



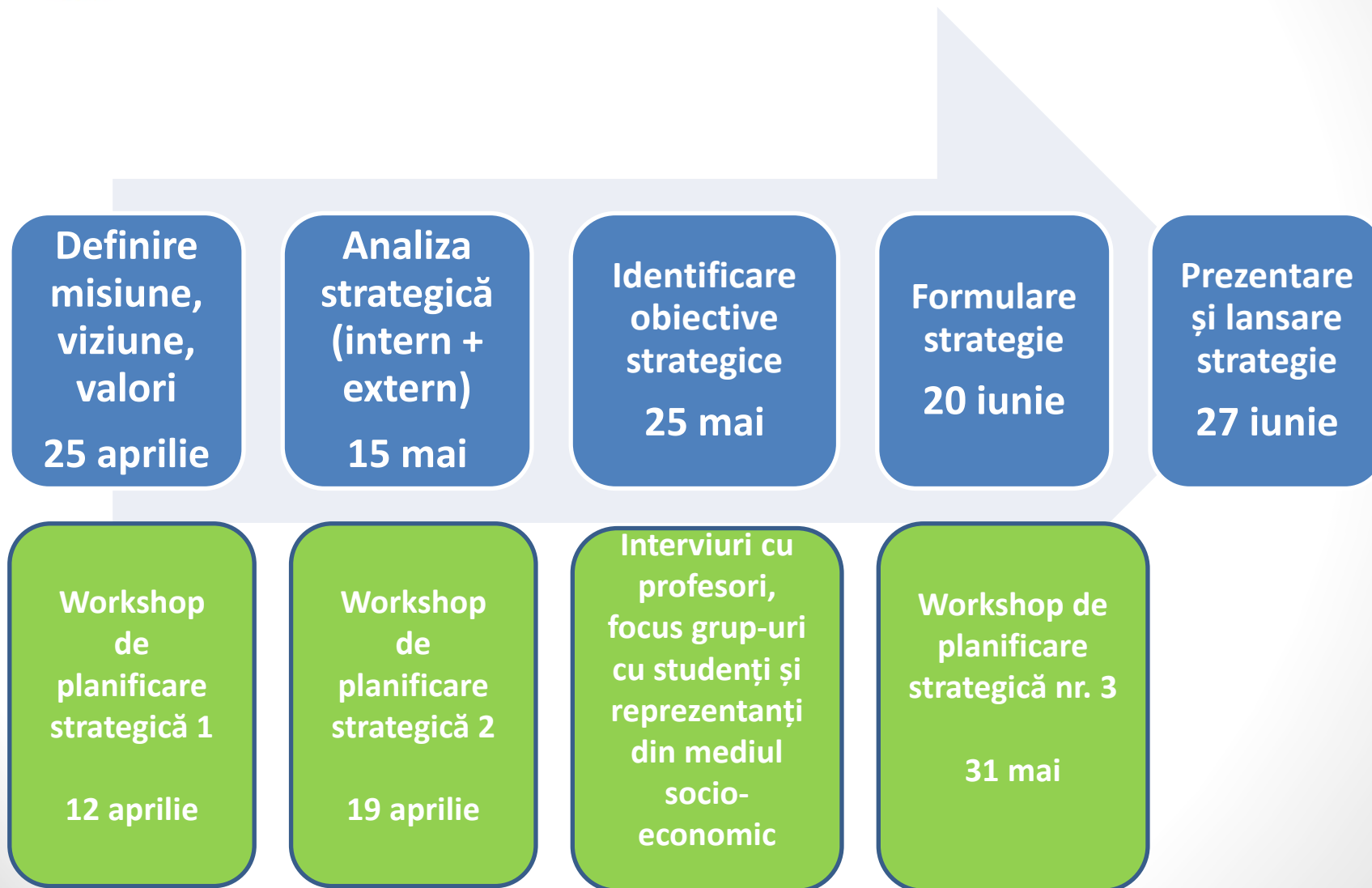
SNSPA – Orizont 2020

Plan strategic 2013-2020

Plan operațional 2013-2014



Procesul de (re)definire a strategiei SNSPA Orizont 2020





Pre-proiect: identificarea participanților la proces

- Identificarea unui manager de proiect + asistent
- Realizarea cartei proiectului
- Obținerea acordului facultăților/senatului /CA
- Comunicarea inițiativei și apel pentru implicare
- Nominalizarea reprezentanților facultăților – puncte de contact
- Stabilirea componenței echipei și realizarea unui plan de proiect
- Pregătirea documentelor explicative
 - Carta proiectului
 - Descrierea procesului (conform Kaplan, Norton, Porter)
 - Definiții și exemple pentru termenii folosiți (2-3 universități)
 - Formulările existente
 - Carta SNSPA – linii directoare



Constrângeri

- 8 aprilie: anunț în CA
- Baza legală pentru definirea misiunii și viziunii strategice a instituțiilor de învățământ superior: art.123 din Legea 1/2011
- Exigență mare cu privire la transparența decizională (conform art.124 din legea 1/2011)
- Includerea politicilor de responsabilitate socială, conform directivelor UE



Roluri

- Comitet de coordonare: CA
- Inițiator: Alina Bârgăoanu
- Experți în conținut:
 - Iordan Bărbulescu, Nicoleta Corbu, Diana Iancu, Florina Pânzaru, Cristian Pârvulescu + câte o persoană desemnată de fiecare structură.
- Facilitatori:
 - Simona Bonghez, Loredana Radu
- Echipa administrativă: Florina Joiță, 1 asistent/intern
- Responsabili comunicare:
 - Anca Goga
 - Studenți voluntari (site, documente, newsletter)



Etapa 1: definirea/reafirmarea misiunii, viziunii și valorilor universității

Obiectiv: definirea misiunii, viziunii și valorilor SNSPA pentru orizont 2020.

Proces:

- pregătirea documentelor explicative:
 - descrierea procesului (conform Kaplan, Norton, Porter)
 - definiții și exemple pentru misiune, viziune și valori (2-3 universități)
 - formulările existente.
- workshop cu managementul/reprezentanții celor cinci facultăți, CA, studenți, absolvenți pentru formularea misiunii, viziunii și valorilor;
- varianta 0 (draft) – trimitere spre completare;
- integrarea observațiilor și comentariilor primite;
- întâlnire cu rector și CA pentru validare;
- publicarea rezultatelor obținute.

Rezultate așteptate:

- formulări acceptate pentru misiune, viziune și valori ale SNSPA.



Etapa 2: analiza strategică (SWOT, PESTEL)

Obiectiv: analiza mediului intern și a mediului extern pentru fundamentarea strategiei.

Proces:

- pregătirea documentelor explicative
 - carta proiectului și descrierea procesului (conform Kaplan, Norton)
 - descrierea modelelor de analiză: SWOT, PESTEL, PORTER
 - exemple de analize strategice (2-3 universități).
- workshop cu managementul celor cinci facultăți, CA, studenți și absolvenți pentru aplicarea modelelor de analiză;
- varianta 0 (draft) – trimitere spre completare;
- integrarea observațiilor și comentariilor primite;
- întâlnire cu managementul celor cinci facultăți + CA pentru validare;
- publicarea rezultatelor obținute.

Rezultate așteptate:

- Analiza forțelor interne și a forțelor externe pentru fundamentarea strategiei SNSPA Orizont 2020.



Etapa 3: identificarea obiectivelor strategice

Obiective: stabilirea obiectivelor strategice pentru perioada 2013-2020.

Proces:

- pregătirea documentelor explicative
 - carta proiectului și descrierea procesului (conform Kaplan, Norton)
 - formulările existente pentru obiectivele strategice
 - exemple de obiective strategice (2-3 universități)
 - 5 direcții (conform Carta SNSPA): 1. dezvoltare instituțională, 2. cercetare, 3. internaționalizare, 4. parteneriat cu mediul socio-economic, 5. relațiile cu studenții.
- interviuri cu managementul celor cinci facultăți și focus grupuri cu studenți și absolvenți;
- Varianta 0 (draft) – trimitere spre completare;
- integrarea observațiilor și comentariilor primite;
- întâlnire cu managementul celor cinci facultăți + CA pentru validare;
- publicarea rezultatelor obținute.

Rezultate așteptate:

- formulări acceptate pentru obiectivele strategice ale SNSPA.



Etapa 4: formularea și lansarea noii strategii

Obiectiv: lansarea oficială a Planului Strategic SNSPA Orizont 2020.

Proces:

- Integrarea tuturor documentelor rezultate din etapele 1, 2 și 3;
- varianta 0 (draft) – trimitere spre completare;
- integrarea observațiilor și comentariilor primite;
- lansare oficială în cadrul conferinței Strategica;
- publicarea rezultatelor obținute.

Rezultate așteptate:

- Harta strategiei SNSPA + Planul Strategic SNSPA Orizont 2020 + Planul Operațional 2013 – 2014.



Livrabile ale proiectului

- Plan strategic al SNSPA – în română și engleză – validat și publicat
- Harta strategiei – format restrâns (1 slide)
- Plan operațional 2013-2014 – validat
- Prezentare și lansare în cadrul Conferinței Strategica – 27-28 iunie 2013

Vision
By 2015 our distinctive ability to integrate world-class research, scholarship and education will have secured us a place among the top 50 universities in the world.

Purpose
As a research-intensive international university with a strong enduring reputation we strive to:
create, advance and disseminate knowledge | develop outstanding graduates and scholars |
to make a major impact upon global society

Stakeholders & partners
Our stakeholders – including our staff, students, alumni, external sponsors and partners – expect the University of Leeds to

...deliver outstanding learning and teaching from academics at the cutting edge of knowledge

...produce exceptional graduates who become the leaders of tomorrow

...provide a stimulating environment that supports personal development

...provide lifelong membership of a network and community that continually adds value

...be recognised for its vibrant, diverse, international community and culture

...sustain a reputation for delivery and professionalism

...produce leading-edge research with impact

Key themes
Enhance our standing as an international university

Embed internationalisation into our activities

Create sustainable recruitment of high quality international students

Develop and maintain high quality international strategic partnerships

Achieve an influential world-leading research profile

Deliver international excellence in all our areas of research, with defined peaks of world-leading performance

Translate excellence in research and scholarship into learning opportunities for students

Deliver a postgraduate research experience that attracts the world's best students

Ambitiously grow our market share of research income

Inspire our students to develop their full potential

Deliver an exceptional student experience centred on inspirational learning and teaching

Recruit and support high quality students from all backgrounds

Increase our impact on a local to global scale

Innovate to create impact from academic excellence

Work with business, public and third-sector partners to create social and economic benefit

Influence society, public policy and culture

Strategic enablers
A sustainable, effective and efficient organisation

Provide a sustainable environment with first-class facilities

Secure a safe and healthy workplace and promote organisational wellbeing

Deliver effective, efficient and standardised processes

Deliver strategic academic development

Values
Financial sustainability

Manage risk, costs and resources to deliver our strategic priorities

Align academic and financial sustainability in all faculties and schools

Grow and diversify sources of profitable income to invest in our future

Valuing and developing all our staff

Enhance our leadership and management capability

Build and maintain world-class performance, engaging all our staff in our strategy and values

Proactively attract, support and develop high quality staff

Community
Inclusiveness

Academic excellence

Integrity
Professionalism



Referințe

- Kaplan, R.S., Norton, D.P.. (2009) Developing the strategy: Vision, Value Gaps, and Analysis, Harvard: Harvard Business School Publishing.
- Lipton, M. (1996). Demystifying the Development of and Organizational Vision. In Sloan Management Review, MIT, vol. 37, no. 4.
- Porter, M. (2008). The Five Competitive Forces that Shape Strategy. In Harvard Business Review, ian. 2008, www.hbr.org.
- Prahalad, C.K, Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. In Harvard Business Review, May – June 1990.