

HÖGSKOLAN VÄST
**STRATEGISK
PLATTFORM**

VÅR STRATEGISKA PLATTFORM **BESTÅR AV TRE DELAR**

Tillsammans bildar de tre delarna en gemensam utgångspunkt och bas för högskolans verksamhet.

Värdegrund – beskriver våra gemensamma etiska grundvalar.

Varumärke – vår profil och hur vi vill uppfattas.

Strategier – hur driver högskolan forskning och utbildning med hög kvalitet. Ligger till grund för högskolans Övergripande verksamhetsplan (ÖVP) som finns beskrivet i ett separat dokument.



VÅR VÄRDEGRUND

Verksamheten vid Högskolan Väst utgår från och försvarar principen om alla människors lika värde där demokrati och mångfald bidrar till social välfärd, rättvisa och hållbar samhällsutveckling. Högskolan utmärks av akademisk frihet, kvalitet, integritet och hederlighet. Högskolans värdegrund tar sitt avstamp i den gemensamma värdegrunden för statsanställda.



VÅRT VARUMÄRKE ÄR EN VÄRDEFULL TILLGÅNG

Alla organisationer, företag, platser och såklart även lärosäten har ett varumärke. För alla har ett rykte. Vare sig man vill eller ej. Säg Högskolan Väst till en person och den personen kommer i den mån de känner till oss, att ha någon uppfattning och få olika associationer och bilder i huvudet. Denna uppfattning och dessa associationer, bilder och känslor är det som är vårt varumärke – vårt "brand", för att tala engelska.

Detta innebär att vi inte helt kan styra över vårt varumärke, alla människor har den uppfattning de har, vi kan bara försöka påverka den uppfattningen. Viktigt att komma ihåg är att ett starkt varumärke är inget man får, det är något man förtjänar. Varumärket är en indikator på en verksamhet. Ett varumärke är därför en värdefull tillgång. Är det välkänt och skapar positiva associationer har det lättare att tränga igenom det mediala bruset, bygger intern stolthet, inspirerar och attraherar.

Högskolan Västs varumärke är därför en viktig fråga. Den här varumärkesplattformen är vårt strategiska dokument som beskriver grunden för vårt varumärke och det fundament som vår verksamhet vilar på.

“ A BRAND IS A PERSON'S GUT FEELING ABOUT A
PRODUCT, SERVICE OR ORGANIZATION. ”

MARTY NEUMIER, BRAND STRATEGIST



VI BYGGER VÅRT VARUMÄRKE TILLSAMMANS

Uppfattningen av vårt varumärke skapas i alla våra möten med omvärlden. Det innebär att varumärkesfrågan handlar om betydligt mer än logotyp, reklam och marknadsföring. Det handlar om hela vår verksamhet. Vilket innebär att vårt varumärke är något som inte bara berör några få, utan ALLA i vår organisation. Även våra studenter och samverkanspartners är därför med och påverkar.

Man kan säga att ett varumärke definieras utifrån och in, men det måste byggas inifrån och ut. Varumärkesbyggande är därför ett långsiktigt arbete där vi alla bidrar på olika sätt i vårt dagliga arbete.

Vårt varumärke skapas genom:

1. Vår kommunikation

Hur vi kommunicerar med omvärlden, partners och internt på högskolan, spelar en stor roll. Tonalitet, uttryck och innehåll för vår kommunikation är viktiga faktorer som påverkar hur man uppfattar oss.

2. Vår verksamhet

Hur man upplever vår verksamhet: forskning, utbildning och samverkan, är naturligtvis oerhört viktigt för vilken bild man har av oss.

3. Vårt beteende

Vårt beteende är inte minst viktigt. Hur vi bemöter och behandlar de vi möter och hur vi uppför oss mot varandra.



KOMMUNIKATION



VERKSAMHET



BETEENDE

VARUMÄRKESBERÄTTELSE

Världen förändras allt snabbare. Globalisering och digitalisering påverkar oss alla och vårt sätt att arbeta och leva. Alla de samhällsutmaningar vi står inför är komplexa och kräver nya insikter, nya tankegångar och gemensamma gränsöverskridande lösningar. Den snabba utvecklingen innebär ständigt nya förutsättningar och krav, men innebär också nya möjligheter.

I denna värld är kunskap, samarbete och livslångt lärande viktiga framgångsfaktorer – i samhället, på arbetsmarknaden och på individnivå. Här har Högskolan Väst en viktig roll. Vi har från första dagen sett gränsöverskridande samverkan som själva kärnan i vår verksamhet.

Detta är vi stolta över. Vi är stolta över att vara ett annorlunda lärosäte. Stolta över våra lärare och forskare som lär ut och skapar kunskap och utveckling i samverkan med näringsliv, offentlig sektor och omgivande samhälle. Vi är stolta över vår verksamhetsidé och det regeringsuppdrag vi har att utveckla Arbetsintegrerat lärande.

Vi är stolta över våra studenter och över att vara ett lärosäte som attraherar så många med ickeakademisk bakgrund. Personer som ofta är först i sin familj med att ta steget till högre studier. Ett stort och viktigt steg. Vi är också stolta över att de står sig så bra på arbetsmarknaden efter examen och att de vill göra denna resa tillsammans med oss och våra samverkanspartners.

Vi vet varför vi finns och vi vet att vi gör skillnad. Vi är övertygade om att en värld där fler människor får tillgång till kunskap och utveckling är en mer jämlik och hållbar värld.

VARUMÄRKET BESTÅR AV:

Vision — målbild som beskriver vår strävan och roll i framtiden.

Verksamhetsidé — vad vi gör och hur vi arbetar mot visionen.

Kärnvärden — definierar hur vi är och gör saker i den dagliga verksamheten.

Position — beskriver hur vi vill bli uppfattade i jämförelse med andra lärosäten.

Löfte — vad vi lovar och vad alla ska kunna förvänta sig av oss.



VISION

VÅR ROLL I EN ALLTMER FÖRÄNDERLIG, GLOBALISERAD OCH DIGITALISERAD VÄRLD.

Visionen beskriver organisationens målbild som vi ständigt strävar mot och uttrycker vår roll och samhällsnytta. Visionen syftar till att skapa en intern samsyn kring hur organisationen ska utvecklas. Den är en kompass i det dagliga arbetet såväl som för den långsiktiga färdriktningen.

Vår vision ställer krav på oss. Att vara en *aktiv samhällsaktör* innebär att vi ser behov, tar ställning, tar initiativ och driver på utvecklingen. Vi agerar och verkar *tillsammans med vår omvärld*, vilket innebär att vi alltid söker samarbete utanför vår akademiska sfär. Och att göra kunskap *tillgänglig för fler människor*, innebär att vi tar vår samhällsroll på allvar och hela tiden strävar efter att bredda vår rekryteringsbas och nå fler personer. Detta ställer pedagogiska och kommunikativa krav på oss att vara tillgängliga, öppna och inkluderande.

A full-page photograph with a strong blue color overlay. It depicts the lower half of a person standing on a light-colored tiled floor. The person is wearing dark denim jeans and black leather boots. They are carrying a large, black, worn suitcase with metal corners and straps. The person's shirt, which has a small white and black checkered pattern, is visible at the waist. The background is blurred, suggesting an indoor setting like a hallway or office.

”Vi är en aktiv samhällsaktör som
tillsammans med omvärlden skapar
kunskap och gör den tillgänglig för fler.”

VERKSAMHETSIDÉ

VAD VI GÖR OCH HUR VI ARBETAR

Verksamhetsidén beskriver hur vår organisation arbetar mot visionen. I korta ordalag beskriver vår verksamhetsidé vårt övergripande syfte och existensberättigande samt hur vi löser vårt uppdrag.

Verksamhetsidén är densamma även om våra mål skulle bytas ut och ändras allteftersom de uppnås eller blir inaktuella.

”Tillsammans med omgivande
samhälle skapar och sprider vi kunskap,
kompetens och lärande.

För det är i mötet mellan akademi,
arbetsliv och omgivande samhälle som det
bäst skapas insikter, problemlösningar
och utveckling som möter dagens och
framtidens behov och utmaningar.”

KÄRNVÄRDEN

VAD VI ÄR

Kärnvärdena beskriver organisationens egenskaper och vad som definierar oss. Hur vi är och gör saker. Vår personlighet och vår identitet. Våra kärnvärden vägleder oss i allt vi gör. När var och en av oss som arbetar på Högskolan Väst lever upp till dem i vardagen har vi förutsättningar att arbeta mot visionen och upplevs som konsekventa och relevanta för vår omvärld.

GENERÖSA

Ju fler som kan ta del av vår kunskap desto bättre. Alla relationer växer i ett ömsesidigt givande och tagande. Därför är vi hjälpsamma och jobbar aktivt med att dela med oss av kunskap, erfarenhet och kontakter. Vi gläds åt varandras framgångar och är generösa med beröm, stöd och uppmuntran; kollegor emellan, till våra studenter och till våra samarbetspartners.

INKLUDERANDE

Vi strävar efter delaktighet hos medarbetare, studenter och samarbetspartners. Vi är öppna mot omvärlden och välkomnande mot dem vi möter och drivs av att möjliggöra människors potential, oavsett kön, ålder och bakgrund. Jämlikhet och allas lika värde är självklart. Vi vet att mångfald gör oss starkare och att ömsesidig samverkan är vår viktigaste framgångsfaktor.

OFFENSIVA

Vi har en stark drivkraft att påverka och utveckla samhälle och individ. Vi är lyhörda, modiga och vågar ta ställning. Här välkomnar vi nya idéer och egna initiativ. Vår ambition är att alltid ligga i framkant inom våra kunskapsområden. Därför är vi proaktiva, engagerade och tar ansvar för att saker blir gjorda; för vår egen utveckling som lärosäte, för våra studenter utveckling, mot våra kollegor och i vår samverkan.

“CRAZY ENOUGH”

Vi är övertygade om att det finns nya och innovativa sätt att bedriva akademisk verksamhet. Därför bryter vi gärna ny mark, går egna vägar och ifrågasätter normer och traditioner. Vi är trygga i oss själva och stolta över det som gör oss unika. För vi är "galna nog" att tro att samverkan är det bästa sättet att främja utbildning och forskning. Vi är "galna nog" att satsa på vetenskaplig höjd och banbrytande internationell forskning, trots att vi är en mindre högskola. Vi är också "kloka nog" att tro att alla vill utvecklas, oavsett bakgrund och ålder.

POSITIONERING

VAD VI SKA VARA KÄNDA SOM

Positionen handlar om vad vi vill att omvärlden ska tänka om oss och vad som särskiljer oss från andra lärosäten. Helt enkelt vad vi framför allt vill att alla målgrupper ska veta om oss. Vi kommunicerar detta för att skapa en unik position i medvetandet hos våra målgrupper.

Det som gör oss unika och som är vår främsta styrka är Arbetsintegrerat lärande (AIL) – kunskap och utveckling som skapas i mötet mellan akademin och omvärlden.

Högskolan Väst har regeringens uppdrag att utveckla Arbetsintegrerat lärande och idag är vi landets ledande högskola när det gäller AIL i våra utbildningar. AIL är också ett av våra forskningsområden.

Om detta ska vi berätta och visa på nyttan som AIL innebär för våra olika intressenter. De ska veta varför det är en vinst för dem.



Sveriges ledande högskola inom Arbetsintegrerat lärande (AIL)

– kunskap och utveckling som skapas i mötet mellan akademien och omvärlden.

VARUMÄRKESLÖFTE

VAD VI LOVAR OCH LEVERERAR

Varumärkeslöftet sätter ord på vår position och beskriver vad vi erbjuder och vad var och en som kommer i kontakt med oss har rätt att förvänta sig och vad vi alla ska göra vårt yttersta för att alltid leverera.

Starka varumärken lovar vad de kan hålla och levererar alltid minst det man förväntat sig. Samverkan med omgivande samhälle, näringsliv och offentlig sektor är själva grunden för vår verksamhet. Och det är vad vi lovar våra målgrupper.

Kunskap i samverkan.



STRATEGIER

Högskolan Västs strategiska planering tar avstamp i Strategisk plattform och beslutas av högskolans styrelse. Strategierna ses över årligen och finns dokumenterade i Övergripande verksamhetsplan (ÖVP). ÖVP ligger sedan till grund för arbetsenheternas verksamhetsplaner.





HÖGSKOLAN VÄST

Högskolan Väst, 461 86 Trollhättan, hv.se