посочим един съществен проблем, за чието решаване Колежът ще търси възможности. Известно е, че студентите имат различни нагласи. Едни от тях търсят университет, в който да е застъпена изследователската работа, тъй като желанието им е да правят научна кариера, други търсят професионална квалификация в една много тясна област и сравнително бърза подготовка. Втората група формира търсенето на висше училище от колежански тип. За подготовката на студентите в колеж от съществено значение са преподавателите, които притежават теоретично практическа подготовка и могат да споделят и предадат своя опит.

Освен двете упоменати по-горе основни нагласи, съществуват и много други, считани за междинни ситуации. От друга страна, към всички висши училища (големи, малки, силни, слаби, нови и с традиции) се предявяват еднакви критерии и изисквания и всички те се състезават “на една писта”, като липсва възможност за тяхното диференциране. Публикуваните рейтинги показват една уравниловка, от която печелят единствено големите университети-мастодонти, задъхващи се от липсата на финансиране и изправени пред невъзможността за усвояване на обявените за прием на нови

студенти места. Възникването на конфликт на интереси е напълно естествено, като той може да бъде разрешен единствено от държавния регулатор в сферата на висшето образование. Решението е всеки да поеме собствен път, в условията на честна конкуренция и в стремеж към постигането на най-добри резултати.

Колежът ще търси най-правилното стратегическо решение чрез постоянни подобрения, като внимателно следи действията на своите конкуренти. Системата за оценяване и развитие на качеството е в процес на непрекъснато усъвършенстване, с оглед на постигането на пълно съответствие с обявената мисия.

7. Привличане на студенти от други страни

Настоящото и очаквано в близко бъдеще намаляване на броя на кандидатите следва да бъде компенсирано с привличане на кандидати за студенти от други страни.

Колежът успя да направи добра PR кампания в гр. Истанбул и получи своя първи резултат – 50 кандидат-студенти за периода 2005/2006 г. Важно беше и съгласието за това на турския Съвет за висше образование. 10 китайски младежи и девойки са подали документи само след една обява в местен вестник. Необходимо е да се създаде организация и развие подходяща тактика за привличане на студенти поотделно от всяка страна, както това се прави в съседни държави. В Румъния например нараства броят на българските студенти.

Печеливша тактика за привличане на повече кандидати е в условията на вече действащата тенденция да се открояват характеристиките, създаващи позитивна представа за недържавните

висши училища. За всяка учебна година поотделно е необходимо провеждането на изследване относно предимствата на недържавното училище (в случая на Колежа по МТМ), мотивиращи готовността на кандидатите за висше образование да го предпочетат. Именно тези предимства ще бъдат обект на бъдещи инвестиции.

Стремешът в бъдеще ще бъде публичния образ на Колежа по МТМ да се утвърди като висше училище, в което:

(а) студентът чувства, че Колежа съществува заради него, а не заради неговата такса;

(б) учебните планове и програми адекватно и своевременно отразяват изискванията на пазара на труда, а не се използват като основно средство за гарантиране препитанието на преподаватели;

(в) е приятно да се учиш и да бъдеш студент, защото университетската среда излъчва доверие, порядъчност привлекателност и комфорт на средата.

Ръководството на Колежа по МТМ ще се стреми с всички сили към обезсилване на твърденията, че частните училища функционират като нелоялни конкуренти на държавните. Това може да се случи единствено на базата на оценка на качеството на подготовката. Затова усилия и средства ще бъдат инвестирани за въвеждането на стандарти на изхода на процеса, т.е. система от описани компетенции. Обучението се базира на достигнато определено ниво на компетентност. Компетенциите, както е прието в квалификационната характеристика, се дефинират като способност да се комбинират знания, умения и подходи от професионален и общ характер. От друга страна, обучението базирано на “компетенции” поставя сериозни изисквания към начините за оценяване.

II. Основни параметри на институционалното стратегическо управление на научноизследователската и научно-приложната дейности на Колежа

1. Развитие на човешките ресурси в Колежа

В изпълнение на обявената от ЕС цел за изграждане на общество, основано на знанието, в следващия 5 годишен период Колежът предвижда да изгради собствени докторанти с помощта на партньорски университетски структури.

Предвидени са мерки за повишаване на творческата активност на преподавателите, изразена чрез повече публикации и обективизиране на оценката, с насочване в по-голяма степен към международни издания и участие в международни професионални събития.

Основните цели на стратегията на Колежа в сферата на човешките ресурси са:

- 1) Необходимост от въвеждане на приоритети за научни и приложни изследвания;
- 2) Продължаване на действията по изграждане на благоприятна среда за научна и научно-приложна дейност;
- 3) Развитие на научния потенциал;
- 4) Развитие на организационната структура и насищането ѝ с административен персонал.

Приоритет ще бъде интегрирането на научните изследвания в Европейското пространство на професионалното висше образование, както и въвеждане на международни критерии за оценка.

Заклучение

В заключение може да бъде направено следното обобщение по отношение на ИСО и ПСО в Колежа по МТ&М:

- Стратегическото управление в Колеж по МТ&М е ориентирано към ефективна професионална реализация на студентите в практиката на бизнеса, при това в областите и секторите, за които не е поставено изискването за магистърска квалификационна степен;
- Колеж по МТ&М се ориентира към бакалавърските програми за професионално обучение и към нови, модерни методи на обучение, като например проектно-базираното обучение, обучение чрез проучване, анализ и решаване на казуси, както и към интегрираното проектно обучение на студенти с различни специализации;
- Колеж по МТ&М работи в синхрон с динамичните промени в образованието за разширяване на връзките на висшите училища, с корпоративния свят и партньорството с чуждестранни университети;
- Колеж по МТ&М работи активно за планиране и развитие на кариерата на своите студенти;

- Колеж по MT&M ще постигне уеднаквяване на учебните степени и трансфер на студентските кредити така, че да може учащите да се прехвърлят свободно от един университет в друг;
- За модел на професионалния тип обучение в Колеж по MT&M служи опитът на Института за Маркетинг Мениджмънт от Университета Фонтис за Професионално Обучение в Айндохвен, Холандия;
- Прилагането на този модел се реализира и на основата на собствения опит на Колежа в областта на новите форми на обучение и връзки с бизнеса;
- Важен елемент в СУ на ПБО в Колеж по MT&M са симулациите и интензивните форми за обучение на предприемачи и лидери, при които студентите се обучават на живо от предприемачи и мениджъри от компании, като така се прилага учене, базирано на опита, за разлика от конвенционалните лекционни форми;
- В Колеж по MT&M ще се развива с приоритет звено, покриващо елементите на планиране и развитие на кариерата на студентите чрез обучение или чрез участие в практически ориентирана извън аудиторна работа – стажове, практики, бизнес пътувания и др.;
- Чуждо езиковото и компютърното обучение е основна ориентация при обучението на студентите в Колеж по MT&M.

Стратегията на достигане висока степен на публична видимост предполага специални усилия Колежа да бъде забелязан и разпознат. Обществеността трябва да разпознае положителните страни на училището. Част от мисията на Колежа е да бъде отговорна институция. Академичният състав и мениджмънтът трябва да демонстрират способност за обществено признаване на проблемите и поемане отговорност и мерки за тяхното преодоляване и решаване.

Процесът на подобряване на качеството изисква прилагане на итеративен и балансиран подход. Оптималното функциониране, което е идеал на всяко управление, може да се осъществи само чрез процес на непрекъснати подобрения в отделните елементи на обучението.