



Tržište

Nastanak tržišta visokog obrazovanja, kao i njegova otvaranje prema privatnom sektoru i poduzetničkim inicijativama koje iz njega dolaze relativno su novije pojave na hrvatskoj društvenoj sceni. Retrospektiva nepunih dvadesetak godina postojanja VERN'a, od toga desetak kao visokoobrazovne institucije, predstavlja na neki način i povijest uvođenja zdrave kompeticije i tržišnih principa u sektor visokog obrazovanja u Hrvatskoj. Ujedno, to je i povijest postupnog odustajanja od državnog monopola u obrazovanju, polaganog ali još uvijek nedovoljnog uklanjanja administrativnih prepreka privatnoj inicijativi u obrazovnom sektoru, uvođenja obrazovnog pluralizma, značajnog iskoraka prema obrazovnim sadržajima s potencijalom za dinamiziranje gospodarstva i približavanja europskim i svjetskim visokoobrazovnim standardima.

Danas, u bitno izmijenjenim okolnostima s oko 30 privatnih visokih učilišta koja kotiraju na tržištu, VERN' je neosporni tržišni lider koji je svoju leadersku poziciju dodatno osnažio akvizicijom Zagrebačke škole za menadžment iz 2009. te tako sada zauzima blizu 50% tržišta privatnog poslovnog visokog obrazovanja u Hrvatskoj.

Dostignuća

VERN' je kroz proces definiranja i osmišljavanja svojih obrazovnih ciljeva i programa te svog izrastanja u respektabilnu akademsku instituciju, unio u hrvatsko visoko obrazovanje poduzetnički način razmišljanja i poduzetničku poslovnu kulturu. S druge strane, rano i uspješno uvođenje bolonjskih obrazovnih standarda od svog samog početka promoviralo je VERN' u pionira europski inspirirane reforme cjelokupnog hrvatskog visokoobrazovnog sektora.

No, nesumnjivo najveći doprinos VERN'a hrvatskom društvu i ekonomiji predstavlja više od 1.500 VERN'ovih prvostupnika – mladih ljudi obrazovanih u poduzetničkom duhu i raspoređenih u najrazličitijim sektorima hrvatskog gospodarstva koji preuzimaju sve važnije uloge u procesu njegova dinamiziranja.

Povijest

VERN' je osnovan 1990. godine, a Veleučilište VERN' je kao visokoobrazovna institucija počelo djelovati 2000. godine na temelju dopisnice i rješenja Ministarstva znanosti i tehnologije RH, i to pod imenom Visoke škole za ekonomiju poduzetništva s pravom jasnosti. Kao prvo hrvatsko privatno

poslovno visoko učilište VERN' je svoju akademsku egzistenciju započeo stručnim studijem Ekonomije poduzetništva koji i danas predstavlja okosnicu VERN'ovih prijediplomskih studijskih programa i poslovne kulture koju promiču VERN'ovi obrazovni programi.

2001. godine, u duhu Bolonjskog procesa, VERN' počinje s pionirskim pothvatom uvođenja bolonjskih standarda u hrvatski visokoobrazovni sustav.

2002. godine VERN' se u suradnji sa Sveučilištem Vaasa iz Finske i Institutom ISTUD iz Milana uključuje u projekt Tempus Europske Unije sa zajedničkim projektom razvoja poduzetničkog visokog obrazovanja u regiji.

Sljedeće akademske godine iz VERN'ova obrazovnog inkubatora izlazi prva generacija prvostupnika sa zvanjem ekonomista poduzetništva koja vrlo brzo nalazi svoje mjesto na tržištu rada.

2005. obilježava „kvantni skok“ VERN'a prema novoj razini organizacije i razvoja obrazovnih programa. Uveden je novi prijediplomski studij Poslovne informatike uz ambiciozan iskorak prema diplomskim razinama visokog obrazovanja pokretanjem 3 specijalistička studija – Poduzetničkog menadžmenta, Upravljanja poslovnim komunikacijama





i Računovodstva i financija. Iste godine VERN[®] u suradnji s United Business Institutes iz Bruxellesa pokreće međunarodni MBA studij koji se izvodi u Zagrebu i Bruxellesu. Broj upisanih studenata na sve studijske programe približava se broju 1.000.

2007. Visoka škola za ekonomiju poduzetništva s pravom javnosti prerasta u Veleučilište VERN[®], prvo hrvatsko privatno veleučilište orijentirano na poslovno obrazovanje s jakim naglaskom na razvoj poduzetničkog svjetonazora. Ukorak s novim organizacijskim standardima unapređuju se i nastavno-izvedbeni standardi. VERN[®] otvara nove, suvremeno uređene prostore u Importanne Galeriji s dodatnim multimedijalnim učionicama, studijskom bibliotekom, zbornicom i studentskom kantinom.

2009. VERN[®] je protagonist prvog uspješnog projekta okrupnjavanja u sektoru visokog obrazovanja. U Grupi VERN[®] ulazi Zagrebačka škola za menadžment specijalizirana za edukaciju upravljačkih kadrova u turizmu. Ovom akvizicijom VERN[®] za sada zaključuje svoj portfolo strateški odabranih obrazovnih programa (poduzetništvo, informatika, komunikacije, financije i turizam) od iznimne važnosti za hrvatsku ekonomiju, izrastajući tako u srednjeveliku visokoobrazovnu instituciju s preko 2.000 studenata, više od 1.500 promoviranih prvostupnika i oko 250 predavača.

Proizvod

VERN[®]ov ciljni proizvod je preneseno znanje, preciznije rečeno znanje visoke upotrebne vrijednosti u poslovnoj praksi, tj. biznisu. To su primjenjive multidisciplinarnе poslovne vještine utemeljene na ekonomskim, pravnim, komunikacijskim i drugim teorijama od bitnog značaja za poslovnu praksu, koje se stječu interaktivnim studiranjem na jednom od 3 prijediplomska i 4 diplomska studija kroz problematski koncipiranu nastavu u malim studijskim grupama.

Nedavni razvoj

Prerastanjem u prvo hrvatsko privatno veleučilište VERN[®] otvara novi razvojni ciklus. Prošireni su i osuvremenjeni prostorni kapaciteti, obavljeno je nekoliko kapitalnih kadrovske akvizicije, pokrenuta je vlastita udžbenička nakladnička djelatnost po uzoru na ugledna svjetska sveučilišta, nastavljeno je s ulaganjem u usavršavanje postojećih kadrova, a ulaskom Zagrebačke škole za menadžment u Grupi VERN[®] lepeza obrazovnih programa proširena je i na turizam.

Ujedno, VERN[®] je otpočeo i s aktivnostima usmjerenim na otvaranje važnih društvenih pitanja i upoznavanje hrvatske javnosti s razmišljanjima eminentnih domaćih i međunarodnih autoriteta ekonomske, socijalne i političke misli. U zadnje dvije godine VERN[®] je, što samostalno, što u suradnji s partnerima, organizirao nekoliko zapaženih stručnih skupova poput konferencije o ulasku RH u NATO, konferencija o obiteljskom poduzetništvu i budućnosti obiteljskih tvrtki, korporativnoj sigurnosti, trendovima na tržištu novca, perspektivama hrvatskog ulaska u ELL. Vrhunac ovih aktivnosti svakako predstavlja suorganizacija Pliva Business Forum, poslovnog događaja godine, na kojem je uz regionalnu poslovnu

kremu, kao glavni predavač, nastupio i ugledni harvardski profesor Michael Porter, vodeći svjetski autoritet na području konkurentnosti i natjecateljskih strategija.

Last but not least, na VERN[®]u je 2009. promovirana i 1. generacija stručnih specijalista, diplomanata koji su uspješno okončali cijeli petogodišnji ciklus po bolonjskom obrazovnom modelu.

Promocija

U percepciji čak i površnog konzumenta hrvatskih masovnih medija

(televizijskih kanala, nacionalnih dnevnika i tjednika, kao i najslušanijih radijskih stanica), VERN[®] neosporno figurira kao najmarkantniji obrazovni brand u posljednjih nekoliko godina. Takav status ostvaren je između ostalog i promišljenom promotivnom strategijom koja je u svoj set promocijskih aktivnosti često uključivala i forme pomalo netipične za klasične visokoobrazovne ustanove. Od

intenzivnog oglašavačkog eksponiranja putem TV-spotova, novinskih oglasa i radijskih spotova, preko sponzorstva i organiziranja medijski dobro pokrivenih društvenih događanja (stručnih skupova, konferencija, gostovanja, koncerata), organiziranja stručnih kvizova u poslovnom tisku, plasiranja promotivnih industrijskih filmova, promocija po srednjim školama diljem Hrvatske, pa do aktivne, gotovo svakodnevne komunikacije s medijima, VERN[®] je pronašao načine da dospje do svojih ciljanih javnosti uvodeći u savim nove obrasce javne pojavnosti obrazovnih institucija.

Možda najilustrativniji primjer ostvarenog promocijskog iskoraka predstavlja TV-kampanja „Ja sam VERN[®]ov prvostupnik“. Serijom promotivnih TV-spotova emitiranih u prime timeu nacionalnih televizijskih kanala, VERN[®] je 2008. zacrtao nove standarde u oglašavanju visokoobrazovnih ustanova. Profesionalnom produkcijskom izvedbom,



frekvencijom pojavljivanja spotova i društvenom relevantnošću svojih sadržaja koji su afirmirali stručne studije i model bolonjske reforme visokog školstva, televizijska kampanja „Ja sam VERN[®]ov prvostupnik“ po prvi put je u hrvatskoj javnosti na medijski artikuliran i komunikacijski „pismen“ način predstavila jednu obrazovnu instituciju i, što je najvažnije i najvrjednije, njezine prvostupnice i prvostupnike po mjeri Bolonje.

Vrijednosti robne marke

Pojavom VERN[®]a i njegovim tržišnim pozicioniranjem obrazovanje je u Hrvatskoj prvi put etablinano u pravom smislu riječi kao tržišno utemeljen brand. Brand VERN[®] danas u hrvatskoj javnosti predstavlja jasan znak raspoznavanja za stručno privatno poslovno obrazovanje utemeljeno na poduzetničkoj filozofiji i potvrđenim svjetskim obrazovnim standardima. Hrvatska je s VERN[®]om dobila prvi komercijalni akademski brand.

www.vern.hr



JESTE LI ZNALI...

VERN[®]

- Tvrtka VERN[®] d.o.o. osnovana je 1990. godine, a kao prvo hrvatsko privatno poslovno visoko učilište djeluje od 2000. g.
- Na VERN[®]u se po bolonjskom obrazovnom modelu studira još od 2001. g., za razliku od državnih fakulteta na koje je Bolonija uvedena tek 2005.
- Od ukupnog broja upisanih studenata 70% diplomira u roku.
- VERN[®] je preuzimanjem ZSM-a uspješno realizirao prvu akviziciju u sektoru privatnog visokog obrazovanja u povijesti Hrvatske.
- Prema nedavnom istraživanju više od 90% VERN[®]ovih prvostupnika pronalazilo je posao unutar 6 mjeseci od završetka studija.