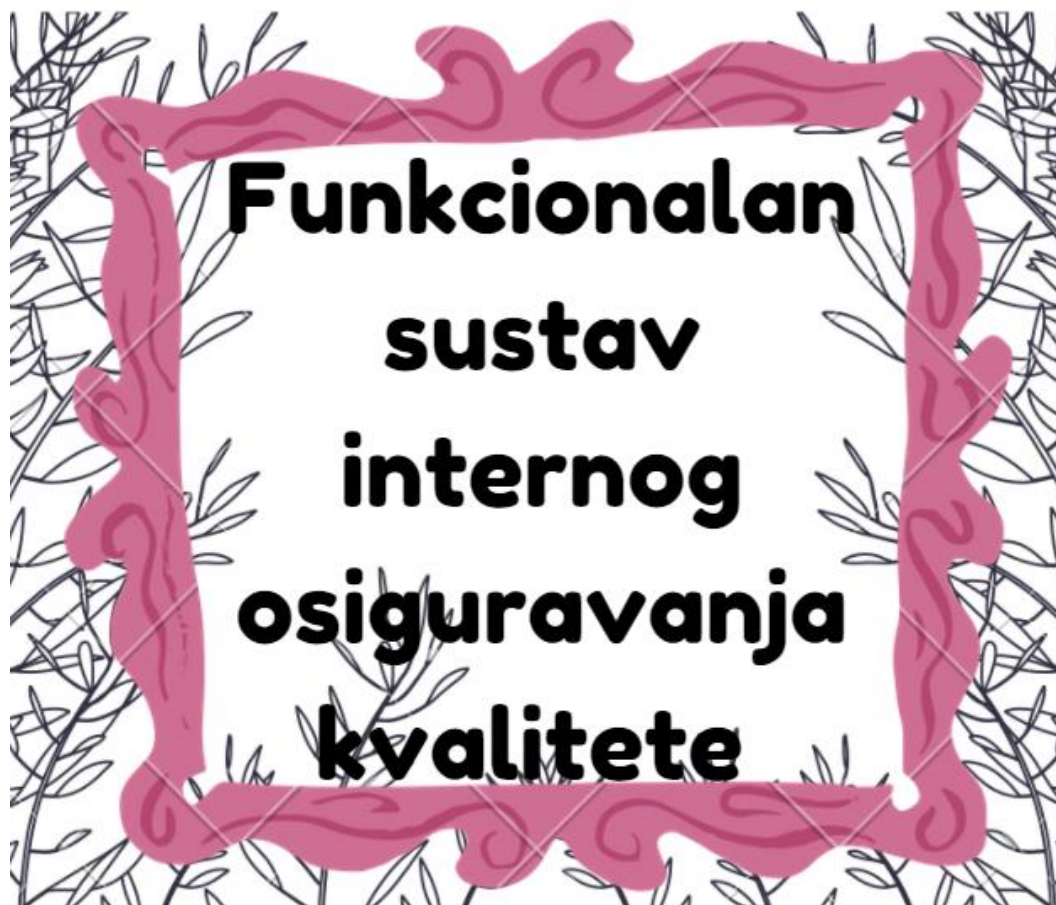




agencija za znanost i visoko obrazovanje

**RADIONICA ZA
EDUKACIJU
MOGUĆIH ČLANOVA
STRUČNIH
POVJERENSTAVA U
POSTUPCIMA
REAKREDITACIJF
VISOKIH UČILIŠ.**



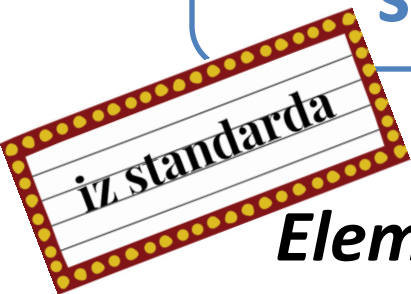
Doc.dr.sc. Maja Martinović

**Hotel International
studeni 2017.**

Ciljevi edukacije

- Prezentiranje **internog sustava osiguravanja kvalitete** koji se temelji na **misiji i strateškim odrednicama** koje iz nje proizlaze;
- Identificiranje dobro postavljenih **misija institucije**;
- Pronalaženje načina **integracije svih sudionika** u sustav kvalitete;
- Prezentacija **ciklusa kvalitete**: od definiranja planova i ciljeva, do mjerenja, kontrole i uvođenja unapređenja u program, kolegij ili drugi sadržaj.

1.1. Visoko je učilište uspostavilo funkcionalan sustav unutarnjeg osiguranja kvalitete



Elementi standarda

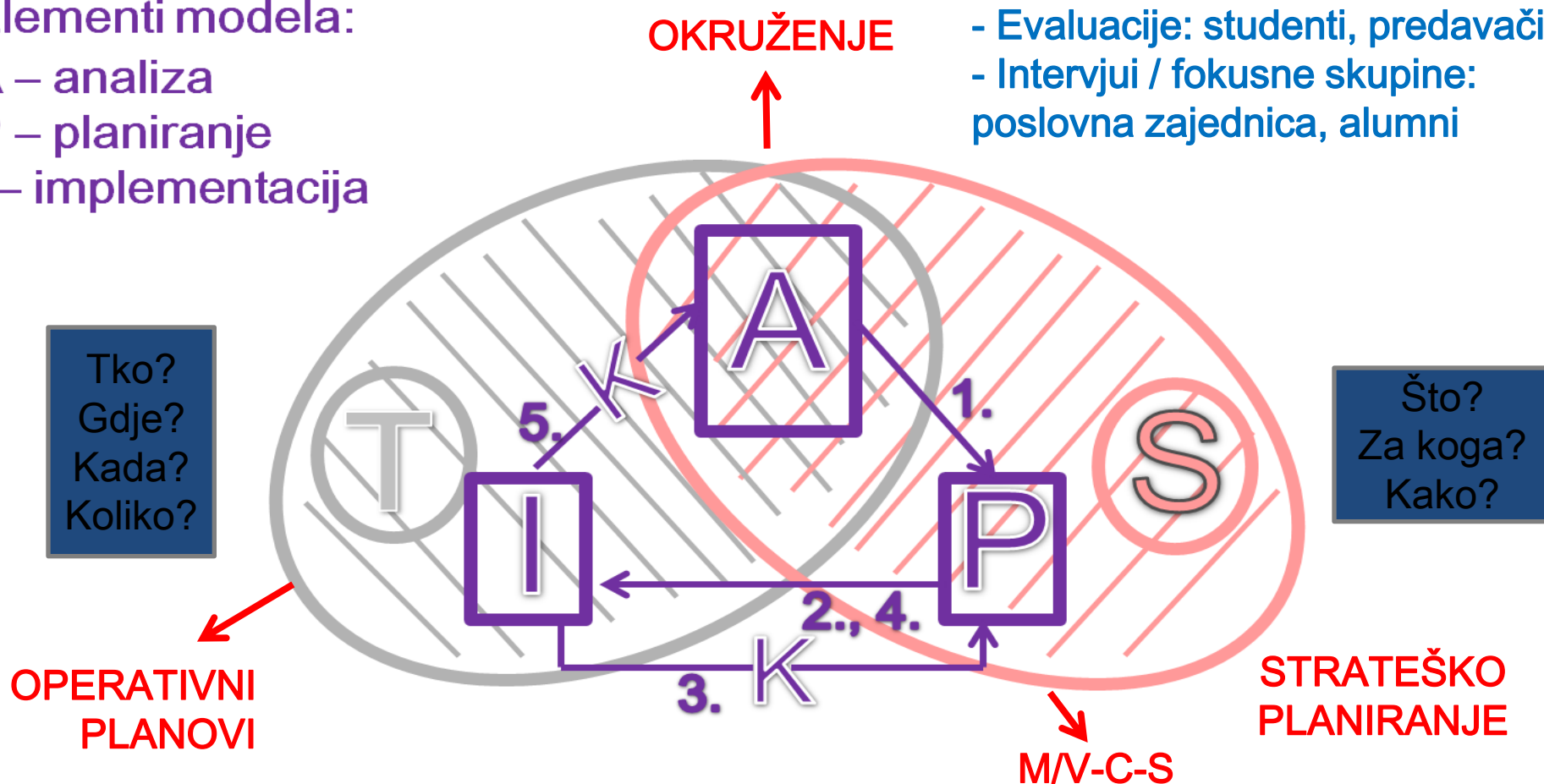
- Obuhvaćena i vrednovana **cjelokupna djelatnost i sve aktivnosti;**
- Aktivno uključeni **svi dionici;**
- Politika kvalitete proizlazi iz **strateškog upravljanja** (*SWOT analiza, određivanje strateških ciljeva operativni plan, odgovornost za provedbu, praćenje i izvješća o realizaciji*);
- **Povratne informacije** raznih dionika;
- **Razvoj** svih svojih **ljudskih potencijala.**

Unapređivanje svih aktivnosti i daljnji razvoj = svaki naredni krug je nešto bolji

Elementi modela:
A – analiza
P – planiranje
I – implementacija

Alati:

- SWOT
- Evaluacije: studenti, predavači
- Intervjui / fokusne skupine: poslovna zajednica, alumni



Politika kvalitete proizlazi iz **strateškog upravljanja** čiji temelj je **misija**

- Općenito o misiji -

- Podsjeća nas kuda idemo i koje su nam zajedničke vrijednosti
- Vidljivost misije (plakati, učionice, web...)
- Sudjelovanje u izradi misije – osjećaj važnosti i pripadanja; diskusije na sastancima
- Revizija misije = upravljanje kvalitetom
- Čime ćemo se baviti, s kim kobrendirati – piše u misiji



Važni dionici

- Studenti
 - Nastavnici
 - Administrativno osoblje (Studentska služba, knjižnica...)
 - Alumni
 - Poslovna zajednica/poslodavci
 - Predstavnici strukovnih i profesionalnih udruženja, organizacije civilnog društva
 - Udruge
 - Šira javnost...
-
- Izgradnja misije – sudjelovanje? Izrada SWOT analize... studenti?

Izjave o misiji i viziji studenata fakulteta

Student ZYX

Student XYZ

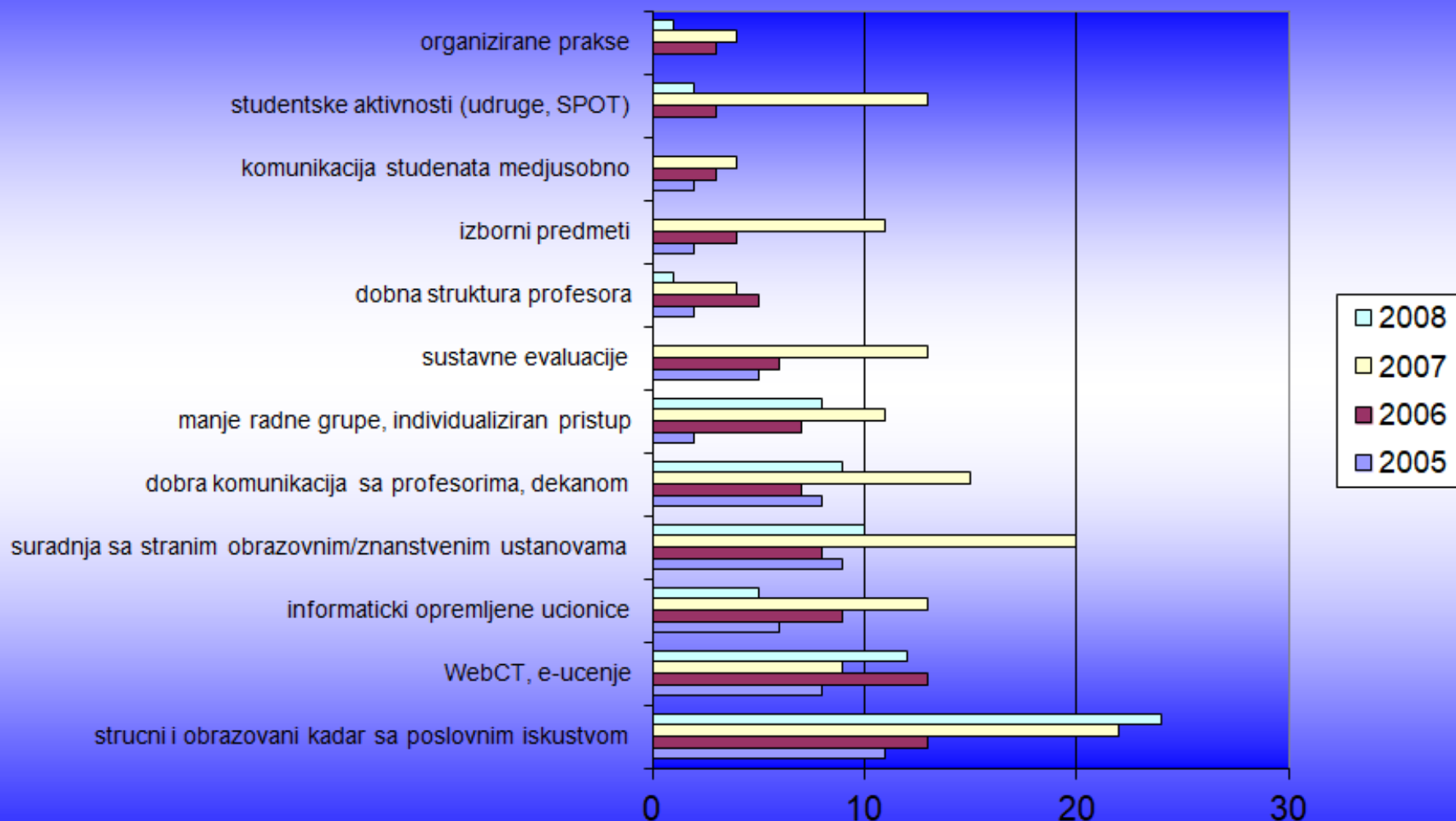
Student YXZ

Student XZY

iz SWOT matrice

- praćenje kretanja pojedinih čimbenika **snaga** institucije (po godinama)
- iz fokusnih skupina sa **studentima**

SNAGE (1)



Pojašnjenje SWOT analize



Primjer

Misija

Misija je prenijeti **vrijednosti**, **znanja** i **vještine** potrebne studentima za dugoročan uspjeh u **globaliziranom** poslovnom svijetu izloženom stalnim **tehnološkim** i tržišnim **promjenama**.

Znanja - područje, razina sposobnosti...

Vrijednosti - etika, društvena odgovornost...

Vještine - timski rad, prezentacijske vještine...

Globalizirani kontekst - međunarodni timovi, kolegiji na stranim jezicima...

Tehnološke promjene - korištenje novih tehnologija: rad na računalima, simulacije, digitalni aspekt...

Strateške smjernice koje proizlaze iz misije

MISIJA

Misija je prenijeti vrijednosti, znanja i vještine potrebne studentima za dugoročan uspjeh u globaliziranom poslovnom svijetu izloženom stalnim tehnološkim i tržišnim promjenama.

Razvoj nastavničkog kadra

*Posvećenost kvaliteti
nastavnog procesa*

Međunarodna suradnja

*Suradnja sa poslovnom
zajednicom*

Razvoj nastavničkog kadra – povezanost između misije i osobnih ciljeva

VAŽNI PIONIRI

Nastavnici

- Intelektualni doprinosi (istraživanja, radovi, knjige, projekti) ... **u skladu s ishodom učenja?**
- Plan publiciranja i smjernice?
- Preporučena lista časopisa... **u skladu sa misijom?**
- Konferencije
- Edukacija nastavnika
- Konzalting i rad sa poslovnom zajednicom
- Aktivnosti izvan nastave i istraživanja

PLANIRANJE

PLAN RAZVOJA NASTAVNIČKOG KADRA – KATEDRA ZA XY

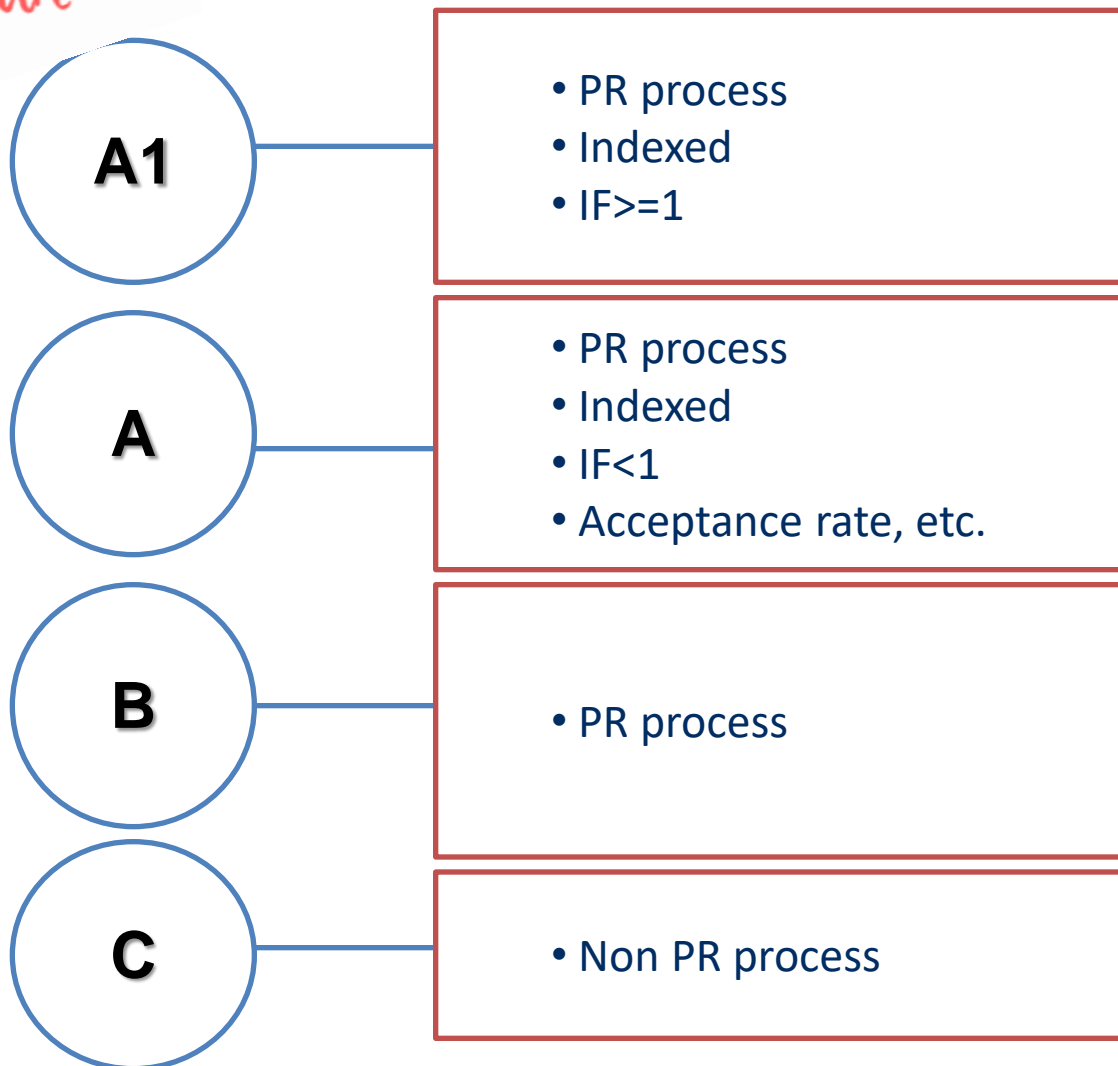
Name		2004		2005		2006		2007			2008			2009		
		PRJ	OTH	PRJ	OTH	PRJ	OTH	PRJ	OTH	Status	PRJ	OTH	Status	PRJ	OTH	Status
8		1	2	2		1		3		AQ	5		PQ	2		AQ
9										PQ			-			-
10		1	1	1	1	2				AQ	1		AQ	1		AQ
11				1		3		1		PQ	1		PQ	1		PQ
12		1	1	1	4	4	5	1	0	AQ	1	6	AQ	1		AQ
13			1	1		1				PQ	1		Other	1	2	PQ
14			2					2		PQ	2	5	PQ			PQ
15		2	5	2	7	1				AQ	1		AQ	1		AQ
16				1	1			1		Other	2		Other	1		Other
17			3	6		1	2	0	6	AQ	2	18	AQ	1		AQ
18		2	3		1		1		PQ			PQ			PQ	
19			1						PQ			PQ	1		PQ	

Name	2010			2011			2012			2013		
	PRJ	OTH	Status	PRJ	OTH	Status	PRJ	OTH	Status	PRJ	OTH	Status
8	1		AQ		2	AQ	1		AQ			AQ
9			-			-			-			-
10	1		AQ	1		AQ	1		AQ	1		AQ
11		1	PQ	1	1	PQ		1	PQ	1		PQ
12	1		AQ		2	AQ	1		AQ	1		AQ
13			PQ	1	2	PQ			PQ			PQ
14	1	2	PQ	1		PQ	1	2	PQ	1		PQ
15	1		AQ	1		AQ	1		AQ	1		AQ
16	1		ABD		2	ABD		1	AQ	1		AQ
17	1		AQ		1	AQ	1		AQ		1	AQ
18	1		PQ		2	PQ	1		PQ		1	PQ
19	1		PQ		2	PQ	1		PQ	1		PQ

Razvoj nastavnog osoblja

KATEGORIJE ČASOPISA

USMJERAVANJE



REALIZACIJA

INTELEKTUALNI DOPRINOSI U PERIODU OD 5 GODINA

Faculty	Portfolio of Intellectual Contributions			Summary of Types of ICs			
	Peer Reviewed Journals	Others	SUM	Learning & Pedagogical Research	Contributions to Practice	Discipline-Based Research	SUM
Accounting Department	15	208	223	58	113	52	223
Economics Department	25	159	184	45	30	109	184
Finance Department	47	204	251	71	116	64	251
Information and Communication Technologies Department	23	188	211	29	27	155	
Law Department	20	208	228	45	147	36	
Management Department	59	365	424	89	132	203	
Marketing Department	96	451	547	146	136	265	
Foreign Languages Department	12	84	96	12	29	55	
Math. & Stat Department	11	54	65	10	13	42	65

KVANTITATIVNA ANALIZA
i
KVALITATIVNA ANALIZA:
- usklađenost s misijom,
strategijom i očekivanim
ishodima;
- kvaliteta kontribucija i
utjecaj (impact f.)



2.1. Opći ciljevi svih studijskih programa u skladu su s misijom i strateškim ciljevima visokog učilišta te društvenim potrebama

MISIJA

Vodeća smo **nacionalna i regionalna visokoškolska i istraživačka** ustanova s **izvrsnim nastavnicima i studentima**, čvrsto povezana s **gospodarstvom**, izvrsno organizirana i **međunarodno** prepoznatljiva.

MISIJA	MEĐUNARODNA PREPOZNATLJIVOST	ETIKA I DRUŠTVENA ODGOVORNOST
CILJEVI i IMPLEMENTACIJA	<ul style="list-style-type: none"> -SURADNJA SA STRANIM SVEUČILIŠTIMA - STRANI STUDENTI - STUDENTSKA MEĐUNARODNA RAZMJENA - INTELEKTUALNI DOPRINOSI U STRANIM ČASOPISIMA - PREDAVANJA NA STRANIM JEZICIMA - URED ZA MEĐUNARODNU SURADNJU - OBRAZOVANJE PROFESORA U INOZEMSTVU - MEĐUNARODNO ISKUSTVO PROFESORA 	<p>OPĆI CILJEVI (što će studenti biti?) <i>Generička interpersonalna kompetencija = etičnost</i></p> <p>SPECIFIČNI CILJEVI (što će studenti raditi da bi to postigli?) <i>- definiramo ih na različitim razinama:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>a) ishodi studijskog programa</i> <i>b) ishodi kolegija</i> <i>c) ishodi nastavne cjeline</i> <p><i>KONKRETNE RADNJE STUDENATA (aktivni glagoli, Bloomova taksonomija)</i> <i>6. razina: sveučilišni preddiplomski studiji; stručni preddiplomski studiji (Studenti će moći vrednovati postupke i kritički se osvrnuti...)</i></p> <p>CURRICULUM – imamo li etiku kao cilj u kolegijima?</p> <p>ALATI ZA MJERENJA</p> <p>MJERENJA</p> <p>ANALIZA I KOMENTIRANJE REZULTATA</p> <p>POVRATNA VEZA (promjene curricula, ciljeva, misije, alata...)</p>



Primjer

ISHODI

1

ISHODI PROGRAMA

Studenti će moći vrednovati i kritički se osvrnuti na etičke postupke i društvenu odgovornost pojedinih poslovnih subjekata.



2

ISHODI NA KOLEGIJU

Studenti će moći predložiti poslovnu strategiju poduzeća za instalaciju centralnog grijanja koja je u skladu sa etičkim načelima i povezana je s dobrim poslovnim običajima koje nalaže društvena odgovornost.

3

ISHODI NASTAVNE CJELINE

Studenti će moći formulirati etički kodeks poduzeća koje se bavi instalacijom centralnog grijanja.



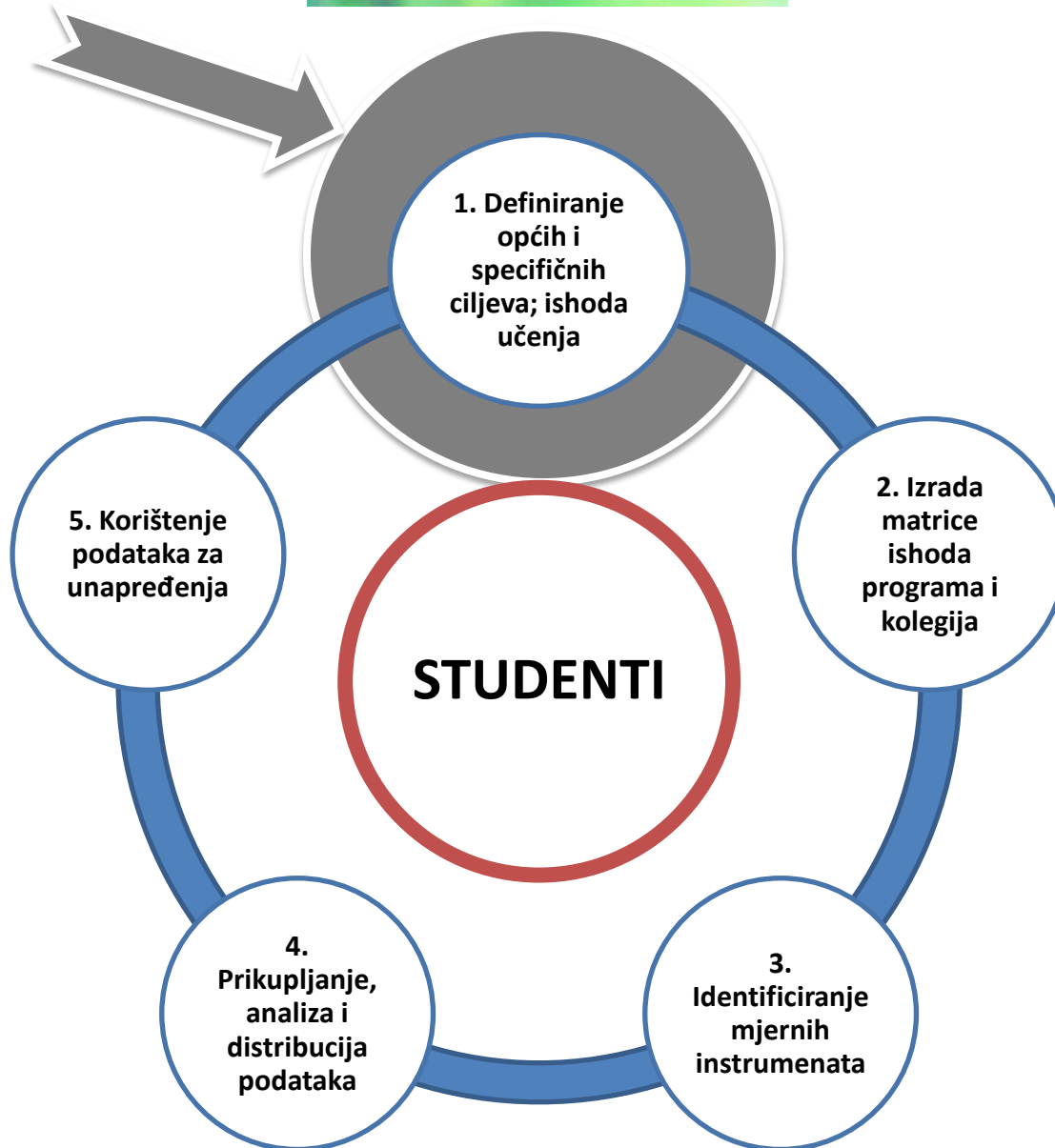
4

MJERENJE ... INSTRUMENT TEST - PITANJE:

Kreirajte etički kodeks poduzeća koje se bavi instalacijom centralnog grijanja na način da formulirate barem tri stavke toga kodeksa.



MISSION



	<u>Opći ciljevi kolegija</u>	<u>Specifični ciljevi kolegija (kompetencije i ishodi učenja)</u>
1.	Studenti će imati izgrađen <u>sustav vrijednosti</u> u kojemu je etično ponašanje u marketingu važno.	Tijekom rada na poslovnim slučajevima i tijekom izrade Plana marketinga studenti će kritički prosuditi djelovanje pojedinih tvrtki u području poslovne etike i društvene odgovornosti. Pitanja etike i društvene odgovornosti će integrirati u sve zadatke i projekte koji se rade na nastavi i u sklopu predmeta općenito te će dati prijedloge/rješenja za etička pitanja u okviru Plana marketinga koji rade za tvrtku iz prakse.
2.	Studenti će steći <u>znanja</u> iz područja upravljanja marketingom i znat će oblikovati marketinške strategije.	Studenti će pripremiti odabrana poglavlja iz područja marketinga, što će im pomoći u stjecanju potrebnih znanja nužnih za rješavanje zadataka, testova, vježbi i slučajeva iz prakse. Dizajnirati kolaž na temu istraživanja tržišta kako bi se temeljem toga mogao zapisati skup asocijacija o ciljnom tržištu i kako bi se procijenile karakteristike ciljanog tržišta (spol, dob, način ponašanja, navike i sl.). Prezentirati analizu konkurencije na tržištu uzimajući u obzir veličinu konkurenata po prihodima, tržišne udjele, načine i opseg distribucije, promotivne aktivnosti. Predložiti misiju i viziju raznih tvrtki uzimajući u obzir tržišne segmente, vrstu posla, doseg posla i strateške ciljeve tvrtki. Zaključiti koje strategije rasta tvrtke trebaju koristiti odabirući između intenzivnih, integracijskih i diversifikacijskih strategija. Komentirati različite opcije za <u>mantru</u> marke navodeći izjave koje predstavljaju samu srž marke (dobra cijena, velika dostupnost, vrhunska kvaliteta ili sl.). Izraditi prijedlog dvostrukog pozicioniranja marke (npr. prehrambenih proizvoda na način da tvrtka bude slična konkurenciji po brzini dostave, a različita po kvaliteti).
3.	Studenti će naučiti učinkovito komunicirati i imati dobre <u>prezentacijske i komunikacijske vještine</u> (pisane i govorne).	Studenti će oblikovati tekst Plan marketinga te pripremiti i održati usmenu prezentaciju Plana.
4.	Studenti će imati sposobnost prilagodbe neophodnu za poslovanje u <u>globalnom tržišnom okruženju</u> .	Studenti će otkriti ključne komponente poslovnog okruženja zemlje (gospodarske, društveno-kulturalne, političke, tehnološke, pravne/zakonodavne i ekološke), zaključiti kako se komponente okruženja razlikuju među zemljama i predložiti moguća rješenja za prilagodbu promjenjivom internacionalnom okruženju. Istražiti sekundarne izvore podataka te temeljem toga procijeniti tržišne trendove (inovacije, društveno-kulturalne karakteristike, tehnološka obilježja i sl.) važne za strateško planiranje. Kombinirati razne elemente <u>makrookruženja</u> (PESTLE analiza: politički, ekonomski, društveno-kulturalni, tehnološki, zakonodavni i ekološki čimbenici) koji mogu utjecati na poslovanje tvrtke za koju će kreirati Plan marketinga.

2.2. Predviđeni ishodi učenja studijskih programa koje visoko učilište izvodi odgovaraju razini i profilu kvalifikacija koje se njima stječu



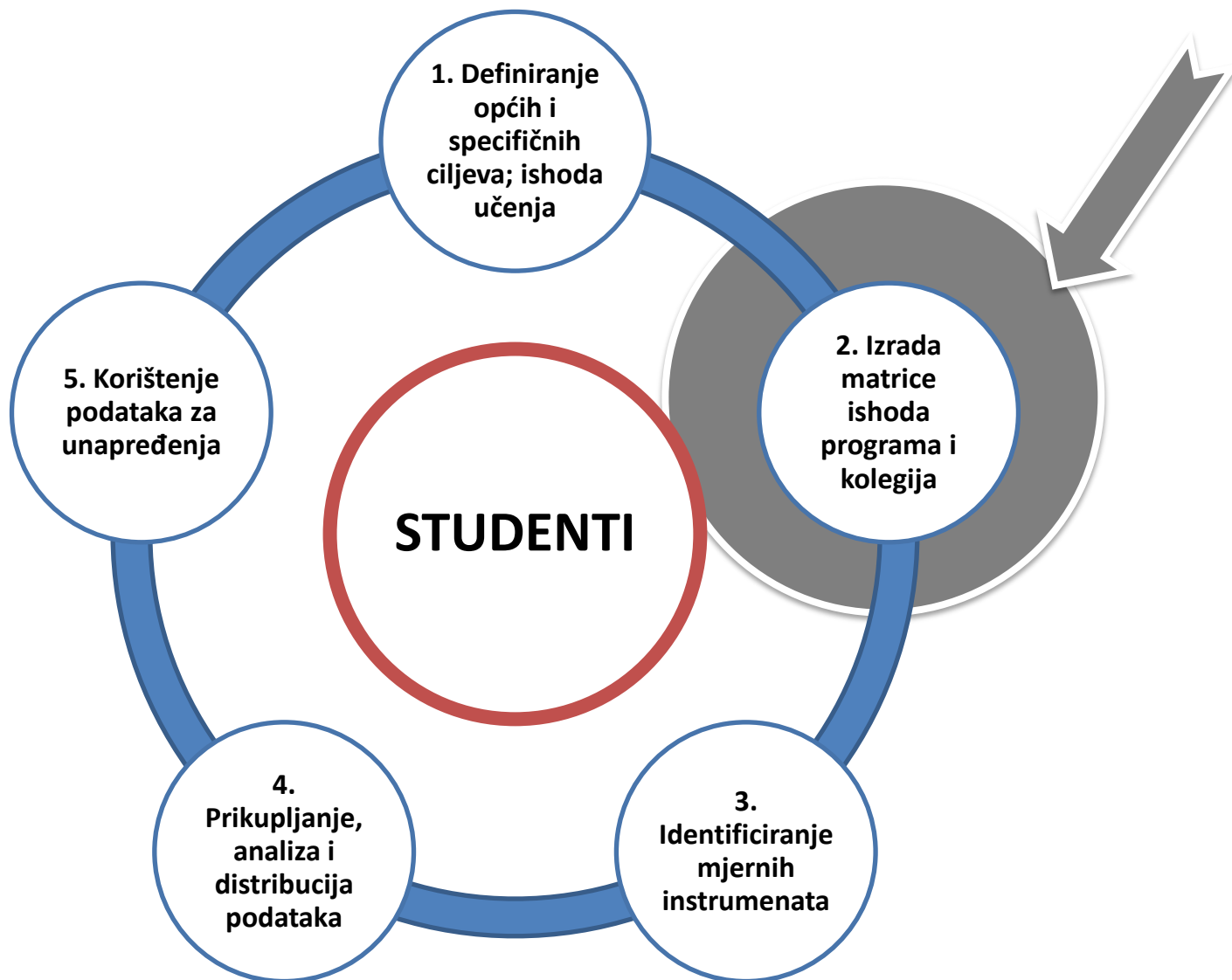
- “ ... Visoko je učilište jasno definiralo ishode učenja studijskih programa koji su usklađeni s misijom i ciljevima visokog učilišta.
- Visoko učilište ima učinkovite mehanizme provjere i osiguravanja usklađenosti ishoda učenja na razini studijskog programa i predmeta.”

2.7. Visoko učilište dokazuje usklađenost općih ciljeva programa cjeloživotnog učenja s misijom i strateškim ciljevima visokog učilišta



- “ ... Visoko učilište dokazuje usklađenost općih ciljeva programa cjeloživotnog učenja s društvenim potrebama, s potrebama tržišta rada i osobnim potrebama.
- Revizija i razvoj programa cjeloživotnog učenja provodi se sustavno i redovito.”

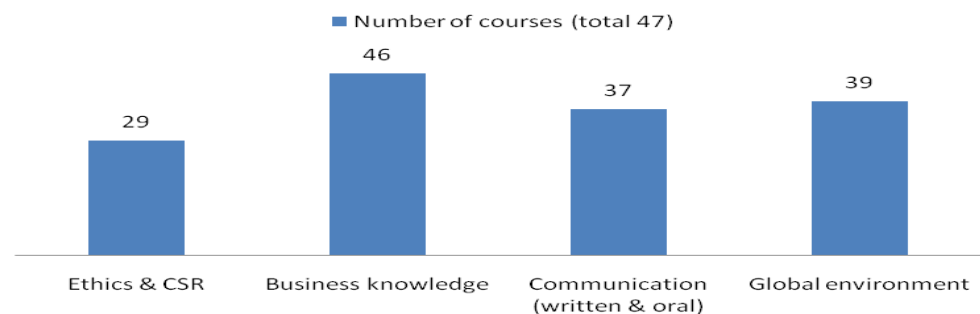
MISSION



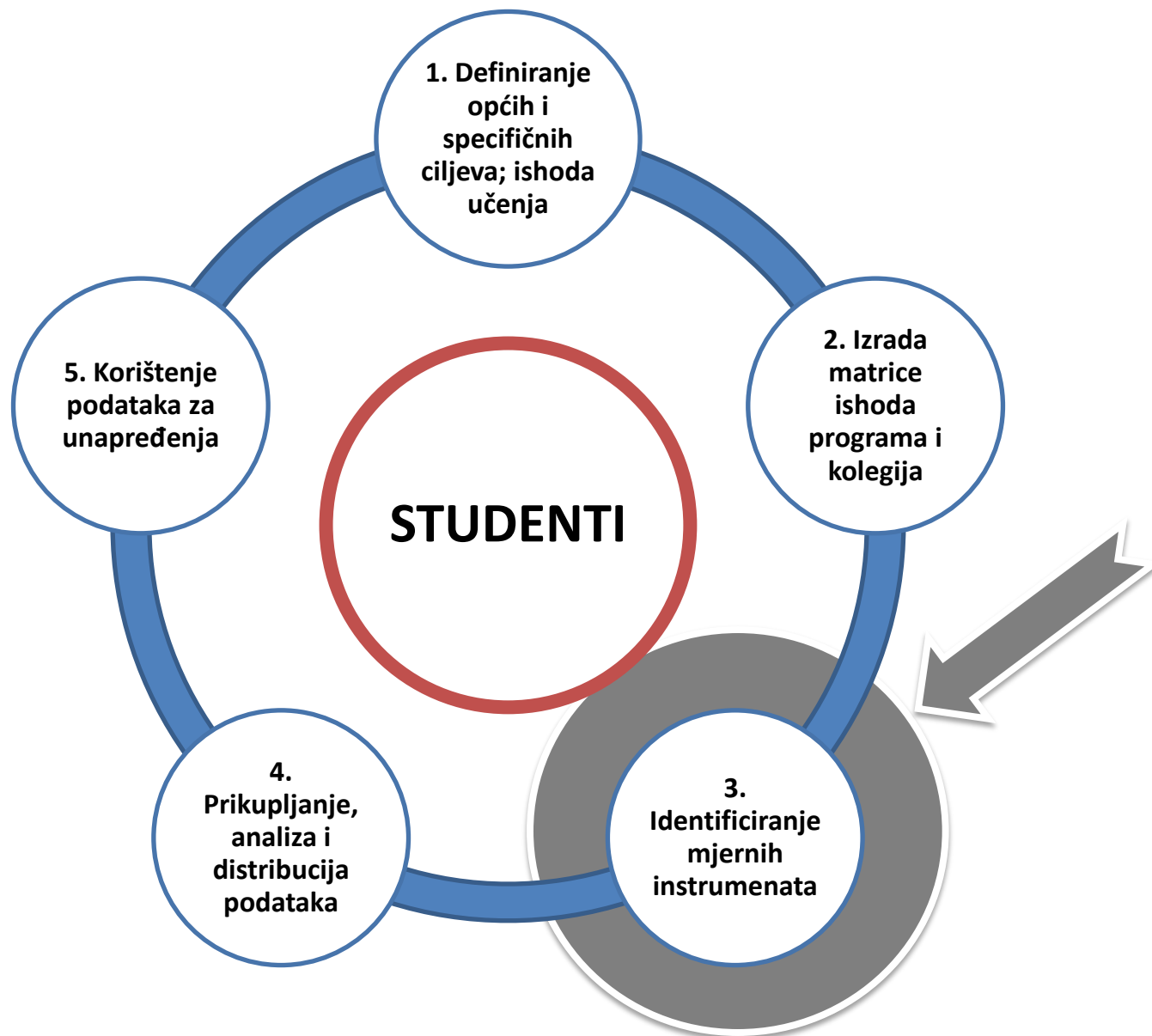
Matrica ishoda programa i kolegija

YEAR 1					
Course	Code	Goal 1 – Ethics & CSR	Goal 2 – Knowledge	Goal 3 - Communication (written and oral)	Goal 4 - Global environment
Semester 1					
Principles of Economics 1	EC101	-	X	-	X
Economic Geography	EC105	X	X	X	X
ICT	IT106	X	X	X	X
English Language for Economists	LN108	X	X	X	X
Mathematics 1	MT103	-	X	X	X
Introduction to Philosophy	SC107	X	X	X	X
Sociology	SC113	-	X	-	X

Number of courses fulfilling certain goal in undergraduate program



MISSION



Instrumenti (alati) za mjerenje

Direktna mjerenja

- Proizlaze iz nastave
- Eseji
- Seminari
- Analize slučajeva
- Grupni projekti
- Simulacije (Capstone)
- Testovi znanja
- Internship iskustvo
- Prezentacije
- Portfolio

Indirektna mjerenja

- Mogu biti dodana vrijednost ako se dobro usklade sa direktnim mjerenjima
- Upitnici, ankete (studenti, alumni, poslodavci...)
- Intervjui
- Fokus grupe
- *Retention* test (jesu li studenti “izgubili znanje” ili nikada nisu niti naučili??)

**“...- Visoko učilište potiče različite načine izvođenja nastave u skladu s predviđenim ishodima učenja;
- Koriste se različite nastavne metode...”**

Rubric kao alat za mjerenje

Evaluacija znanja studenata o etici i društvenoj odgovornosti

Ime i prezime studenta: _____

BODOVANA KARAKTERISTIKA	Slaba izvedba 0-1 bod	Srednja izvedba 2-3 boda	Odlična izvedba 4-5 bodova	UKUPNO BODOVA
Identificiranje pojma <u>društvene odgovornosti</u> i predlaganje akcija	Student ne razumije pojam društvene odgovornosti te daje nesmislene ili nedovoljno značajne prijedloge za komuniciranje društvene odgovornosti tvrtke na internet stranici.	Student dobro razumije pojam društvene odgovornosti te daje djelomičan prijedlog (njih 2-4) komuniciranja društvene odgovornosti tvrtke na internet stranici.	Student savršeno razumije pojam društvene odgovornosti te daje potpun prijedlog (svih 5) komuniciranja društvene odgovornosti tvrtke na internet stranici.	
Identificiranje pojma etičnosti u poslovanju i predlaganje <u>etičkog kodeksa</u>	Student ne razumije pojam etičnosti u poslovanju te daje nepotpun prijedlog izrade etičkog kodeksa zadane tvrtke, sa nesmislenim ili nedovoljno značajnim primjerima (njih 0-2 koji se temelje na poslovnom ponašanju koje ne pokazuje neetičnost prema klijentima i drugim interesnim dionicima).	Student dobro razumije pojam etičnosti u poslovanju te daje djelomičan prijedlog (3-4) izrade etičkog kodeksa zadane tvrtke.	Student savršeno razumije pojam etičnosti u poslovanju te daje potpun prijedlog (5-6) izrade etičkog kodeksa zadane tvrtke.	
<u>Korektno identificiranje činjenica</u> i etičkih problema u poslovnom slučaju	Student nije svjestan svih činjenica prezentiranih u poslovnom slučaju. Zapoostavlja neke činjenice, a ostale pristrano komentira. Daje komentare koji nisu dovoljno značajni ili nemaju veze sa etikom.	Student dobro shvaća činjenice prezentirane u poslovnom slučaju. Među njima razabire neke primjere neetičnog ponašanja te za neke od njih daje kraće komentare.	Student izvrsno shvaća sve činjenice prezentirane u poslovnom slučaju. Među njima svjesno razabire primjere neetičnog ponašanja (te ih detaljnije komentira/kritizira).	
Prepoznavanje hijerarhije prava <u>interesnih dionika</u> (stakeholdera) koji su uključeni u etički problem	Student ne može prepoznati interesne dionike, niti objasniti posljedice slučaja.	Student prepoznaje neke interesne dionike i objašnjava posljedice slučaja na neke od njih.	Student prepoznaje sve interesne dionike i detaljno objašnjava njihovu uključenost u slučaj.	
Identificiranje <u>rezultata na tržištu</u> kao posljedice <u>promjene poslovnog ponašanja u smislu etičnosti</u> (prepoznavanje i evaluiranje alternativnog, etičnijeg ponašanja)	Student ne kritizira neetično ponašanje tvrtke iz poslovnog slučaja te se slaže sa postupanjem tvrtke iz slučaja. Ističe profit i druge koristi neetičnog ponašanja i ne analizira štetu.	Student umjereno kritizira neetično ponašanje tvrtke iz poslovnog slučaja. Alternativa koju predlaže je na granici etičnosti, iako je svjestan je da je moguće postupati etičnije. Predlaže slabija poboljšanja, uz nedovoljnu dobru analizu štete.	Student kritizira neetično ponašanje tvrtke iz poslovnog slučaja te predlaže etičniju alternativu kako bi zaštitio sve interesne dionike i koristio široj društvenoj zajednici. Daje odličnu analizu tržišnih posljedica neetičnog ponašanja. Svjestan je da je moguće postupati etičnije.	
UKUPNI REZULTAT (max 25 bodova)				

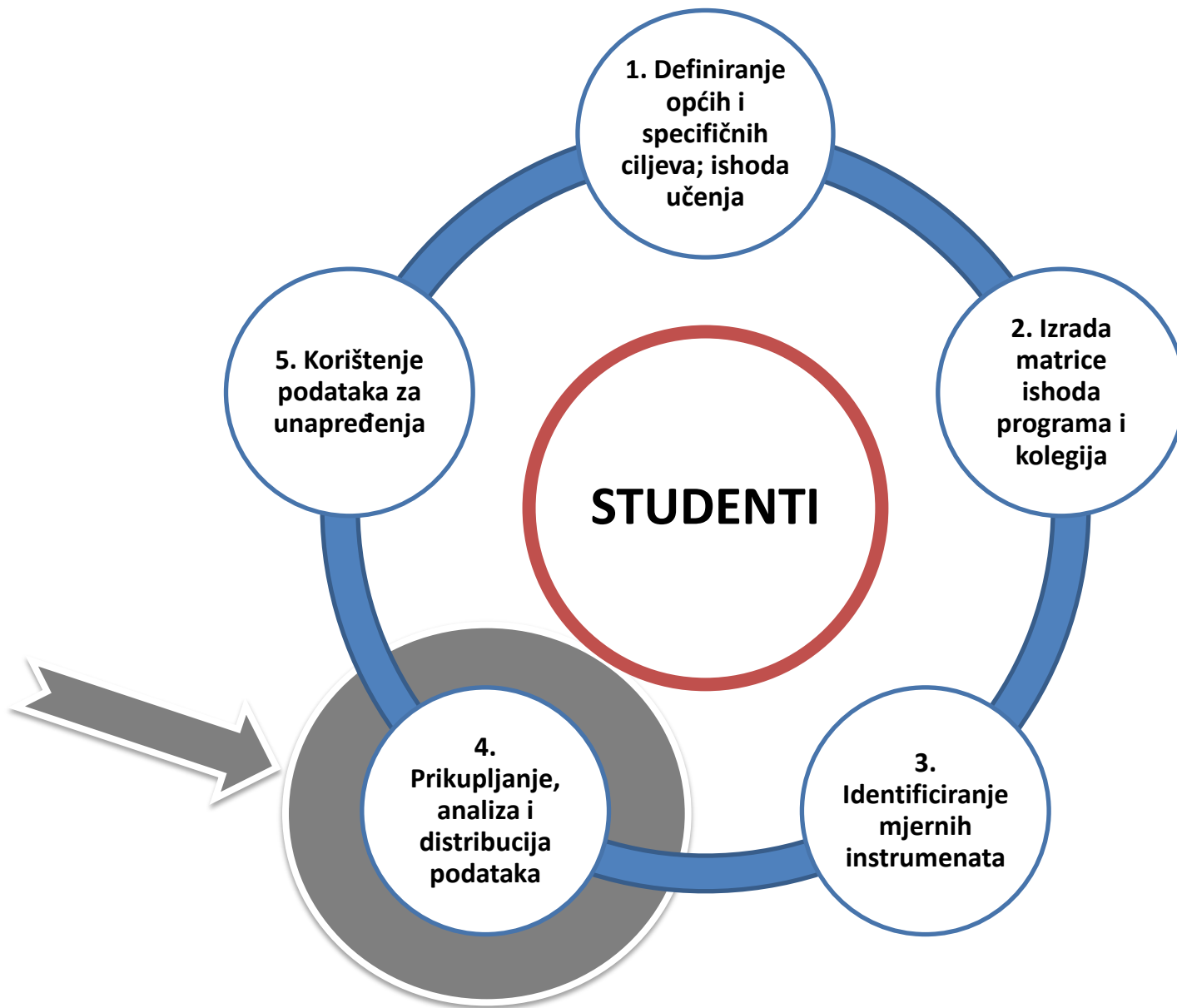
Rubric za mjerenje korištenja novih tehnologija i grupni rezultati

	Below expectations 0-1point	Meets expectations 2-3points	Exceeds expectations 4-5points	Points
Students will know how to search for different types of data.	Student doesn't know how to search for data or does it incorrectly.	Student does it correctly, but with some difficulties and mistakes.	Student does it correctly and without difficulties.	
Students will know how to enter different types of data.	Student doesn't know how to enter data or does it incorrectly.	Student does it correctly, but with some difficulties and mistakes.	Student does it correctly and without difficulties.	
Students will be able to interpret and analyze the data.	Student doesn't know how to interpret and analyze the data or does it incorrectly.	Student does it correctly, but with some difficulties and mistakes.	Student does it correctly and without difficulties.	
Students will know how To appropriately transfer the data into the final presentation.	Student doesn't know how to appropriately transfer the data or does it incorrectly.	Student does it correctly, but with some difficulties and mistakes.	Student does it correctly and without difficulties.	
Total scoring				

#	SURNAME & NAME	C1	C2	C3	C4	SUM	Expectations (BE, ME, EE)
MBA Marketing		Students will know how to search for different types of data	Students will know how to enter different types of data	Students will be able to interpret and analyze the data	Students will know how to appropriately transfer the data into the final presentation	Points	
1	B.M.	4	4	3	4	15	ME
2	B. B.	5	5	5	5	20	EE
3	B. N.	4	4	4	4	16	ME
4	H.B.	5	4	4	5	18	EE
5	I. F.	3	3	4	5	15	ME
6	J. V.	5	5	5	5	20	EE
7	J. Z.	3	4	3	4	14	ME
8	K. A.	4	3	3	4	14	ME
9	K. I.	3	4	3	4	14	ME
10	M. Mo.	5	5	4	5	19	EE
11	M. D.	5	5	4	5	19	EE
12	M. Ma.	3	3	3	4	13	BE
13	P. O.	5	5	4	5	19	EE
14	R. L.	3	4	3	4	14	ME
15	S. H.	5	4	4	5	18	EE
		4,13	4,13	3,73	4,53		

SUMMARY OF RESULTS			
category	BE	ME	EE
condition	0-13	14-17	18-20
# of students in the cate	1	7	7
percentage	6,67%	46,67%	46,67%

MISSION



Plan mjerenja ishoda učenja

Assessment Plan – MBA program

Primjer

1 st cycle of measurement	2 nd cycle of measurement	3 rd cycle of measurement	4 th cycle of measurement	5 th cycle of measurement
2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
Already measured	Already measured	Already measured	Already measured	Already measured
All goals and objectives were measured	All goals and objectives were measured one more time	Only goals and objectives which are not fully achieved in the 1 st and 2 nd measurements were measured	1. goal: Ethics & CSR, and 2. goal: Knowledge + goals and objectives which are not fully achieved in the previous cycle	3. goal: Critical and analytical thinking 4. goal: Global environment + goals and objectives which are not fully achieved in the previous cycle
6 th cycle of measurement	7 th cycle of measurement	8 th cycle of measurement	9 th cycle of measurement	10 th cycle of measurement
2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Already measured	Already measured	Already measured	Planned	Planned
5. goal: Communication skills 6. goal: New technologies + goals and objectives which were unacceptable in the previous cycle	Mathematics&Statistics	1. goal: Ethics & CSR, and 2. goal: Knowledge + goals and objectives which are not fully achieved in the previous cycle	3. goal: Critical and analytical thinking 4. goal: Global environment + goals and objectives which are not fully achieved in the previous cycle	5. goal: Communication skills 6. goal: New technologies + goals and objectives which were unacceptable in the previous cycle

Dostava izvješća o mjerenju i mjernih instrumenata u Center za kvalitetu

Prikupljanje podataka o mjerenju razine izvedbe

2.3. Visoko učilište dokazuje postignuće predviđenih ishoda učenja na studijskim programima koje izvodi



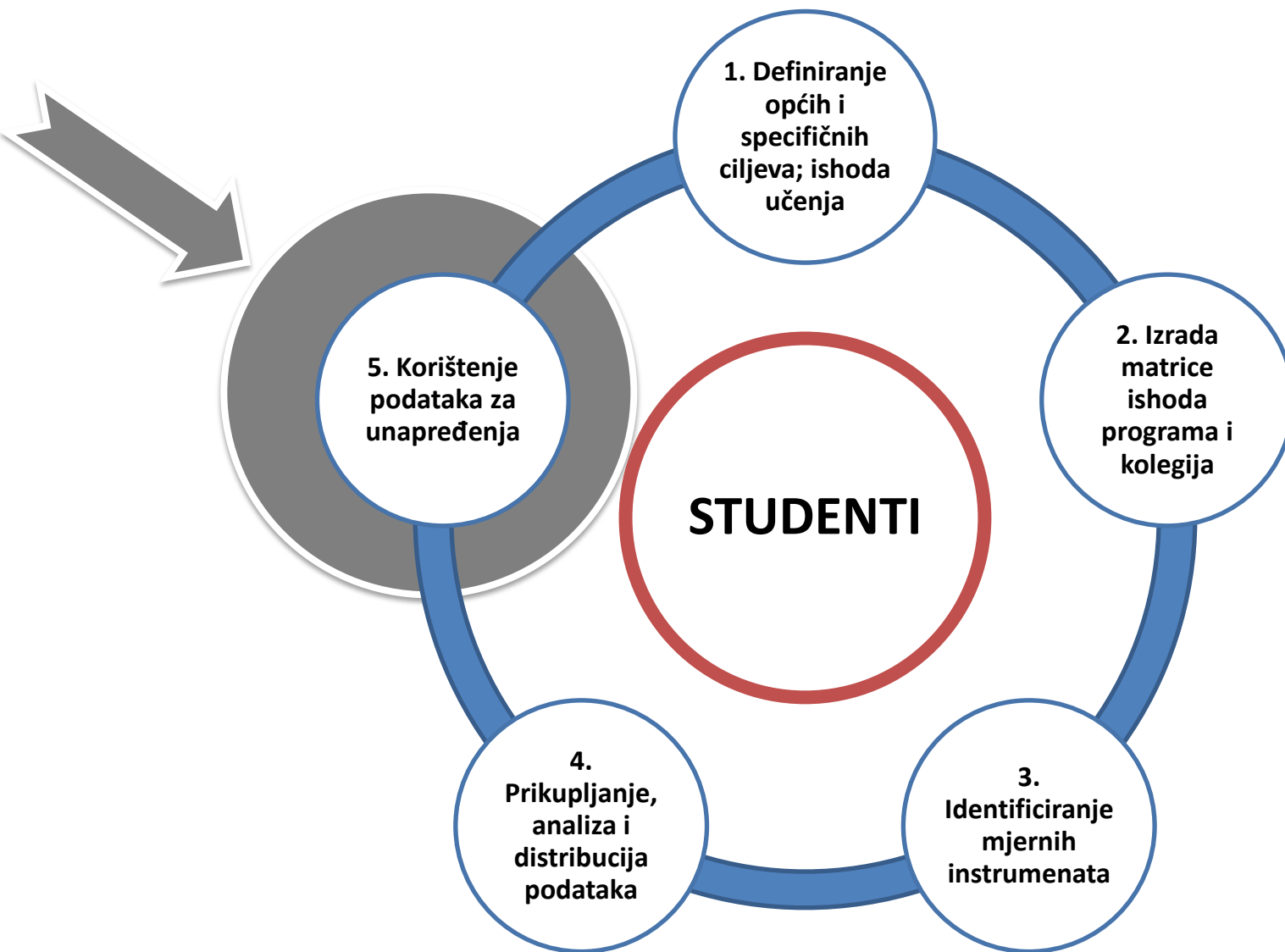
“...Visoko učilište, na temelju dokaza o postizanju predviđenih ishoda učenja (npr. testova studenata, seminarskih radova, prezentacija itd.), kontinuirano revidira i unaprjeđuje nastavni proces.”



“ ... Visoko je učilište analiziralo prijedloge za poboljšanja i provodi aktivnosti na temelju ranije provedenih vrednovanja (unutarnjih i vanjskih).

Visoko učilište analizira poboljšanja i na temelju njih planira daljnji razvoj.”

MISSION



Feedback – mjerjenje razine etike i društvene odgovornosti

CHANGES IMPLEMENTED IN THE PROGRAM after 1st, 2nd and 3rd cycle of measurement

After 1st cycle of measurement

More practice with business cases related to business ethics and social responsibility. (Business Ethics and Corporate Social Responsibility SC403, Marketing MK330, Business Communication TR219)

Teach students how to create the code of ethics and how to determine stakeholders. (Marketing MK330)

Explain the rubrics in detail at the beginning of the semester. (All courses involved.)

Changes to the course syllabus – new lecture “Ethics and ICT connection” (at the end of the course Information and Communication Technology IT106).

Changes to the course syllabus – new lecture “Ethics and new technology connection” (at the end of the course Management of Information Systems IT442).

After 2nd cycle of measurement

Identification of the stakeholders involved in the ethical and CSR problem should be explained more clearly to the students. (Business Ethics and Corporate Social Responsibility SC403, Business Communication TR219, Marketing MK330).

Standards should be set higher, especially in the area of suggesting alternative patterns of behaviour in business dealings. (Business Ethics and Corporate Social Responsibility SC403).

NOTE: NO measurements of this goal in 3rd cycle of measurement

NOTE: *Department of Accounting: During 2012. introduce ethics and CSR topics in the courses syllabi in the department.*

Measurements of this goal in 4th cycle of measurement:

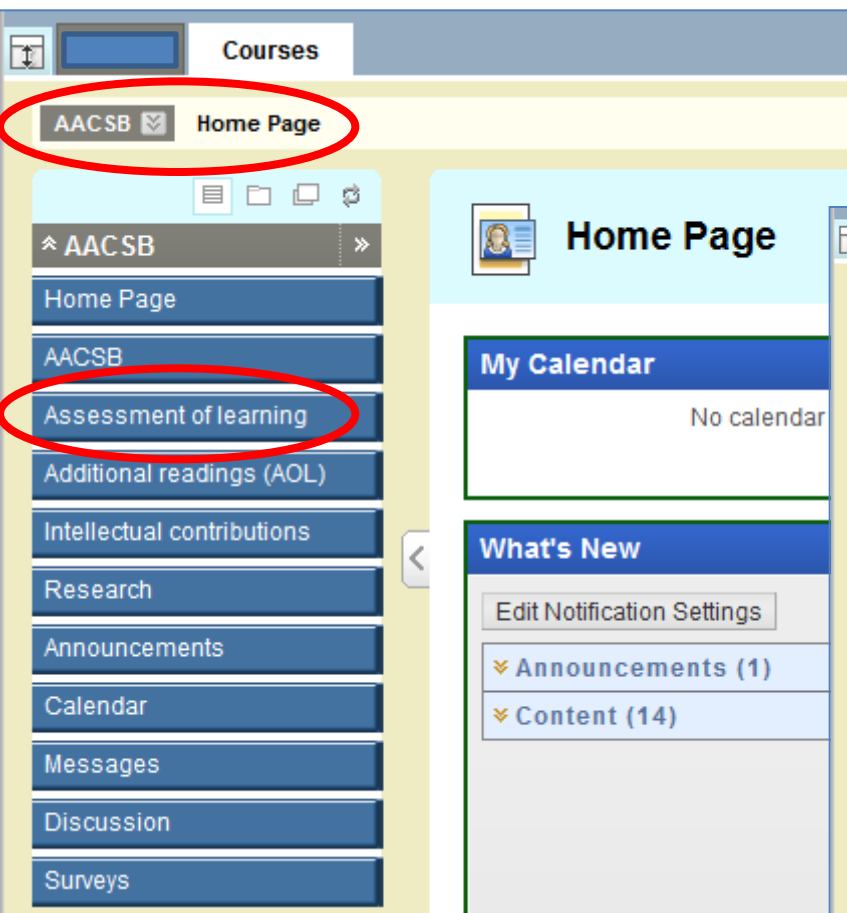
ASSESSMENT METHODOLOGY

ASSESSMENT ENVIRONMENT	ASSESSMENT METHOD/METRIC	EXPECTATIONS	PROCEDURES	CHANGES TO BE IMPLEMENTED	SUMMARY OF RESULTS
Information and Communication Technology IT106	METHOD: on-line survey among Blackboard.	15 % of students in BE category 50 % of students in	DESCRIPTION: Students will be supposed to fill out the survey provided at Blackboard. Survey consisted of 20 questions.		No results are currently available. We expect to

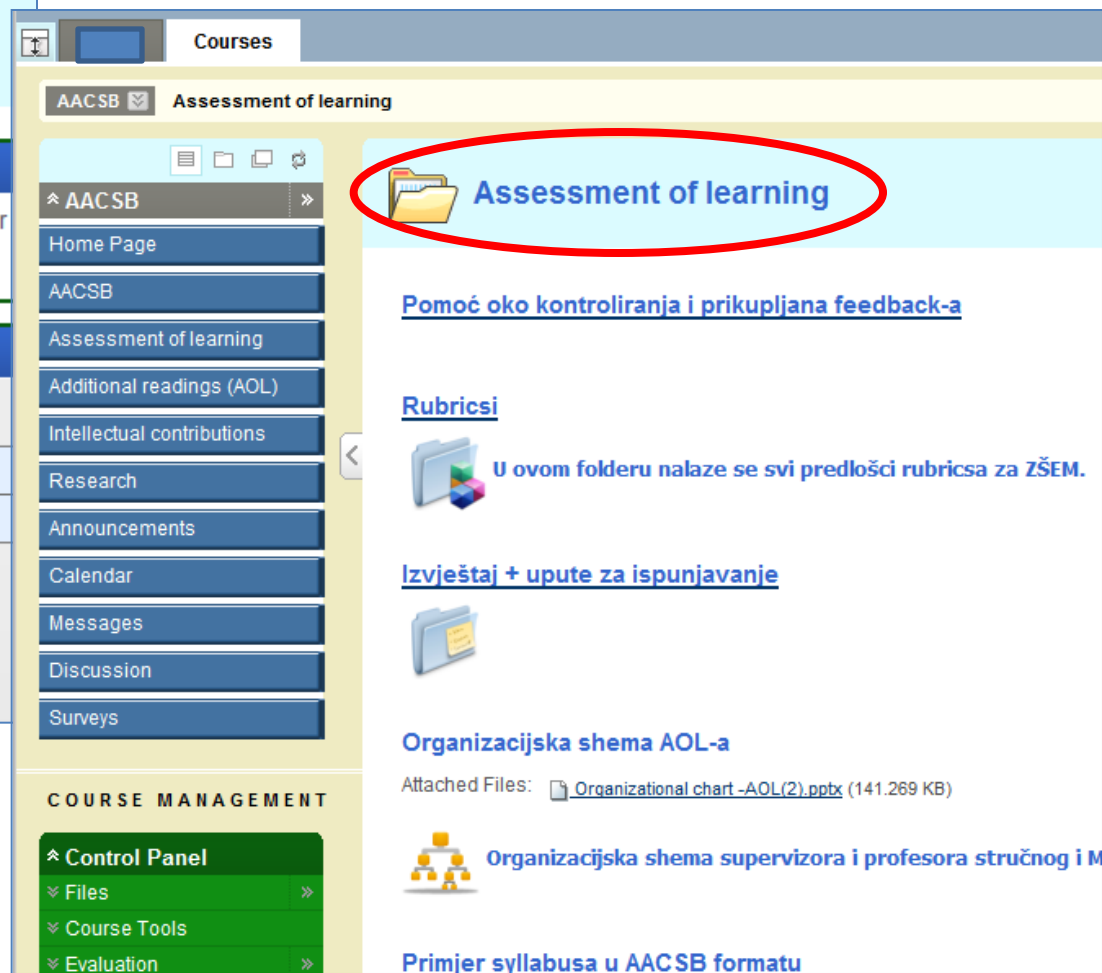
Kakva poboljšanja se mogu učiniti na temelju podataka?

- Dodavanje novog predmeta
- Eliminacija predmeta
- Promjena dijela predmeta
- Dodavanje novog sadržaja u predmet
- Dodavanje on-line komponente na predmetu
- Promjena uvjeta za upis i pohađanje predmeta
- Promjena redoslijeda predmeta
- Promjena u pedagoškom smislu (edukacija predavača)
- Promjena u rubricima, ciljevima i sl.
- ...

KOMUNIKACIJA - *primjer* Blackboard course



This screenshot shows the Blackboard Home Page interface. The top navigation bar includes a 'Courses' tab and a dropdown menu for 'AACSB' with 'Home Page' selected. A red circle highlights the 'AACSB' dropdown and the 'Home Page' link. The left sidebar contains a list of links: 'AACSB', 'Home Page', 'AACSB', 'Assessment of learning' (circled in red), 'Additional readings (AOL)', 'Intellectual contributions', 'Research', 'Announcements', 'Calendar', 'Messages', 'Discussion', and 'Surveys'. The main content area is titled 'Home Page' and includes sections for 'My Calendar' (showing 'No calendar'), 'What's New' (with 'Edit Notification Settings', 'Announcements (1)', and 'Content (14)'), and a 'COURSE MANAGEMENT' section at the bottom with links to 'Control Panel', 'Files', 'Course Tools', and 'Evaluation'.



This screenshot shows the Blackboard 'Assessment of learning' page. The top navigation bar includes a 'Courses' tab and a dropdown menu for 'AACSB' with 'Assessment of learning' selected. A red circle highlights the 'Assessment of learning' link in the top bar. The left sidebar contains a list of links: 'AACSB', 'Home Page', 'AACSB', 'Assessment of learning', 'Additional readings (AOL)', 'Intellectual contributions', 'Research', 'Announcements', 'Calendar', 'Messages', 'Discussion', and 'Surveys'. The main content area is titled 'Assessment of learning' and includes sections for 'Pomoć oko kontroliranja i prikupljana feedback-a', 'Rubricsi' (with a folder icon and text 'U ovom folderu nalaze se svi predlošci rubrica za ZŠEM.'), 'Izvještaj + upute za ispunjavanje' (with a folder icon), 'Organizacijska shema AOL-a' (with an attached file 'Organizational chart -AOL(2).pptx (141.269 KB)'), 'Organizacijska shema supervizora i profesora stručnog i M', and 'Primjer syllabusa u AACSB formatu'.

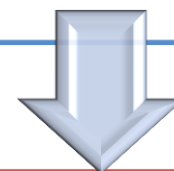
Pozitivne promjene

Indirektna mjerenja

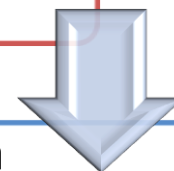
1. Evaluacije programa / predavača / pratećih službi od strane studenata
2. Zadovoljstvo radom zaposlenika
3. Blackboard / Moodle komponenta kolegija
4. Standardizirani upisni intervju
5. Alumni ankete
6. Ankete i fokusne skupine s poslodavcima
7. Benchmarking s drugim institucijama ...
... poticati kombiniranje raznih instrumenata

Upravljanje kvalitetom – uključivanje raznih dionika

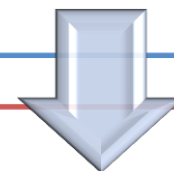
Razgovori na raznim sastancima i tijelima fakulteta



Prezentacije rezultata i diskusije – Predmetni nastavnici međusobno, Katedre, Stručna vijeća,



Jedinica za kvalitetu (Odbor za kvalitetu) – uvođenje promjena u nastavu, administraciju, opremanje, druge resurse...
Implementacija promjena u okviru predmeta - profesori



Proboljšanje programa, izvedbe studenata i viša razina kompetencija

Zahvaljujem!



maja.martinovic@zsem.hr

Pitanja?