dr Magdalena Sobocińska

Katedra Badań Marketingowych

Instytut Marketingu

Wydział Nauk Ekonomicznych

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Rola szkół wyższych w rozwoju społeczno-gospodarczym oraz kształtowaniu wizerunku Wrocławia i Dolnego Śląska

---

Wprowadzenie

Współczesne miasta i regiony należy określać w kategoriach sieci, w których następuje wymiana zasobów ludzkich, finansowych, rzeczowych i intelektualnych. Z punktu widzenia procesu kształtowania wizerunku miasta, regionu istotna jest ich sprawność funkcjonowania jako sieci. Zapewnienie sprawności funkcjonowania sieci wiąże się z tworzeniem oraz pogłębianiem opartych na partnerskim zaufaniu relacji między władzami miasta i regionu a podmiotami jego otoczenia, do których w szczególności zaliczyć należy przedsiębiorstwa, fundacje, media, mieszkańców, a także szkoły wyższe¹.

Rolę szkół wyższych w promocji oraz w rozwoju regionu należy rozpatrywać w kontekście zmian zachodzących w obszarze szkolnictwa wyższego oraz stawianych szkołom wyższym wyzwań. Zalicza się do nich m.in. integrację nauki, technologii i treści kształcenia, rosnącą mobilność studentów oraz pracowników szkół wyższych, rozwój ustawicznego uczenia się, humanizację kształcenia, a także powstawanie sieci naukowych i technologicznych oraz rosnące znaczenie współpracy szkoły wyższej z podmiotami otoczenia². Od stopnia sprostania wymienionym wyzwaniom zależy

---

¹ Domański T. (red.), *Marka dla Łodzi. Strategiczne budowanie wizerunku miasta*, Wydawnictwo Katedry Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2008, s. 154.

² *Biała Księga Kształcenia i Doskonalenia. Nauczanie i uczenie się. Na drodze do uczącego się społeczeństwa*, Komisja Europejska — Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa 1997.

nie tylko pozycja konkurencyjna i wizerunek szkół wyższych, ale także wizerunek oraz rozwój społeczno-gospodarczy regionów, w których one funkcjonują.

Należy podkreślić, że atrakcyjność pod względem naukowym i edukacyjnym regionu kształtuje wizerunek miejsca, który z kolei wpływa na postawy i sposób postrzegania produktów pochodzących z określonego regionu.

Celem opracowania jest ukazanie wpływu szkół wyższych na rozwój regionów w dobie gospodarki opartej na wiedzy, a także przedstawienie wybranych działań służących kształtowaniu pozytywnego wizerunku zarówno szkół wyższych, jak i Wrocławia oraz Dolnego Śląska. Szczególna uwaga zostanie poświęcona takim kategoriom jak: jakość kształcenia oraz długookresowa współpraca szkół wyższych z podmiotami otoczenia, ponieważ przyjęto, że od tych czynników zależy rozwój regionu oraz utrwalenie wizerunku Wrocławia jako miasta akademickiego. Przedstawione zostaną również wyzwania stojące przed szkolnictwem wyższym na Dolnym Śląsku z perspektywy rozwoju społeczno-gospodarczego miasta i regionu.

1. Wpływ szkół wyższych na rozwój regionów w dobie gospodarki opartej na wiedzy

Rozwój społeczeństwa opartego na wiedzy uwarunkowany jest procesami tworzenia wiedzy, jej transferu przez działalność edukacyjną i szkoleniową, rozprzestrzenianiem za pomocą technologii informacyjnych oraz zastosowaniem wiedzy w rozwiązywaniu konkretnych problemów biznesowych. Mając na uwadze wyzwania związane z tworzeniem społeczeństwa opartego na wiedzy należy wskazać na istotną funkcję uniwersytetu jaką jest kreowanie wiedzy, co w konsekwencji przekłada się na tworzenie odpowiedniego klimatu sprzyjającego rozwojowi regionów, w których szkoły wyższe są zlokalizowane³.

Należy szczególnie podkreślić funkcje szkół wyższych wyrażające się w rozwoju zaawansowanej wiedzy, pobudzaniu przedsiębiorczości i pasji zdobywania wiedzy przez całe życie, a także kształtowaniu w procesie edukacji orientacji innowacyjnej, umożliwiającej wykorzystanie szans cywilizacyjnych. Wiąże się to z przekształcaniem edukacyjnej misji nauczania w misję wyposażania w metody indywidualnego uczenia się⁴ oraz dochodzeniem do sytuacji, w której edukacja będzie traktowana jako jeden z elementów koncepcji stylu życia⁵. Istotną rolę spełnia także upowszechnianie wyników badań naukowych, które przyczynia się do dyfuzji wiedzy.

³ Marszałek A., *Rola uczelni w regionie*, Difin, Warszawa 2010, s. 78.

⁴ Bielecki P., *Uznawanie, regulacja oraz zapewnienie jakości nieoficjalnego sektora studiów wyższych w krajach UE*, [w:] J. Dietl, Z. Sapijaszka (red.), *Podniesienie jakości studiów warunkiem przetrwania i rozwoju na rynkach usług edukacji wyższej*, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2001, s. 26–34.

⁵ Jankowski D., Przyszczypkowski K., Skrzypczak J., *Podstawy edukacji dorosłych: zarys problematyki*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2003, s. 52.

Dyfuzji wiedzy sprzyja również zwiększająca się mobilność pracowników szkół wyższych i studentów, powstawanie sieci ośrodków badawczych i uniwersyteckich, a także rozwijająca się współpraca między przedstawicielami nauki i biznesu.

Dążenie do tego, aby marka miasta, regionu była kojarzona z nauką, edukacją, czy ofertą kształtowaną przez szkoły wyższe zyskuje na znaczeniu ze względu na proces globalizacji i związane z nim przemiany zachodzące w stylach życia. Globalizacja sprawia, że takie czynniki jak położenie geograficzne, warunki naturalne przestają być determinantami rozwoju miasta i regionu. Obecnie wśród uwarunkowań rozwoju miasta szczególne miejsce zajmuje aktywność jednostek wyrażająca się w powstawaniu nowych form i rodzajów działalności, tworzeniu nowych miejsc pracy i kreowaniu produktów skierowanych na rynki światowe. Miasta przechodząc z etapu przemysłowego w postindustrialny specjalizują się w dziedzinie nieprodukcyjnych branż działalności gospodarczej. Zmianie struktury zatrudnienia mieszkańców towarzyszy zmiana struktury funkcjonalnej miast.

Rola szkół wyższych w rozwoju oraz w promocji regionu staje się coraz większa, ponieważ wiele przedsiębiorstw zakłada swoje oddziały lub centra offshore w regionach, które wyróżniają się dużą liczbą studiujących oraz dobrze wykształconych mieszkańców będących pracownikami wiedzy. Pracownicy wiedzy charakteryzują się tym, że reprezentują wysoki poziom wiedzy specjalistycznej, wykształcenia oraz doświadczenia, a wśród najważniejszych celów ich pracy jest tworzenie, rozpowszechnianie lub zastosowanie posiadanej wiedzy w praktyce. Pracownicy wiedzy w największym stopniu decydują o wartości firm i wytwarzają największą wartość dodaną. Wyróżnia ich także innowacyjność oraz potrzeba autonomii⁶.

Zwiększanie się dostępności wyższego wykształcenia jest związane z rozwojem gospodarki opartej na wiedzy. Jednak niejednokrotnie wiąże się to także z umasowieniem kształcenia na poziomie licencjackim i magisterskim. W związku z tym istotnym wyzwaniem występującym w obszarze szkolnictwa wyższego jest podwyższanie jakości kształcenia jako czynnika warunkującego rozwój regionu i jego wysoką pozycję konkurencyjną. Wśród występujących w szkolnictwie wyższym zmian, mających wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy regionu oraz na jego wizerunek należy wyróżnić także zwiększającą się liczbę osób studiujących poza swoim regionem, a coraz częściej także za granicą. Rosnąca mobilność młodzieży oraz nauczycieli akademickich sprawia, że zarówno regiony, jak i zlokalizowane w nich szkoły wyższe konkurują o studentów oraz pracowników nauki nie tylko na rynku krajowym, ale także europejskim i światowym. Odpowiedzią na procesy globalizacyjne jest także zakładanie przez niektóre szkoły wyższe zagranicznych filii oraz przyjmowanie korporacyjnego modelu organizacji.

Wizerunek szkół wyższych współtworzy wizerunek regionu, a marka szkoły wyższej jest submarką miasta, w którym szkoła wyższa jest zlokalizowana. W tabeli 1 przedstawiono przykłady pytań służących do identyfikowania wpływu szkół wyższych na postrzeganie marki miasta w przekroju sześciu jej wymiarów.

---

⁶ Davenport T. H., *Zarządzanie pracownikami wiedzy*, Wolters Kluwer, Kraków 2007, s. 22, 33.

Tabela 1. Przykłady pytań służących do identyfikowania wpływu szkolnictwa wyższego na postrzeganie marki miasta

Komponent marki miasta wg S. Anholta	Przykłady pytań służących do identyfikowania wpływu szkolnictwa wyższego na postrzeganie marki miasta
Obecność marki miasta na arenie międzynarodowej	Czy miasto jest znane z uwagi na funkcjonujące w nim szkoły wyższe? Z jakich szkół wyższych miasto jest znane? Z jakich osiągnięć świata nauki miasto jest znane? Jaki jest wkład pracowników szkół wyższych do rozwoju nauki w Polsce, Europie, Świecie?
Miejsce	Jak postrzegane są budynki, w których mieszczą się szkoły wyższe? Jak względem siebie usytuowane są szkoły wyższe? Czy aranżacja wnętrza szkół wyższych sprzyja kształceniu, zdobywaniu wiedzy?
Potencjał	Czy mieszkając w danym mieście można byłoby zdobyć wykształcenie pozwalające dobrze uplasować się na rynku pracy? Czy w określonym mieście istniałaby możliwość znalezienia pracy w szkolnictwie wyższym? Czy dane miasto byłoby dobrym miejscem, aby studiować?
Dusza i puls miasta	Jak bardzo fascynujące są wydarzenia, festiwale nauki organizowane przez szkoły wyższe? Czy łatwo można byłoby w danym mieście znaleźć szkołę wyższą zapewniającą wysoką jakość kształcenia?
Ludzie	Czy związani z miastem naukowcy posiadają niekwestionowany dorobek? Czy naukowcy związani z miastem są otwarci na współpracę międzynarodową? Czy mieszkańcy miasta wyróżniają się pod względem poziomu wykształcenia i posiadanych kwalifikacji?
Warunki decydujące o wyborze miasta	W jakim stopniu baza materialna uczelni dostosowana jest do oczekiwań odbiorców ich oferty?

Źródło: opracowanie własne.

Zarządzanie wizerunkiem szkoły wyższej wymaga uwzględniania wielu czynników kształtujących wizerunek uczelni. Wśród tych czynników należy wymienić zarówno ofertę dydaktyczną, prestiż studiowania, atmosferę i infrastrukturę uczelni, jak również utrzymywane przez szkołę wyższą relacje z podmiotami otoczenia. Istotne są także postawy, kompetencje oraz osiągnięcia studentów, absolwentów i pracowników. Wyjątkowym przykładem pod względem osiągnięć pracowników jest Uniwersytetu Chicago, którego ekonomiści zdobyli 9 Nagród Nobla, a absolwenci kolejnych 14 Nagród. W tym kontekście warto podkreślić, że Nagrody Nobla w dziedzinie Ekonomii przyznawane są od 1969 r. Otrzymanie przez ekonomistów związanych z Uniwersytetem Chicago wielu Nagród Nobla należy rozpatrywać nie tylko w kontekście wizerunku tej uczelni, ale także jej wpływu na gospodarkę. Z kolei Uniwersytet Stanforda przyczynił się do rozwoju technologii i takich przedsiębiorstw, jak: Yahoo, Google, Cisco, Sun Microsystems. Przedstawiając wpływ szkół wyższych na rozwój społeczno-gospodarczy warto dodać, że 8 uniwersytetów z okolic Bostonu tylko w 2000 roku opracowało aż 264 patenty i udzieliło 280 licencji przedsię-

biorstwom. Szacuje się, że związany z tym efekt ekonomiczny dla regionu wyniósł 7,4 mld dolarów⁷.

Chociaż związek między prowadzoną przez uniwersytety działalnością naukowo-badawczą i jej zastosowaniem w praktyce nie zawsze jest bezpośredni, to jednak istnieje wiele przykładów trwałej i ekwiwalentnej współpracy szkół wyższych z podmiotami gospodarczymi. Dolina Krzemowa zyskała międzynarodowy rozgłos dzięki Uniwersytetowi Stanforda, a tak prestiżowe uczelnie jak Harvard, czy Massachusetts Institute of Technology od lat prowadzą ścisłą współpracę z firmami, które w ich pobliżu lokują swoje siedziby. Podobna sytuacja występuje w przypadku angielskiego Uniwersytetu Cambridge oraz głównych uczelni chińskich, tj. Uniwersytetu Pekinśkiego, Uniwersytetu Tsinghua oraz uniwersytetów Fudan i Jiaotong w Szanghaju⁸. W tym kontekście ujawniają się dystanse i różnice między wpływem, jaki wywierają najlepsze na świecie uniwersytety na rozwój społeczno-gospodarczy a rolą jaką pełnią polskie szkoły wyższe, w tym także te zlokalizowane na Dolnym Śląsku w rozwoju regionu.

2. Dbłość o jakość kształcenia oraz długookresowa współpraca szkół wyższych z podmiotami otoczenia czynnikami rozwoju Dolnego Śląska i kształtowania wizerunku Wrocławia jako miasta akademickiego

Wrocław i region dolnośląski jest istotnym ośrodkiem akademickim w Polsce. Zajmuje on relatywnie wysoką pozycję m.in. ze względu na liczbę osób studiujących na wyższych uczelniach. Pod względem liczby studentów szkół wyższych na 10 tys. ludności plasuje się na trzecim miejscu po województwie małopolskim i mazowieckim. W 2002 roku liczba studentów szkół wyższych na Dolnym Śląsku na 10 tys. ludności wynosiła 521. Natomiast w roku 2009 studiowało już 600 osób na 10 tys. mieszkańców (por. tab. 2).

Należy podkreślić, iż istnieje potrzeba doskonalenia jakości kształcenia w szkołach wyższych na Dolnym Śląsku, ponieważ wraz z kulturą jakości wpływa ona na wizerunek szkół wyższych i jednocześnie wizerunek Wrocławia oraz regionu. Doskonalenie jakości kształcenia jest procesem ciągłym, a jego powodzenie zależy nie tylko od wypracowania, a następnie stosowania odpowiednich procedur i standardów, ale przede wszystkim od zaangażowania pracowników uczelni i wsparcia ich niezbędnymi zasobami⁹.

⁷ Thieme J. K., *Szkołnictwo wyższe. Wyzwania XXI wieku. Polska – Europa – USA*, Difin, Warszawa 2009, s. 21.

⁸ Levin R., *Globalna uczelnia*, „Newsweek Polska”, 2006, nr 34, s. 46.

⁹ Mazurek-Łopacińska K., *Tworzenie systemu zapewniania jakości w szkole wyższej*, [w:] K. Mazurek-Łopacińska (red.), *Proces Boloński w kształtowaniu systemu zapewniania jakości kształcenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009, s. 80.

Z punktu widzenia rozwoju Wrocławia oraz regionu dolnośląskiego istotne jest to, że wrocławskie uczelnie w swoich misjach odwołują się do wysokiej jakości kształcenia oraz prowadzenia innowacyjnych badań i wzbogacania wiedzy. Kolejną wartością zawartą w misjach jest otwartość uczelni na otoczenie oraz zachodzące w nim zmiany, a także dążenie do współpracy z praktyką (por. tab. 3). Należy podkreślić, że realizacja przez wrocławskie uczelnie swych misji i komunikowanie efektów w tym zakresie w konsekwencji powinna przełożyć się na postrzeganie Wrocławia i Dolnego Śląska jako miejsc atrakcyjnych nie tylko dla potencjalnych kandydatów na studia, ale także pracodawców.

Tabela 2. Studenci szkół wyższych na Dolnym Śląsku na tle studiujących w innych województwach w latach 2002–2009
(liczba studentów szkół wyższych na 10 tys. ludności)

Województwo \ Lata	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
małopolskie	509	545	585	611	621	631	642	643
mazowieckie	666	675	677	680	676	671	662	639
dolnośląskie	521	554	575	586	587	597	601	600
łódzkie	466	479	495	509	524	544	559	530
wielkopolskie	434	455	479	506	511	521	512	497
lubelskie	433	461	488	496	490	491	489	488
pomorskie	399	417	445	455	464	466	472	474
podlaskie	420	420	438	438	444	442	444	456
zachodniopomorskie	541	519	532	508	490	467	462	450
kujawsko-pomorskie	383	403	419	430	419	414	407	411
śląskie	424	425	440	443	435	425	414	403
opolskie	332	348	364	357	353	367	380	397
świętokrzyskie	437	441	451	449	430	401	390	376
warmińsko-mazurskie	387	412	429	430	422	411	382	367
podkarpackie	354	369	375	374	362	352	360	356
lubuskie	375	390	407	393	361	340	295	279

Źródło: Opracowano na podstawie: *Bank Danych Regionalnych GUS*, www.stat.gov.pl.

Warto podkreślić, że Wrocław znalazł się na pierwszym miejscu w rankingu Miasta Przyjazne dla Biznesu. Badanie reputacji miast przeprowadzone wśród przedstawicieli małego i średniego biznesu w 18 dużych ośrodkach zrealizował instytut TNS OBOP na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i miesięcznika „Forbes”. W badaniu uwzględniono ułatwienia czynione ze strony miasta, które wpływają na funkcjonowanie przedsiębiorstw, a w tym na jakość obsługi w urzędach, dbałość o infrastrukturę komunikacyjną i drogową, bezpieczeństwo, nastawienie władz lokalnych i pracowników urzędów centralnych wobec potrzeb biznesu. W przypadku

Tabela 3. Misje wybranych wrocławskich uczelni wyższych

Nazwa uczelni	Istota misji
Uniwersytet Wrocławski	„Uniwersytet Wrocławski we wszystkich swoich działaniach opiera się na dwóch podstawowych wartościach: prawdzie i wolności wyrażania poglądów oraz akceptuje ducha i fundamentalne zasady wyrażone w bolońskiej Magna Carta Uniwersytetów Europejskich z 1988 roku. Uniwersytet Wrocławski chroni i rozpowszechnia dorobek pokoleń oraz wnosi własny i oryginalny wkład do kultury przez twórczą pracę badawczą i rozwijanie kształcenia. Uniwersytet Wrocławski pragnie spełniać swoją misję w szczególności poprzez: ochronę, pielęgnowanie i kontynuację dziedzictwa intelektualnego przeszłości, przestrzeganie zasad wolności i etyki w zakresie badań i kształcenia, prowadzenie badań naukowych na najwyższym poziomie, kształcenie na najwyższym poziomie, szeroką współpracę z partnerami zagranicznymi, stwarzanie studentom możliwości uczestniczenia w życiu uczelni, troskę o uczynienie z uczelni miejsca spotkań i wymiany myśli oraz zachowanie autonomii akademickiej i niezależności politycznej”.
Politechnika Wrocławska	„Politechnika Wrocławska jest autonomiczną uczelnią techniczną, uniwersytecką instytucją badawczą. Jej posłannictwem jest kształtowanie twórczych, krytycznych i tolerancyjnych osobowości studentów i doktorantów oraz wytyczanie kierunków rozwoju nauki i techniki. Uczelnia realizuje swą misję przez inwencje i innowacje, najwyższe standardy w badaniach naukowych, przekazywanie wiedzy, wysoką jakość kształcenia oraz swobodę krytyki z poszanowaniem prawdy. Politechnika Wrocławska jako wspólnota akademicka jest otwarta dla wszystkich, pielęgnuje wartości i tradycje uniwersyteckie, wszechstronną współpracę z innymi uczelniami oraz zabiega o poczesne miejsce w gronie uniwersytetów Europy i świata”.
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu	„Misją Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu jest wzbogacanie wiedzy z zakresu ekonomii i nauk o zarządzaniu oraz kształcenie wysoko kwalifikowanych, przedsiębiorczych i twórczych kadr, zdolnych sprostać wyzwaniom gospodarki globalnej i lokalnej. Działalność Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu jest osadzona w bogatych tradycjach uniwersyteckich, a u jej podstaw leżą takie wartości jak: dążenie do prawdy, szacunek do wiedzy i umiejętności, rzetelność w ich upowszechnianiu, otwartość na nowe idee, poszanowanie podmiotowości człowieka. Swoją działalność Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu prowadzi w poczuciu odpowiedzialności za jakość absolwentów, badań oraz ekspertyz”.
Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu	„Uniwersytet Przyrodniczy, pielęgnując swoje dziedzictwo i najlepsze tradycje oraz chroniąc i pomnażając dorobek przeszłości, podejmuje wszechstronne działania na rzecz nauki, edukacji, wychowania młodzieży, a także rozwoju wsi, rolnictwa i gospodarki żywnościowej. Troszczy się o dostępność prowadzonych przez siebie studiów, dążąc do zapewnienia młodzieży ze wszystkich środowisk, zwłaszcza środowisk wiejskich, możliwie równych szans edukacyjnych. Misją uczelni o profilu przyrodniczym jest nie tylko kształcenie, ale także działania na rzecz kreowania przyszłości wsi i rolnictwa, wspomaganie programów ich transformacji i jednanie do tego celu wszystkich sił społecznych. Uniwersytet Przyrodniczy, w poszanowaniu prawdy, godności człowieka, wolności nauki, kształtowaniu poczucia odpowiedzialności i solidarności społecznej, przygotowuje przyszłe elity społeczne — ludzi światłych, o rozległych horyzontach, świadomych swych przekonań, ale rozumiejących i respektujących światopogląd innych. Istotną częścią misji jest rozwijanie doradztwa oraz kształcenia ustawicznego”.

Źródło: <http://www.uni.wroc.pl/o-nas/misja-uczelni>; http://www.portal.pwr.wroc.pl/info_podstawowe.dhtml; http://www.ue.wroc.pl/uczelnia/20/misja_uniwersytetu_ekonomicznego_we_wroclawiu.html; http://www.up.wroc.pl/uczelnia/359/misja_uczelni.html;

Wrocławia badani relatywnie wysoko oceniają nastawienie władz miasta i jego przyjaźność dla rozwoju przedsiębiorczości, wygląd miasta. Gorzej oceniana jest natomiast infrastruktura drogowa. Na pozytywne postrzeganie miasta mają wpływ także prowadzone działania promocyjne służące kreowaniu wizerunku Wrocławia. Mając na uwadze kreowanie wizerunku miasta w kontekście działalności szkół wyższych oraz możliwości znalezienia w mieście atrakcyjnej pracy należy dodać, iż władze miasta Wrocławia już w 2006 roku uznały, że należy podjąć działania służące pozyskaniu specjalistów, którzy wyjechali w celach zarobkowych do Wielkiej Brytanii i innych krajów. W ramach działań promocyjnych został usytuowany na angielskiej ulicy tylko jeden billboard, który następnie został sfotografowany i rozpowszechniony przez prasę i serwisy internetowe. Bardzo istotną rolę odegrały analizy i komentarze w światowych mediach, dzięki którym odbiorcy tych przekazów dowiadywali się, że władze miasta dbają o obecność wykwalifikowanych kadr we Wrocławiu. Jednocześnie należy dodać, że firma IBM wybrała Wrocław jako miejsce lokalizacji centrum informatyczno-usługowego, zatrudniającego 2,5 tys. informatyków i innych specjalistów¹⁰. Jest to szczególnie istotne dla rozwoju aglomeracji wrocławskiej w dobie budowy społeczeństwa informacyjnego i społeczeństwa opartego na wiedzy. Określając kierunki rozwoju działań promocyjnych mających na celu budowanie wizerunku Wrocławia jako atrakcyjnego miejsca dla inwestorów należy podkreślić, że władze miasta przywiązują bardzo dużą wagę do zapewnienia inwestorom dostępu do potrzebnych im zasobów, wśród których szczególnie istotne są wykwalifikowane kadry. W związku z tym rola szkół wyższych w kreowaniu wizerunku Wrocławia i Dolnego Śląska jako atrakcyjnego dla inwestorów miejsca jest bardzo istotna. Polega ona zarówno na kształtowaniu oferty edukacyjnej, naukowo badawczej, konsultingowej, doradczej, a także na włączaniu się szkół wyższych w bezpośrednie działania promujące miasto i region. Wyrazem zaangażowania uczelni w rozwój miasta i regionu jest między innymi ich udział w organizowanych przez władze miasta działaniach promocyjnych związanych ze staraniami o zlokalizowanie we Wrocławiu centrum usług typu BPO koncernu IBM, czy centrum wiedzy firmy McKinsey.

Kolejnym przykładem współpracy Miasta, uczelni, a także przedsiębiorstw jest realizacja projektu: „Akcelerator Designu”, którego istotą jest promowanie dobrego wzornictwa oraz efektywnych sposobów tworzenia produktów. Partnerami projektu są: firma Autodesk, Biuro Rozwoju Gospodarczego Urzędu Miejskiego Wrocławia, Agencja Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej SA, Akademia Sztuk Pięknych we Wrocławiu, Politechnika Wrocławska, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu. Realizacja projektu ma przyczynić się do stworzenia platformy łączącej projektowanie wzornicze z zarządzaniem innowacjami i zarządzaniem produktem oraz stymulującej wymianę informacji, wiedzy i doświadczeń pomiędzy przedsiębiorstwami a projektantami, architektami, inżynierami będącymi absolwentami wrocławskich uczelni. Celem projektu jest wykształcenie specjalistów gotowych do kierowania rozwojem nowego produktu, a także wykreowanie przestrzeni eks-

---

¹⁰ Cydejko G., *Szanują swoi, polubią obcy*, „Forbes”, 2010 nr 7, s. 68–70.

pozycyjnej upowszechniającej lokalne inicjatywy designerskie poprzez rewitalizację budynków poprzemysłowych¹¹.

Rola uczelni wyższych w rozwoju Wrocławia i regionu dolnośląskiego wyraża się także w uczestnictwie uczelni w Klasterze „Wspólnoty Wiedzy i Innowacji”, którego funkcjonowanie łączy się z perspektywami utworzenia w Polsce, z siedzibą we Wrocławiu, Węzła Wiedzy i Innowacji Europejskiego Instytutu Technologii i Innowacji w zakresie technik informacyjnych i komunikacyjnych. Współpraca szkół wyższych z innymi partnerami tworzącymi Klaster w szczególności dotyczy realizacji zadań mających na celu zwiększenie konkurencyjności firm z branży IT oraz synergiczny rozwój trzech elementów tzw. „triady wiedzy”, czyli badań naukowych, wdrożeń dla innowacyjnego przemysłu i kształcenia¹².

Wśród form współpracy uczelni z podmiotami praktyki gospodarczej w zakresie dyfuzji wiedzy należy wskazać także na aktywne uczestnictwo szkół wyższych w klastrze naukowym Nutribiomed w obszarze żywności, biotechnologii i biomedycyny.

Wyrazem współpracy szkół wyższych na Dolnym Śląsku z podmiotami otoczenia, a w tym z absolwentami jest organizowanie zjazdów absolwentów oraz tworzenie stowarzyszeń absolwentów.

W celu lepszego wykorzystania potencjału uczelni w rozwoju Wrocławia zostało powołane przez Urząd Miejski Wrocławskie Centrum Akademickie, którego działania mają przyczynić się do stworzenia we Wrocławiu warunków sprzyjających rozwojowi społeczności kreatywnej oraz kultury innowacji.

3. Wybrane działania służące kształtowaniu pozytywnego wizerunku szkół wyższych oraz Wrocławia i Dolnego Śląska

Do kształtowania pozytywnego wizerunku szkół wyższych oraz Wrocławia przyczynia się także uzyskiwanie przez studentów głównych nagród i wysokich pozycji w różnego typu konkursach o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Przykładem jest uzyskanie złotego medalu przez drużynę działającego przy Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu Stowarzyszenia Studenckiego Wiggor na Ogólnopolskim Finale Konkursu Kreatywności Odyseja Umysłu oraz czwartego miejsca w finale światowym.

Kolejnym działaniem służącym kreowaniu wizerunku Wrocławia jako miasta o ukształtowanej kulturze uniwersyteckiej jest chórálne wykonanie 1 października pieśni „Gaudeamus Igitur”. Odbывająca się na wrocławskim Rynku uroczystość, w której biorą udział rektorzy wrocławskich uczelni oraz przedstawiciele władz miasta stała

---

¹¹ <http://araw.pl/artykuly/7647/Informacje-ogolne/>.

¹² <http://www.ict-cluster.wroc.pl/>.

się już tradycją. Liczba osób, która wie o tym wydarzeniu zwiększa się nie tylko dzięki przekazom na ten temat w mediach regionalnych, ale także transmisji tej uroczystości przez TVP 2.

Nie można pominąć także znaczenia samych nazw szkół wyższych, których członem są słowa: „Wrocławska”, „Dolnośląska”. Odniesienie się w nazwie uczelni do miejsca jej lokalizacji sprawia, że miasto, czy region stają się bardziej znane obco-krajowcom, którzy mieli styczność z nazwą szkoły wyższej. Jest to szczególnie istotne w dobie globalizacji i rosnącej mobilności studentów. Z jednej strony postrzeganie zlokalizowanej w określonym mieście uczelni jako atrakcyjnej zwiększa zainteresowanie kandydatów na studia, inwestorów samym miastem, czy regionem, a z drugiej strony pozytywne postrzeganie miasta i regionu może przełożyć się na wzrost zainteresowania podjęciem studiów w takim miejscu.

Warto podkreślić również znaczenie hasła promującego Wrocław: „Wrocław — miasto spotkań”. Hasło to jest atrakcyjne m.in. dla ludzi młodych, którzy wybierając miejsce, w którym będą studiować niejednokrotnie oczekują wyjątkowej atmosfery oraz spotkań z ludźmi inspirującymi ich do realizacji wyznaczonych celów.

Z punktu widzenia promocji oraz kreowania wizerunku zarówno szkoły wyższej, jak i wizerunku miasta, w którym jest ona zlokalizowana istotne jest również organizowanie Summer School dla studentów zagranicznych. Należy podkreślić, że w zorganizowanej po raz trzeci przez Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu Szkole Letniej brało udział w 2010 roku 45 studentów z 16 krajów. Szkoła ta oprócz zajęć poświęconych kulturze i językowi polskiemu miała także charakter merytorycznie związany ze specyfiką kształcenia w Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu.

Kolejnym działaniem służącym kształtowaniu wizerunku uczelni, ale także wizerunku miasta i regionu jest tworzenie przez szkoły wyższe muzeów. Przykładem są Muzea Uniwersytetu Wrocławskiego, Akademii Sztuk Pięknych, czy też Muzeum Politechniki Wrocławskiej.

W procesie kształtowania wizerunku Dolnego Śląska, a w tym Wrocławia jako ważnego ośrodka akademickiego w Polsce wykorzystywane są także takie instrumenty jak organizowanie Dolnośląskiego Festiwalu Nauki. Kolejnym narzędziem jest organizowany przez Biuro Promocji Miasta Urzędu Miejskiego Wrocławia i Koło Naukowe Marketingu Fokus konkurs na najlepszy scenariusz i film reklamowy o Wrocławiu.

4. Istota projektu „Teraz Wrocław”

Kolejnym obszarem aktywności szkół wyższych w promocji miasta i stymulowaniu jego rozwoju jest udział wrocławskich uczelni w realizacji projektu „Teraz Wrocław”. Należy podkreślić, że Wrocław jest miastem, które od 2006 roku angażuje się w działania związane z promocją oferty edukacyjnej w Europie Wschodniej. Celem działań realizowanych w ramach projektu „Teraz Wrocław” jest zwiększenie zainteresowania

Wrocławiem jako atrakcyjnym miastem dla studentów, które w konsekwencji powinno przelożyć się na wzrost liczby studentów z Europy Wschodniej. Jest to wspólna inicjatywa Prezydenta Wrocławia, Biura Promocji Miasta Urzędu Miejskiego Wrocławia, Agencji Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej oraz Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu¹³. Instrumentami realizacji celów są publikacje prasowe, relacje w telewizji i radiu, a także reklama wielkoformatowa i reklama w Internecie. Ponadto oferta edukacyjna wrocławskich uczelni została zaprezentowana m.in. podczas Międzynarodowych Targów Edukacyjnych „Education abroad” w Kijowie, czy w ramach Dni Polskich Uczelni w Charkowie, Doniecku, Dniepropietrowsku. Na rys. 1 przedstawiono główne cele i uczestników projektu „Teraz Wrocław”.

Rys. 1. Uczestnicy oraz główne cele projektu Teraz Wrocław.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <http://www.study-in-wroclaw.pl/arttykul.php5?id=129>.

¹³ <http://www.study-in-wroclaw.pl/arttykul.php5?id=129>.

W efekcie podjętych działań w ciągu ostatnich czterech lat nastąpił ponad czterokrotny wzrost liczby studentów z Europy Wschodniej. Osoby odpowiedzialne za realizację projektu oceniają, że najskuteczniejszymi formami promocji są reklamy na zagranicznych serwisach internetowych poświęconych edukacji oraz strona internetowa projektu <http://www.study-in-wroclaw.pl>. Istotną rolę odgrywają również organizacje polonijne, które mają kontakt z osobami zaliczanymi do grupy docelowej prowadzonych działań promocyjnych. Analiza działań promocyjnych prowadzonych w ramach projektu „Teraz Wrocław” skłania do sformułowania wniosku, iż kluczowymi czynnikami sukcesu tego projektu jest oferta, której ważnym elementem jest opieka biura obsługi projektu w pierwszym roku studiów, znajomość specyfiki rynku oraz zaangażowanie osób realizujących projekt, którzy niejednokrotnie traktują swoją pracę w kategoriach misji.

5. Wyzwania stojące przed szkolnictwem wyższym na Dolnym Śląsku z perspektywy rozwoju społeczno-gospodarczego miasta i regionu

Do mocnych stron Dolnego Śląska, które zostały wymienione w *Strategii Rozwoju Województwa do 2020 roku*, zaliczono m.in.:

- silny wrocławski ośrodek akademicki z dużym potencjałem naukowo-badawczym oraz rozwój szkolnictwa wyższego w innych miastach regionu,
- dużą koncentrację wysoko wykwalifikowanej kadry naukowo-technicznej,
- wzrost poziomu wykształcenia mieszkańców i przyrost kwalifikowanej kadry,
- wzrost aspiracji edukacyjnych mieszkańców regionu,
- duży potencjał środowisk twórczych¹⁴.

Jednak z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego Wrocławia i Dolnego Śląska należy podkreślić, że wyzwaniem przed którym stoją szkoły wyższe jest ich dalszy rozwój zgodny z koncepcją Uniwersytetu Trzeciej Generacji. Koncepcja ta ukazuje kierunki zmian zachodzących w obszarze szkolnictwa wyższego oraz ewolucję ról pełnionych przez szkoły wyższe. Zgodnie z tą koncepcją rola szkół wyższych nie ogranicza się do prowadzenia badań naukowych i edukacji, ale wyraża się także w dbaniu o praktyczne zastosowanie wykreowanej wiedzy. J.G. Wissema wyróżnia dziewięć cech Uniwersytetów Trzeciej Generacji, które jednocześnie można traktować jako wyzwania dla uczelni. Uniwersytety Trzeciej Generacji charakteryzują się tym, że:

- prowadzą badania podstawowe, które pozostają rdzeniem ich działalności,
- realizują badania o charakterze interdyscyplinarnym lub transdyscyplinarnym,
- tworzą sieci, w ramach których współpracują z przedsiębiorstwami, prywatnymi jednostkami badawczo-rozwojowymi, instytucjami finansowymi, profesjonalnymi usługodawcami i innymi uniwersytetami,

---

¹⁴ Bip.umwd.dolnyslask.pl/plik.php?id=4091.

- działają na rynku międzynarodowym i konkurują o najlepszych naukowców, studentów oraz o badania zlecane przez przedstawicieli praktyki gospodarczej,
- tworzą specjalną ofertę dla posiadających największy potencjał studentów i najlepszych pracowników,
- wdrażają zasadę konsyliencji i kreatywności w pracach naukowych,
- posiadają studentów oraz pracowników z różnych krajów, są organizacjami wielokulturowymi,
- pełnią funkcję kreatorów nowej przedsiębiorczości, ponieważ oprócz prowadzenia badań naukowych i kształcenia ich celem jest również dbanie o wykorzystywanie know-how,
- są finansowane zarówno przez państwo, jak i przez przedsiębiorstwa¹⁵.

Na rysunku 2 przedstawiono uwarunkowania oraz związane z podnoszeniem konkurencyjności miasta i regionu konsekwencje rozwoju Uniwersytetu Trzeciej Generacji.

Przekształcanie się szkół wyższych na Dolnym Śląsku w Uniwersytety Trzeciej Generacji jest szczególnie istotne w kontekście czynników przyczyniających się do trwałego rozwoju regionu. Obecnie zalicza się do nich przede wszystkim zdolność do kreowania i absorpcji innowacji, powiększanie kapitału ludzkiego i kapitału wiedzy, a także umiejętne organizowanie zasobów ludzkich oraz tworzenie efektywnych układów strukturalnych z zasobów ludzkich i rzeczowych regionu, umożliwiających skomercjalizowanie produktów regionu¹⁶.

Wizerunek Wrocławia i Dolnego Śląska, a także rozwój społeczno-gospodarczy zależą od atrakcyjności oferty kształtowanej przez szkoły wyższe z punktu widzenia megatrendów cywilizacyjnych. Oferta ta powinna być traktowana jako czynnik rozwoju regionalnego o charakterze endogenicznym, który zwiększa zdolność regionu do szybkiego reagowania na zmiany zachodzące pod wpływem czynników egzogenicznych i przyczynia się do podnoszenia konkurencyjności regionu.

Z punktu widzenia ukazywania roli, którą szkoły wyższe mają w przyszłości spełnić, przyczyniając się do rozwoju społeczno-gospodarczego Wrocławia i Dolnego Śląska należy podkreślić, że Rektorzy siedmiu szkół wyższych zamierzają powołać Wrocławską Unię Akademicką. Podpisany przez Rektorów we wrześniu 2010 roku dokument o powołaniu Wrocławskiej Unii Akademickiej będzie następnie zatwierdzany przez senaty poszczególnych uczelni. W przyszłości mają powstać wspólne centra naukowe, instytuty badawcze oraz unikatowe kierunki studiów. Wrocławska Unia Akademicka jest kolejnym etapem tworzenia dużej uczelni we Wrocławiu¹⁷. Pierwszym etapem tego procesu było podpisanie Deklaracji Pawłowickiej przez Rektorów Uniwersytetu Wrocławskiego, Uniwersytetu Ekonomicznego, Uniwersytetu Przyrodniczego, Akademii Medycznej, Akademii Wychowania Fizycznego, Akademii Sztuk Pięknych oraz Akademii Muzycznej. Wśród przesłanek podjęcia działań służących integracji wrocławskiego akademickiego

¹⁵ Wissema J. G., *Uniwersytet Trzeciej Generacji. Uczelnia XXI wieku*, Wydawnictwo ZANTE, Święta Katarzyna 2009, s. 11–12.

¹⁶ Klamut M. (red.), *Polityka budowy regionu konkurencyjnego. Strategie – modele – postęp technologiczny*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2000, s. 7.

¹⁷ Wysocki T., *Łączenie uczelni: krok drugi. Ale autonomia zostaje*, <http://wroclaw.gazeta.pl/>.

szkolnictwa wyższego wskazuje się m.in. na potrzebę wzmacniania pozycji konkurencyjnych wrocławskich szkół na mapie akademickiej Polski, Europy i świata oraz zwiększenie możliwości osiągania efektów synergii i skali w badaniach, kształceniu i wykorzystaniu infrastruktury. Systematycznie realizowane działania mające na celu integrację akademickiego szkolnictwa wyższego mają w konsekwencji przelożyć się na zrównoważony rozwój Wrocławia i Dolnego Śląska, a także poprawę jakości życia mieszkańców. Forma organizacyjna tej współpracy w postaci np. federacji szkół, czy porozumienia typu sieciowego ma zostać określona przy udziale zespołów ekspertów oraz z uwzględnieniem stanowisk określonych przez senaty poszczególnych szkół wyższych¹⁸.

Rys. 2. Rola Uniwersytetów Trzeciej Generacji w rozwoju miasta i regionu.

Źródło: Opracowanie własne z wykorzystaniem koncepcji J. G. Wissema; J. G. Wissema, *Uniwersytet Trzeciej Generacji. Uczelnia XXI wieku*, Wydawnictwo ZANTE, Święta Katarzyna 2009, s. 11–12.

¹⁸ *Deklaracja Pawłowicka*: http://www.up.wroc.pl/aktualnosci_specjalne/11682/deklaracja_pawlowicka.html.

W ramach współpracy i integracji wrocławskich akademickich szkół wyższych planowane jest także założenie środowiskowego wydawnictwa akademickiego, centrum kultury akademickiej, budowa bazy sportowej, wspólna promocja uczelni, a także grupowe negocjacje kosztów z dostawcami energii, sprzętu i różnego typu usług.

Podsumowanie

Znaczenie szkół wyższych na Dolnym Śląsku w kształtowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego regionu zależeć będzie w przyszłości od tego, w jakim stopniu przyczynią się one do rozwoju regionu uczącego się. Koncepcja regionu uczącego się zakłada, że czynniki konkurencyjności przedsiębiorstw i innych podmiotów rynku, które umożliwiają funkcjonowanie na rynkach światowych, takie jak przedsiębiorczość, elastyczność, innowacyjność powstają w warunkach rozwoju regionalnego. Regionalny system uczący się jest złożony właśnie z powiązanych ze sobą w sieć „aktorów” gospodarczych, społecznych, politycznych. Przez różnego typu procesy uczenia się, które występują na konkretnym i dynamicznie zmieniającym się terytorium, region może włączyć się w proces globalizacji¹⁹.

Istotne jest zatem, aby z jednej strony kontynuowane były przez szkoły wyższe dotychczasowe działania służące promocji oraz rozwojowi regionu uczącego się, a z drugiej istnieje potrzeba poszerzania zakresu współpracy między szkołami wyższymi na Dolnym Śląsku i podmiotami ich otoczenia. W konsekwencji powinno przełożyć się to na realizację większej liczby projektów mających na celu podnoszenie konkurencyjności regionu. Na rozwój społeczno-gospodarczy Dolnego Śląska wpływać będzie w przyszłości jakość i efektywność współpracy w ramach sieci, którą tworzą zarówno szkoły wyższe, jak i przedsiębiorstwa, organizacje non-profit, a także władze miasta i regionu.

Streszczenie

Rola szkół wyższych w rozwoju społeczno-gospodarczym oraz kształtowaniu wizerunku Wrocławia i Dolnego Śląskiego

Dążenie do tego, aby marka miasta, regionu była kojarzona z nauką, edukacją, czy ofertą kształtowaną przez szkoły wyższe zyskuje na znaczeniu ze względu na rozwój społeczeństwa opartego na wiedzy, a także proces globalizacji i związane z nim przemiany zachodzące w stylach życia. Globalizacja sprawia, że takie czynniki jak położenie geograficzne, warunki naturalne przestają być determinantami rozwoju miasta i regionu. Rola szkół wyższych w rozwoju oraz w promocji regionu staje się coraz większa, ponieważ wiele przedsiębiorstw zakłada

¹⁹ Jewtuchowicz A., *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005, s. 136–137.

swoje oddziały lub centra offshore w regionach, które wyróżniają się dużą liczbą studiujących oraz dobrze wykształconych mieszkańców będących pracownikami wiedzy.

Należy podkreślić, że funkcje szkół wyższych wyrażają się w rozwoju zaawansowanej wiedzy, pobudzaniu przedsiębiorczości i pasji zdobywania wiedzy przez całe życie, a także w kształtowaniu w procesie edukacji orientacji innowacyjnej, umożliwiającej wykorzystanie szans cywilizacyjnych.

Region dolnośląski zajmuje relatywnie wysoką pozycję ze względu na liczbę osób studiujących na wyższych uczelniach. Pod względem liczby studentów szkół wyższych na 10 tys. ludności plasuje się na trzecim miejscu w Polsce po województwie małopolskim i mazowieckim. Z punktu widzenia rozwoju Wrocławia oraz regionu dolnośląskiego istotne jest to, że wrocławskie uczelnie w swoich misjach odwołują się do wysokiej jakości kształcenia oraz prowadzenia innowacyjnych badań i wzbogacania wiedzy. Mając na uwadze duże znaczenie Uniwersytetów Trzeciej Generacji w rozwoju miasta i regionu, wskazano na potrzebę stymulowania ich rozwoju na Dolnym Śląsku. W artykule ukazano także wybrane działania związane z promocją oferty edukacyjnej szkół wyższych Dolnego Śląska, które współtworzą wizerunek Wrocławia i regionu. Szczególną uwagę poświęcono działaniom realizowanym w ramach projektu „Teraz Wrocław”.

The role of universities in socio-economic development and shaping of the image of Wrocław and Lower Silesia

Aiming for the association of city's or regions brand with research, education or offer shaped by higher education is gaining importance due to development of knowledge based society, globalization and associated changes in lifestyle. Globalization makes such factors as geographical location or natural conditions no longer the determining factor for the development of the city and region. The role of universities in the development and promotion of the region is increasing, as many companies assume their offshore branches or centers in regions that are characterized by a large number of students and residents who are well-educated knowledge workers.

It should be emphasized that the functions of higher education are reflected in the development of advanced knowledge, stimulating entrepreneurship and passion for learning through life, as well as in shaping, through the process of education, of innovative orientation which enables usage of civilization opportunities.

The Lower Silesia region occupies a relatively high position due to large number of upper education students. In terms of number of students per 10 000 population it ranks third place after the Małopolska and Mazowieckie voivodship. From the perspective of the development of Wrocław and Lower Silesia region, it is important that the Wrocław universities in their missions refer to high quality of education, conducting innovative research and enhancing knowledge. Given the importance of Universities of the Third Generation in the development of the city and the region, the need of stimulating their development in Lower Silesia was pointed out. This paper shows also selected actions related to the promotion of education in universities in Lower Silesia which together form the image of Wrocław and the region. Particular attention is given to actions carried out under the project “Now Wrocław”.

Słowa kluczowe

szkolnictwo wyższe na Dolnym Śląsku, współpraca szkół wyższych z podmiotami otoczenia, jakość kształcenia, promocja Wrocławia i regionu dolnośląskiego, rozwój społeczno-gospodarczy, funkcje szkół wyższych, Uniwersytety Trzeciej Generacji, Deklaracja Pawłowicka, Wrocławska Unia Akademicka, „Teraz Wrocław”, klastry na Dolnym Śląsku.

*

O Autorze

Dr Magdalena Sobocińska jest pracownikiem naukowo-dydaktycznym w Katedrze Badań Marketingowych w Instytucie Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz w Państwowej Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. L. Schillera w Łodzi. Specjalizuje się w problematyce związanej z funkcjonowaniem rynku kultury, uwarunkowaniami rozwoju orientacji rynkowej w sferze kultury, zachowaniami nabywców dóbr i usług kultury, a także badaniami marketingowymi, komunikacją marketingową oraz zastosowaniem Internetu w marketingu.

Jest autorką książki: *Zachowania nabywców na rynku dóbr i usług kultury* (PWE, Warszawa 2008), współautorką książki: *Kreacja w reklamie* (Wolters Kluwer Polska, Kraków 2008) oraz podręcznika: *Badania marketingowe. Teoria i praktyka* pod red. naukową Prof. dr hab. K. Mazurek-Łopacińskiej (PWN, Warszawa 2005). Jest także autorką i współautorką ponad 80 recenzowanych artykułów naukowych i rozdziałów w monografiach. Uczestniczy w badaniach wizerunku Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu oraz w pracach międzykatedralnego zespołu prowadzącego badania w zakresie rozwoju rynków produktów rolnictwa ekologicznego.

Bibliografia

1. *Bank Danych Regionalnych GUS*, www.stat.gov.pl.
2. *Biała Księga Kształcenia i Doskonalenia. Nauczanie i uczenie się. Na drodze do uczącego się społeczeństwa*, Komisja Europejska — Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa 1997.
3. Bielecki P., *Uznawanie, regulacja oraz zapewnienie jakości nieoficjalnego sektora studiów wyższych w krajach UE*, [w:] J. Dietl, Z. Sapijaszka (red.), *Podniesienie jakości studiów warunkiem przetrwania i rozwoju na rynkach usług edukacji wyższej*, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2001.
4. Bip.umwd.dolnyslask.pl/plik.php?id=4091.
5. Cydejko G., *Szanujmy swoi, polubią obcy*, „Forbes”, 2010, nr 7.
6. Davenport T. H., *Zarządzanie pracownikami wiedzy*, Wolters Kluwer, Kraków 2007.
7. *Deklaracja Pawłowska*: http://www.up.wroc.pl/aktualnosci_specjalne/11682/deklaracja_pawlowicka.html.
8. Domański T. (red.), *Marka dla Łodzi. Strategiczne budowanie wizerunku miasta*, Wydawnictwo Katedry Marketingu Międzynarodowego i Dystrybucji Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2008.
9. <http://araw.pl/artykuly/7647/Informacje-ogolne/>.
10. <http://www.ict-cluster.wroc.pl/>.
11. http://www.portal.pwr.wroc.pl/info_podstawowe.dhtml.
12. <http://www.study-in-wroclaw.pl/artykul.php5?id=129>.
13. http://www.ue.wroc.pl/uczelnia/20/misja_uniwersytetu_ekonomicznego_we_wroclawiu.html.
14. <http://www.uni.wroc.pl/o-nas/misja-uczelni>.
15. http://www.up.wroc.pl/uczelnia/359/misja_uczelni.html.
16. Jankowski D., Przyszczypkowski K., Skrzypczak J., *Podstany edukacji dorosłych: zarys problematyki*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2003.
17. Jewtuchowicz A., *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2005.
18. Klamut M. (red.), *Polityka budowy regionu konkurencyjnego. Strategie — modele — postęp technologiczny*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2000.
19. Levin R., *Globalna uczelnia*, „Newsweek Polska”, 2006, nr 34.
20. Marszałek A., *Rola uczelni w regionie*, Difin, Warszawa 2010.
21. Mazurek-Łopacińska K., *Tworzenie systemu zapewniania jakości w szkole wyższej*, [w:] K. Mazurek-Łopacińska (red.), *Proces Boloński w kształtowaniu systemu zapewniania jakości kształcenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2009.
22. Thieme J. K., *Szkołnictwo wyższe. Wyzwania XXI wieku. Polska — Europa — USA*, Difin, Warszawa 2009.
23. Wciórka B., *Aspiracje i motywacje edukacyjne Polaków w latach 1993–2009 — Komunikat z badań BS/70/2009*, CBOS, Warszawa 2009.
24. Wissema J. G., *Uniwersytet Trzeciej Generacji. Uczelnia XXI wieku*, Wydawnictwo ZANTE, Święta Katarzyna 2009.
25. Wysocki T., Łączenie uczelni: krok drugi. Ale autonomia zostaje, <http://wroclaw.gazeta.pl/>.