
MODEL WSPÓŁPRACY SZKOŁY Z PRZEDSIĘBIORSTWEM

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie

2013

1



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt "Uczestnik Społeczeństwa Wiedzy - zintegrowany system kształcenia przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych" współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego

Autorzy

Beata Dobińska

Jarosław Korpysa

Karolina Mądry

Gabriela Poteralska

Jarosław Poteralski

Opracowanie redakcyjne

Mirosław Małecki

Spis treści

Wstęp	3
1. Cele nauczania podstaw przedsiębiorczości w szkole ponadgimnazjalnej	3
2. Charakterystyka obecnej sytuacji w zakresie współpracy systemu edukacji a gospodarką.	4
3. Cele współpracy (długo-, średnio- i krótkoterminowe)	6
3.1. Cele współpracy.....	7
3.2. Bariery współpracy	10
3.3. Korzyści ze współpracy	12
4. Model współpracy między szkołą a przedsiębiorstwem.....	13
4. Rozwój współpracy.....	17
4.1. Plan działania wdrożenia modelu.....	17
4.2. Narzędzia wdrażania modelu	21

Wstęp

Model współpracy między szkołą ponadgimnazjalną a firmami i instytucjami stanowi zintegrowane narzędzie wspomagające nauczanie przedsiębiorczości na IV etapie edukacji formalnej. Model ten powstał na bazie nowej podstawy programowej do nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości, a także stworzonego w toku realizacji projektu Uczestnik Społeczeństwa Wiedzy (USW) modelu kompetencji.

Dzięki zastosowaniu podejścia opartego na modelu kompetencji oraz programie nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości została uzyskana pełna kompatybilność, integracja poszczególnych narzędzi, jakie zostały stworzone w projekcie USW. Należy w tym miejscu nadmienić, że prezentowany model jest spójny z produktami projektu USW, jakimi są: system e-learningowy eduKariera, gra symulacyjna eduFarma, platforma webowa eduBizmodel oraz eduPorady.

1. Cele nauczania podstaw przedsiębiorczości w szkole ponadgimnazjalnej

Głównym celem edukacyjnym podstaw przedsiębiorczości jest przygotowanie ucznia do aktywnego udziału w życiu gospodarczym. Efektywna realizacja tego celu możliwa jest wtedy, gdy w sposób przemyślany zostaną dobrane metody pracy dydaktycznej do możliwości intelektualnych uczniów. Zastosowanie odpowiednich metod w nauczaniu przedmiotu przedsiębiorczości ma za zadanie:

- zmotywować ucznia do zdobywania i pogłębiania wiedzy z zakresu podstaw przedsiębiorczości;
- rozwijać zainteresowanie ucznia życiem gospodarczym;
- pobudzać aktywność młodzieży do samodzielnego kreowania rozwiązań z dziedziny życia gospodarczego;
- pomóc uczniowi w świadomym wyborze dalszej ścieżki edukacji i kariery, w tym biorąc pod uwagę kierunki kluczowe;
- wykształcić umiejętności praktycznego i samodzielnego zastosowania wiedzy;
- uwrażliwić młodzież na zagadnienia etyczne w biznesie i w różnych sytuacjach zawodowych;
- rozwijać u uczniów umiejętności samokształcenia i samodoskonalenia oraz zainteresowań prowadzeniem działalności gospodarczej;
- umożliwić poznanie specyfiki lokalnego rynku pracy.

Osiągnięcie powyższych zadań jest możliwe między innymi poprzez zbudowanie platformy dialogu między szkołą a przedsiębiorstwami¹, gdyż otoczenie biznesu jest uzupełniającym miejscem pozyskiwania wiedzy. Dzięki wspieraniu procesu dydaktycznego przez przedsiębiorców młodzi ludzie mogą zdobywać praktyczne umiejętności i doświadczenia potrzebne do funkcjonowania w przedsiębiorstwie. Ponadto integracja szkoły i przedsiębiorstw pozytywnie wpływa na kreowanie pozytywnego wizerunku firmy na rynku lokalnym, regionalnym, a także ogólnopolskim. Owa współpraca ma także istotny wpływ na

¹ W analizowanym modelu przedsiębiorstwo utożsamiane jest z wszelkiego rodzaju instytucjami i organizacjami funkcjonującymi na rynku.

budowanie koncepcji przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie oraz w dłuższej perspektywie przyczynia się do pozyskania potencjalnych pracowników.

2. Charakterystyka obecnej sytuacji w zakresie współpracy systemu edukacji z gospodarką

Jednym z podstawowych zadań szkolnictwa na poziomie ponadgimnazjalnym jest m.in. kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród uczniów. Cel ten można osiągnąć dzięki efektywnej współpracy świata nauki – reprezentowanego przez szkoły ponadgimnazjalne, oraz świata biznesu – reprezentowanego przez przedsiębiorców i instytucje funkcjonujące na rynku. Budowa platformy dialogu między szkołą a przedsiębiorstwami ma przyczynić się do zwiększenia szans absolwentów na zatrudnienie oraz uwypuklenia roli edukacji w trójkącie wiedzy, który obejmuje silne powiązanie edukacji, badań naukowych oraz innowacji.

Budowa platformy dialogu jest szczególnie istotna w Polsce, gdzie występuje problem powiązania wiedzy teoretycznej z praktyką. Współcześnie na rynku pracy przedsiębiorcy ciągle zauważają niedobór osób posiadających praktyczną i aktualną wiedzę w konkretnej specjalności. Potrzebują osób przygotowanych do pracy, o aktywnym podejściu do wykonywania powierzonych zadań, otwartych na zmiany, rzetelnych, konsekwentnych itp.² Jednocześnie wśród nauczycieli i pedagogów funkcjonuje przekonanie, iż niedostosowanie absolwentów do rynku pracy jest efektem niewystarczającej aktywności pracodawców³.

Wymienione rozbieżności między szkołą a przedsiębiorcami wynikają z szeregu uwarunkowań – główne zostały przedstawione poniżej.

1. Problemy w zakresie wyboru przyszłego zawodu przez ucznia

Wybór zawodu wiąże się z ryzykiem i nie oznacza, że trwanie kariery będzie liniowe w całym życiu danej osoby. Z perspektywy uczniów istotna jest wiedza na temat czynników decydujących o powodzeniu decyzji trafnego wyboru drogi zawodowej, a szczególnie informacja dotyczących zawodów, na które jest popyt na lokalnym i regionalnym rynku pracy. Istnieją co najmniej dwa ograniczenia wyboru drogi zawodowej:

1. Długość cyklu kształcenia, która powoduje, że uczniowie, dokonując wyboru kierunku kształcenia, będą uczestnikami rynku pracy za kilka lat od momentu podjęcia decyzji, a w tym czasie sytuacja na rynku pracy może się zmienić.
2. Sytuacja gospodarcza podlega ciągłym zmianom, które mogą mieć istotne konsekwencje dla rynku pracy.

Wymienione ograniczenia nie stanowią o sensowności planowania wyboru przyszłości zawodowej, a wybór ten powinien w dużej mierze wynikać ze zdolności, zainteresowań i osobowości konkretnej osoby. Innymi ważnymi czynnikami mogą być: czynniki rodzinne (wykształcenie rodziców, ich ambicje i wsparcie dla dzieci, sytuacja finansowa), rówieśnicy (plany rówieśników co do wyboru rodzaju szkoły, zawodu), własne aspiracje społeczne i finansowe. Niepokojące jest jednak to, że świadomość wśród uczniów, rodziców i nauczycieli w zakresie tych czynników jest bardzo niska.

² Wnioski z przeprowadzonych paneli dyskusyjnych realizowanych w ramach USW.

³ Wnioski z przeprowadzonych paneli dyskusyjnych realizowanych w ramach USW.

W przypadku szkół ponadgimnazjalnych należy zwrócić szczególną uwagę na kwestię zintensyfikowanego doradztwa zawodowego skorelowanego z bieżącą sytuacją na rynku pracy, jak i przewidywaniami co do przyszłych realiów tego rynku, głównie w kontekście popytu na pracę.

2. Zbyt słabe dopasowanie kierunków kształcenia proponowanych w szkołach ponadgimnazjalnych do potrzeb rynku pracy. Informacje o potrzebach kształcenia w nowych zawodach można uzyskać na podstawie ofert wpływających do powiatowych urzędów pracy. Ponadto wpływ na otwieranie nowych kierunków kształcenia w szkołach ponadgimnazjalnych mają także powiatowe rady zatrudnienia, które opiniują adekwatność powstawania nowych specjalności w szkołach ponadgimnazjalnych.

3. Zbyt niski poziom specjalistycznej wiedzy praktycznej dostarczanej przez szkołę

Celem szkolnictwa, niezbędnym obok wiedzy teoretycznej, jest wyposażenie uczniów w wiedzę i umiejętności praktyczne, zwłaszcza w szkołach zawodowych, które umożliwiają młodzieży wejście na rynek pracy bezpośrednio po ukończeniu szkoły. Współpraca szkół ze światem biznesu stanowi istotny czynnik z punktu widzenia dostarczenia wiedzy praktycznej. Ważne jest zatem, aby taka współpraca była intensyfikowana zarówno przez organy prowadzące szkołę, dyrektorów placówek oświatowych, jak i nauczycieli przedmiotu. Równie ważne ogniwo wspomagające współpracę szkół i świata biznesu mogą stanowić rodzice uczniów.

4. Postawy dyrektorów placówek oświatowych

Kluczowym ogniwem decydującym o sukcesie konkretnej szkoły jest osoba dyrektora. To właśnie jego kreatywność, aktywność, chęć upowszechniania edukacji oraz umiejętność współpracy z przedsiębiorstwami mają istotne znaczenie. Nie ma wymogu formalnego, aby dyrektorem szkoły był ktoś, kto ma silne związki ze środowiskiem biznesowym, jednak w takim przypadku widać, że szkoły lepiej współpracują ze sferą gospodarki i silnie wpływają na zwiększenie udziału wiedzy praktycznej w procesie nauczania przedsiębiorczości.

5. Organ prowadzący szkołę

Wsparcie administracji samorządowej jest znaczące dla funkcjonowania szkoły oraz dla umożliwienia dodatkowych działań w postaci zajęć dodatkowych. Może mieć to znaczenie w budowaniu klimatu sprzyjającego szeroko pojętej promocji przedsiębiorczości i biznesu na lokalnym gruncie. Mowa tutaj o sytuacji w gminach bądź powiatach, gdzie funkcjonują specjalne strefy ekonomiczne, parki przemysłowe i infrastrukturalne. Na takich obszarach, gdzie związek władz lokalnych z biznesem jest silniejszy, łatwiej jest wypracować również model współpracy przedsiębiorstw ze szkołami.

6. Brak chęci do zaangażowania przedsiębiorstw we współpracę z systemem edukacji na poziomie ponadgimnazjalnym

Organizacjom z jednej strony zależy na możliwości zatrudnienia osób z dobrą wiedzą praktyczną i teoretyczną, z drugiej jednak strony widoczny jest brak motywacji zaangażowania się we współpracę z placówkami oświatowymi. Sama współpraca jest możliwa zarówno w przypadku firm dużych, jak i tych z sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP). Do współpracy najczęściej dochodzi, gdy na rynku jest deficyt konkretnych specjalistów, a pracodawca ma wysokie potrzeby dotyczące zatrudnienia. W przypadku gdy sytuacja na rynku pracy nie zmusza pracodawców do szukania pracowników, to gotowość do zaangażowania się w edukację, co jest zrozumiałe, obniża się. Zdecydowanie brakuje (zwłaszcza w przedsiębiorstwach sektora MSP) myślenia strategicznego, planowania, a także odpowiedzialności biznesu, która przejawia się

zaangażowaniem finansowym i merytorycznym w lokalny lub regionalny system szkolnictwa, z którego w przyszłości będą pozyskiwane kadry.

7. Potrzeba promocji przedsiębiorczości

W szkołach ponadgimnazjalnych zauważalny jest brak promocji postaw przedsiębiorczych wśród uczniów, czyli umiejętności radzenia sobie na rynku pracy i wykorzystywania pojawiających się szans rynkowych. Ponadto uczniom nie jest dostatecznie jasno przekazywany komunikat, że zdobywana przez nich wiedza ułatwi zrozumienie procesów zachodzących w gospodarce, tym samym przyczyniając się do rozwoju ich kariery zawodowej.

Promocja postaw przedsiębiorczych, czyli umiejętności radzenia sobie na rynku pracy, jak i posiadania wiedzy ułatwiającej rozumienie procesów zachodzących w gospodarce, jest działaniem niezwykle istotnym, które w znacznym stopniu przyczynia się do rozwoju kariery zawodowej ucznia.

3. Cele współpracy (długo-, średnio- i krótkoterminowe)

Podstawą określenia celów, a także określenia planu działań prowadzących do wdrożenia modelu jest analiza SWOT obecnego systemu edukacji w szkole ponadgimnazjalnej.

Do analizy obecnego stanu systemu współpracy edukacji z gospodarką silne i słabe strony ocenione zostały w kontekście przejawów współpracy lub braków tej współpracy. Diagnoza szans i zagrożeń wykonana została się z punktu widzenia uwarunkowań krajowych, które mogą mieć wpływ na funkcjonowanie i rozwój modelu współpracy systemu edukacji z gospodarką.

Tabela 1. Analiza SWOT obecnego systemu edukacji w szkole ponadgimnazjalnej

SILNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none">• aktywność administracji państwowej, samorządowej w zakresie innowacyjności oraz pobudzania przedsiębiorczości,• istniejąca współpraca edukacji i nauki z gospodarką	<ul style="list-style-type: none">• brak koordynacji działań wspierających innowacyjność oraz współpracę systemu edukacji i gospodarki prowadzonych przez jednostki administracji publicznej,• niedostosowanie oferty edukacyjnej (podaży) do potrzeb gospodarki (popytu),• niski poziom wiedzy uczniów na temat możliwości kształtowania indywidualnej ścieżki zawodowej,• niska świadomość przedsiębiorców co do korzyści wynikających ze współpracy ze szkołami,• niskie kwalifikacje nauczycieli w kontekście potrzeb praktyki gospodarczej i przedsiębiorców,• współpraca z edukacją nie jest postrzegana przez przedsiębiorców jako działanie długofalowe, wpisane w strategię firmy,

	<ul style="list-style-type: none"> • brak wizji zarówno szkoły, jak i przedsiębiorstw w zakresie współpracy
SZANSE	ZAGROŻENIA
<ul style="list-style-type: none"> • istnienie wielu firm o silnej pozycji na rynku lokalnym oraz krajowym, • dostęp do środków finansowych pochodzących z funduszy strukturalnych (staże i praktyki uczniów finansowane ze środków wsparcia), • przewidywany wzrost liczby ludności do 2020 roku, gwarantujący stały wzrost liczby potencjalnych pracowników, • wyrażane przez przedstawicieli wielu środowisk zainteresowanie współpracą edukacji i biznesu 	<ul style="list-style-type: none"> • brak świadomości potrzeby diagnozowania zdolności młodzieży, • brak współpracy uczelni wyższych ze szkołami ponadgimnazjalnymi, • bardzo niskie nakłady na działalność badawczo-rozwojową, • brak rozwiązań systemowych na poziomie krajowym, warunkujących współpracę systemu edukacyjnego z praktyką gospodarczą

Źródło: Opracowanie własne.

3.1. Cele współpracy

Określone w analizie SWOT słabe i silne strony oraz szanse i zagrożenia kierunkują działania, które mogą być podjęte w celu ulepszenia współpracy systemu edukacji ponadgimnazjalnej z biznesem. Na ich podstawie wyszczególniono cele współpracy. Cele te zostały opracowane na podstawie kryterium czasu, w związku z czym wyróżniono:

- cel długookresowy (strategiczny),
- cele średniookresowe (taktyczne),
- cele krótkookresowe (operacyjne).

Dla celów krótkookresowych (operacyjnych), potencjalnie najważniejszych z punktu widzenia praktycznych możliwości wdrażania modelu, określono potencjalne korzyści wynikające z ich realizacji.

Celem długookresowym (strategicznym) niniejszego modelu jest: **budowa gospodarki opartej na wiedzy poprzez rozbudowaną i silną współpracę systemu edukacji z biznesem w Polsce, zapewniającą pełne i efektywne wykorzystanie zasobów ludzkich w gospodarce.**

Cel strategiczny zostanie osiągnięty dzięki realizacji *celów cząstkowych średniookresowych.*

Do celów cząstkowych zalicza się:

1. Rozwój wiedzy, prowadzący do zwiększenia konkurencyjności przedsiębiorstw w Polsce

Rozwój współpracy edukacji z biznesem przyczyni się do zwiększenia zasobów wiedzy zarówno w biznesie (głównie przyrost wiedzy teoretycznej), jak i w edukacji (głównie przyrost wiedzy praktycznej). Wzrost wiedzy wpłynie na wzrost wartości kapitału intelektualnego przedsiębiorstw, między innymi poprzez postrzeganie młodych ludzi, jako inwestycji.

2. Wzrost innowacyjności oferty edukacyjnej,

Realizacja tego rodzaju założeń pozwoli na doskonalenie i tworzenie nowych produktów oraz technologii, a także na lepszą organizację systemów zarządzania w powiązaniu z wiedzą i e-technologią opracowywaną w edukacji. Dodatkowo nowoczesne programy kształcenia, zajęcia pozalekcyjne oraz wydarzenia organizowane przy ścisłej współpracy z przedsiębiorstwami przełożą się na wzrost innowacyjności i atrakcyjności oferty edukacyjnej.

3. Dopasowanie oferty edukacyjnej do popytu na rynku pracy

Dopasowanie oferty edukacyjnej do popytu na rynku pracy będzie możliwe poprzez wzrost liczby i jakości powiązań między biznesem a edukacją na poziomie ponadgimnazjalnym. Efektem tychże powiązań będzie zapewnienie właściwej proporcji pomiędzy potrzebami rynku a liczbą pracowników o różnym stopniu i profilu wykształcenia.

4. Budowanie stałych powiązań opartych na kooperacji otoczenia biznesu ze szkołami

Wzrost roli i znaczenia współpracy systemu edukacji z biznesem poprowadzi strategię przyjmowanych działań w kierunku zgodnym ze strategią *Europa 2020*. Jej zasadniczym celem jest inteligentny wzrost, który zwiększa rolę wiedzy, innowacji, edukacji oraz społeczeństwa cyfrowego w rozwoju społeczno-gospodarczym państw unijnych.

5. Zwiększenie świadomości wśród przedsiębiorców i uczniów

Osiągnięcie tego celu oznacza wzrost świadomości pracodawców i uczniów w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu oraz zwiększanie świadomości uczniów w zakresie społeczeństwa obywatelskiego. Istotną cechą społeczeństwa obywatelskiego jest aktywność i zdolność do samoorganizacji oraz działanie bez odgórnego impulsu. Wspieranie współpracy edukacji z biznesem oznacza również promowanie przedsiębiorczości i aktywności uczniów.

Podstawę implementacji celów długo- i średnioterminowych stanowią założone cele krótkoterminowe (operacyjne), które wynikają z przeprowadzonych badań stanu współpracy systemu edukacji z gospodarką oraz z analizy dobrych praktyk. Poniższe cele krótkoterminowe określone są wraz ze wskazaniem korzyści wynikających z ich realizacji.

1. Poszerzenie i poprawa jakości oferty edukacyjnej szkół ponadgimnazjalnych

Korzyści wynikające z realizacji celu:

- **rozwój wiedzy** – wszystkie działania służące do jego realizacji przyczynią się do zwiększenia wykorzystywania wiedzy praktycznej, przepływu informacji i poprawności przekazywanej wiedzy;
- **dopasowanie oferty edukacyjnej do popytu na rynku pracy** – wszystkie działania podejmowane w ramach tego celu mają umożliwić dopasowanie rynku edukacji do potrzeb zmieniającego się rynku pracy, dostosowanie programów kształcenia. Jednocześnie prowadzenie zajęć w szkołach przez praktyków umożliwi dopasowanie podaży edukacyjnej do potrzeb rynku pracy;
- **zwiększenie atrakcyjności edukacji** – poszerzenie oferty edukacyjnej szkół o dodatkowe zajęcia, wydarzenia organizowane z przedsiębiorstwami mogą stworzyć efekt zachęty do kształcenia i doskonalenia;
- **budowa stałej sieci powiązań** – ukazywanie korzyści wynikających z długotrwałej współpracy z jednostkami edukacyjnymi przyczyni się do rosnącej liczby powiązań otoczenia organizacji z edukacją na poziomie ponadgimnazjalnym. Ekspozycja korzyści tej współpracy sprawi, że nawiązane relacje będą silniejsze i długotrwałe;

- **innowacyjność rozwiązań edukacyjnych** – wzbogacenie oferty edukacyjnej o nowe, innowacyjne technologie: systemy e-learningowe, gry symulacyjne.
Te innowacyjne rozwiązania wpłyną korzystnie na motywację do nauki i rozwój innowacyjnego myślenia wśród uczniów.

2. Podniesienie świadomości dotyczącej samorealizacji oraz kształtowania indywidualnej ścieżki kariery zawodowej ucznia

Korzyści wynikające z realizacji tego celu:

- **rozwój wiedzy** – wszystkie działania służące do realizacji tego celu wpłyną na zwiększenie wykorzystania wiedzy wśród uczniów, a także poprawienie przepływu informacji;
- **dopasowanie oferty edukacyjnej do popytu na pracę** – działania podejmowane w ramach tego celu zapewnią właściwe proporcje między potrzebami rynku a liczbą pracowników o zróżnicowanym stopniu wykształcenia, jak i różnych kierunkach kształcenia (humanistyczne, techniczne, przyrodnicze, medyczne, artystyczne i in.);
- **rozwój przedsiębiorczości** – promocja aktywnych postaw, prezentacja dobrych praktyk, uczestnictwo w spotkaniach z przedsiębiorcami wpłyną na przekazanie pozytywnej wizji przedsiębiorcy jako osoby odpowiedzialnej, tworzącej nowe miejsca pracy. Dobre praktyki prezentowane uczniom ukierunkują ich w kontekście wyboru samozatrudnienia i rozwoju własnej firmy jako ścieżki dalszej kariery zawodowej;
- **postrzeganie nauki i kształcenia jako inwestycji** – zmiana dotychczasowego postrzegania przez rodziców i pracodawców kształcenia jako kosztów. Ukazanie związku pomiędzy rozwojem indywidualnej kariery zawodowej a wykształceniem przełoży się na postrzeganie edukacji jako inwestycji w ludzi, inwestycji w karierę zawodową, inwestycji opłacalnej zarówno dla pracowników, jak i dla pracodawców.
- **zwiększenie możliwości samorealizacji** – wybór przez uczniów zawodu zgodnego z wcześniej zdiagnozowanymi i rozwijanymi zdolnościami oraz zainteresowaniami wpłynie korzystnie na wzrost ich samorealizacji, jak i poprawę jakości wykonywanej w przyszłości pracy. Warto podkreślić, że efektywność działań pracownika wzrasta w sytuacji, gdy źródłem motywacji i zaangażowania do pracy są nie tylko względy finansowe, ale również czynniki pozafinansowe (np. zadowolenie z wykonanej pracy);
- **zwiększenie roli szkoły w karierze zawodowej** – większy nacisk na informowanie o możliwościach indywidualnej kariery zawodowej, wprowadzenie udziału przedsiębiorców w przekazywaniu wiedzy o biznesie i potrzebach rynku;
- **zwiększanie świadomości uczniów w zakresie społeczeństwa obywatelskiego** – istotną cechą społeczeństwa obywatelskiego jest aktywność, zdolność do samoorganizacji i działania. Wspieranie powiązań edukacji z biznesem oznacza również promowanie postaw przedsiębiorczych i aktywności uczniów, a także promowanie odpowiedzialnych postaw w zakresie dokonywania wyborów;
- **umocnienie powiązań pomiędzy szkołami ponadgimnazjalnymi, wyższymi i przedsiębiorcami** – poprzez upowszechnianie idei takiej współpracy uczniowie szkół ponadgimnazjalnych mogą uzyskać wsparcie ze strony uczelni, jak i ze strony przedsiębiorstw. Od momentu rozpoczęcia edukacji w szkole ponadgimnazjalnej uczniowie będą mieli wiedzę dotyczącą swoich predyspozycji i możliwości kształtowania dalszej kariery.

3.2. Bariery współpracy

Jedną z największych barier wpływających na ograniczenie współpracy szkół z przedsiębiorstwami jest nieodpowiednie dopasowanie programu edukacji przedsiębiorczości do potrzeb rynku pracy. Zwykle szkoły kształcą swoich uczniów w kierunkach mało popularnych w danym regionie. Tym samym lokalne przedsiębiorstwa nie są ogólnie zainteresowane przyjmowaniem na praktyki uczniów szkół ponadgimnazjalnych ani zatrudnianiem późniejszych absolwentów uczelni.

Dopasowywanie programu edukacji do potrzeb rynku pracy jest często ograniczone poprzez brak miarodajnych prognoz rozwoju sytuacji na rynkach pracy wśród kadry zarządzającej szkołami oraz przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego, które nadzorują szkolnictwo, oraz urzędów pracy. Ponadto występuje brak współpracy jednostek samorządu terytorialnego w danym regionie w zakresie tworzenia spójnej wizji celów szkolnictwa zawodowego. Oferty kształcenia dostosowywane są do wewnętrznych możliwości szkół (dostępnych zasobów kadrowych, potrzeby utrzymania obecnych etatów nauczycielskich) i oczekiwań uczniów, zamiast do rzeczywistych potrzeb rynku pracy. Mimo że władze samorządowe prowadzą analizy efektów kształcenia w szkołach, to wykorzystywane są głównie wskaźniki zdawalności egzaminów zawodowych oraz maturalnych. Nie prowadzi się stałego monitoringu losów absolwentów tych szkół po zakończeniu procesu nauki ani nie diagnozuje się kompetencji uczniów z punktu widzenia ich dopasowania do potrzeb rynku pracy.

Istotnym problemem, który zmniejsza efektywność współpracy szkół i ich uczniów z przedsiębiorstwami, jest również nieefektywnie działający system doradztwa zawodowego. Dodatkowo wartość wiedzy przekazywanej przez obecnych doradców zawodowych jest bardzo niska. Jednocześnie istnieją duże problemy w diagnozie aktualnych oraz przyszłych potrzeb pracodawców w zakresie kwalifikacji i umiejętności poszukiwanych u potencjalnych kandydatów do pracy. Nie funkcjonuje również żaden system informowania uczniów już na etapie gimnazjów o możliwościach kształcenia w zawodach i oczekiwaniach pracodawców, a co za tym idzie, wybór szkoły nie do końca jest świadomy i przemyślany.

Udział pracodawców w praktycznej nauce przedsiębiorczości jest przede wszystkim skutkiem relacji między szkołami a przedsiębiorstwami, brakuje jednak zaangażowania w ten proces istotnych z punktu widzenia efektywności współpracy jednostek samorządu terytorialnego. Organy kierujące szkołami nie partycypują w tworzeniu relacji między szkołami a pracodawcami.

Mając na uwadze powyższe problemy w zakresie współpracy szkół z przedsiębiorstwami, można wyróżnić ograniczenia występujące zarówno po stronie szkoły, jak i przedsiębiorstw. **Do barier współpracy z perspektywy szkół można zaliczyć:**

- brak zainteresowania stworzeniem relacji z przedsiębiorcami ze strony szkoły,
- negatywne doświadczenia szkół z współpracy z przedsiębiorcami,
- brak wykwalifikowanej kadry dydaktycznej,
- brak w regionach przedsiębiorstw, które zatrudniają osoby w kierunkach i zawodach kształconych przez szkołę.

Występowanie wielu regionów, w których pracodawcy nie zatrudniają osób w kształconych zawodach i kierunkach, pokazuje, że zakres edukacji jest generalnie niedopasowany do potrzeb lokalnych rynków pracy. Absolwentom szkół brakuje

praktycznych umiejętności. Szanse na podjęcie jakiegokolwiek zatrudnienia w wyuczonym zawodzie czy kierunku na lokalnym rynku pracy są znikome.

Dyrektorzy szkół i jednostki samorządu terytorialnego nadzorujące te szkoły nie dysponują informacjami ani o aktualnych, ani o przyszłych potrzebach rynku pracy. Jedyne dane, którymi dysponują, pochodzą z urzędów pracy. Występuje całkowity brak kilkuletnich prognoz rozwoju sytuacji na regionalnych i lokalnych rynkach pracy, które uwzględniałyby prognozy popytu na pracę według zawodów lub kwalifikacji zawodowych i stanowiłyby podstawę do określania pożądanych kierunków kształcenia.

Znaczące jest też to, że występują także duże problemy z pozyskaniem i utrzymaniem dobrze wykwalifikowanych nauczycieli. Wszystko wskazuje również na to, że w najbliższych latach niedobór wykwalifikowanych nauczycieli jeszcze bardziej się powiększy, nastąpi to z powodu m.in. wysokiego przeciętnego wieku obecnie zatrudnianych nauczycieli, którzy wkrótce będą odchodzić na emeryturę.

Niska jakość kształcenia wynika również z braku dostępu szkół ponadgimnazjalnych i ich uczniów do nowych technik i technologii posiadanych i wykorzystywanych przez pracodawców. Z kolei firmy nie są skłonne do przekazywania szkołom sprzętu do praktycznej nauki zawodu.

Analizując **bariery współpracy z perspektywy pracodawców**, należy wymienić:

- bariery prawne,
- brak zachęt finansowych wspierających współpracę szkoła – przedsiębiorstwo,
- brak czasu, jaki należałby poświęcić dla uczniów,
- obawa zniszczenia przez uczniów infrastruktury przedsiębiorstwa.

Istotne bariery w nawiązywaniu współpracy przedsiębiorstw ze szkołami, wynikające głównie z natury formalno-finansowej, to bariery prawne oraz brak odpowiednich zachęt finansowych. Pracodawcy (w przypadku szkół zawodowych) niechętnie nakładają na swoich pracowników dodatkowy obowiązek opieki nad praktykantami i w konsekwencji niechętnie przyjmują uczniów na praktyki. Pracodawcy nie wykazują również chęci do organizowania innych form współpracy (w przypadku szkół innych niż zawodowe). Przedsiębiorcy postrzegają współpracę ze szkołami w kategoriach kosztów, a nie inwestycji. Brak zachęt finansowych powoduje, że firmy nie chcą również delegować swoich pracowników do prowadzenia na przykład lekcji pokazowych.

Barierą są również problemy wychowawcze z uczniami. Negatywne zachowania uczniów, m.in. niszczenie narzędzi, urządzeń lub materiałów niezbędnych do praktycznej nauki zawodu w firmie (w przypadku praktyk) lub ignorancja i brak szacunku wobec przedsiębiorcy. Niska jakość lub brak nadzoru szkół nad uczniami odbywającymi praktyki również nie przyczynia się do rozwoju współpracy z przedsiębiorstwami. Pracodawcy nie chcą brać na siebie obowiązku dyscyplinowania uczniów, a jedynie koncentrować się na praktycznej nauce zawodu.

3.3. Korzyści ze współpracy

Efektywna współpraca szkół z przedsiębiorcami jest źródłem korzyści dla wszystkich zaangażowanych stron. Widoczne są one zarówno w krótkim okresie, jak i w dłuższej perspektywie.

Do głównych korzyści osiągniętych przez pracodawców ze współpracy ze szkołami należą:

- poznanie zakresu i jakości kształcenia młodzieży w zawodach i kierunkach istotnych z perspektyw rozwoju firmy;
- możliwość wcześniejszego przygotowania absolwentów szkół do podjęcia pracy w przedsiębiorstwie. Wiedza o umiejętnościach i wiedzy uczniów, którzy wchodzi na rynek pracy, podnosi efektywność rekrutacji prowadzonej przez przedsiębiorstwa. Zatrudniając ponadprzeciętnie zdolnych praktykantów lub stażystów, pracodawcy podnoszą efektywność swoich firm, gdyż uzyskują wydajnych pracowników za rynkową stawkę płac, często niższą od ich produktywności. Skala tych korzyści zależy istotnie od obowiązujących regulacji prawnych na danym rynku pracy;
- w średniej i długiej perspektywie współpraca przedsiębiorstw ze szkołami może pozwolić na wykreowanie pozytywnego wizerunku dobrego pracodawcy. To z kolei może przyczynić się do powstania efektu pozytywnej selekcji, polegającego na wzroście zainteresowania absolwentów podjęciem pracy w danym przedsiębiorstwie.

Do głównych korzyści uczniów, potencjalnych pracowników, należą:

- wzrost prawdopodobieństwa szybkiego podjęcia atrakcyjnej pracy, zgodnej z wyuczonym zawodem (w przypadku szkół zawodowych) lub wyboru odpowiedniego kierunku studiów lub innej ścieżki kariery zawodowej zaraz po ukończeniu nauki w szkole;
- możliwość zdobycia praktycznych umiejętności obsługi urządzeń i maszyn oraz poznania technologii stosowanych w nowoczesnych, konkurencyjnych przedsiębiorstwach (w przypadku uczniów szkół zawodowych);
- możliwość zdobycia wielu tzw. miękkich kompetencji, takich jak np. obsługa klienta, umiejętność negocjacji, prowadzenia rozmów z kontrahentami, punktualność, praca pod presją czasu itp. Uniwersalne kompetencje interpersonalne są równie ważne dla rozwoju kariery zawodowej uczniów jak praktyczne umiejętności zawodowe;
- możliwość poznania kluczowych umiejętności oraz kompetencji poszukiwanych i docenianych przez pracodawców;
- organizowane praktyki i staże zawodowe w konkretnych działach firm lub branżach gospodarki stanowią istotną informację o aktualnych trendach w zakresie popytu na pracę na rynku pracy;
- uczniowie, którzy uczestniczyli w praktycznej nauce zawodu w firmach, cechują się zazwyczaj wyższą elastycznością oraz zdolnością dostosowywania się do zmieniających się potrzeb na rynku pracy.

Do głównych korzyści szkół z nawiązywania i utrzymywania współpracy z przedsiębiorstwami należą:

- w ramach prowadzonej współpracy przedsiębiorstwa mogą oferować szkołom szkolenia dla nauczycieli, które podnoszą ich kompetencje i prowadzą do aktualizacji wiedzy praktycznej. Niektóre firmy oferują szkołom prowadzenie zajęć, wykładów lub warsztatów przez specjalistów, co stanowi interesujące uzupełnienie programu nauczania;
- firmy wyposażają szkolne pracownie w urządzenia, modele lub inne materiały dydaktyczne, które podnoszą jakość kształcenia.

4. Model współpracy między szkołą a przedsiębiorstwem

Podstawowym celem prezentowanego modelu jest wsparcie nauczycieli w procesie nauczania przedmiotu przedsiębiorczości. Włączenie modelu do nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości pozwoli na ukształtowanie przedsiębiorczej postawy ucznia poprzez:

- uświadomienie uczniowi potrzeby zaplanowania zarówno ścieżki edukacyjnej, jak i zawodowej, ze szczególnym uwzględnieniem własnych predyspozycji, wartości, potrzeb gospodarki (kierunki kluczowe) i sytuacji na rynku pracy;
- umożliwienie wykorzystania w praktyce uzyskanej wiedzy teoretycznej z zakresu przedsiębiorczości;
- umożliwienie uzyskania wiedzy praktycznej z zakresu przedsiębiorczości.

Model ten ma z jednej strony wspomóc realizację zadań edukacyjnych w zakresie nauczania przedmiotu przedsiębiorczości, z drugiej wpłynąć na kształtowanie relacji między edukacją a biznesem.

Model współpracy pomiędzy szkołą a przedsiębiorstwami przedstawia sieć powiązań, które powstają między wyróżnionymi w nim podmiotami. W modelu tym przedsiębiorstwa stanowią wsparcie dla podmiotu, jakim jest szkoła. Wsparcie to polega na wzmocnieniu przekazu teoretycznego, jaki daje szkoła w procesie edukacji, przekazem stricte praktycznym, jaki możliwy jest wyłącznie w warunkach rzeczywistych.

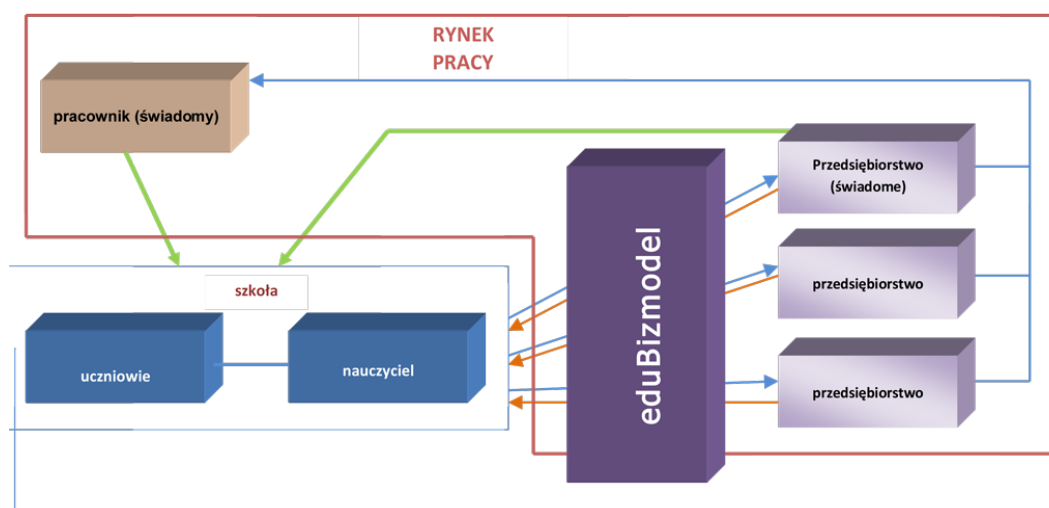
W szkole uczeń zdobywa niezbędną wiedzę teoretyczną, a w przedsiębiorstwie skonfrontuje tę wiedzę z praktyką (kształcenie praktyczne). Taka integracja systemu szkolnego ze środowiskiem pracy (pracodawcami i organizacjami) pozwoli ograniczyć rozbieżności istniejące pomiędzy edukacją a rynkiem pracy. Zdobyte w ten sposób doświadczenia pozwolą młodzieży świadomie wybrać kierunek kształcenia i w przyszłości pewnie wkroczyć na rynek pracy.

Prezentowany model współpracy pomiędzy szkołą a przedsiębiorstwami w ogólnym stopniu prezentuje schemat takiej współpracy. Dzięki temu można go będzie zastosować w miarę elastycznie, niezależnie od warunków, w jakich będzie stosowany. Bowiem rzeczywista współpraca pomiędzy szkołą a przedsiębiorstwami będzie różna dla poszczególnych regionów kraju ze względu na występujące różnice geograficzne i w strukturze administracyjnej (ośrodki miejskie i obszary wiejskie), stopień uprzemysłowienia

regionu (wynikiem czego przemysł ciężki koncentruje się na wybranych obszarach), liczbę zarejestrowanych przedsiębiorstw itd.

Aktywizacja modelu następuje poprzez nawiązanie współpracy szkoły (reprezentowaną przez nauczyciela podstaw przedsiębiorczości) z przedsiębiorstwami. Jako przedsiębiorstwo należy rozumieć zarówno firmę produkcyjną, jak i usługową; organizację charytatywną; urząd pracy; centrum doskonalenia zawodowego; pojedyncze osoby reprezentujące rynek, na przykład właściciele firmy, jej pracownika, osobę o konkretnym zawodzie (np. aktora). W dużych ośrodkach miejskich, na obszarach o dużej koncentracji przemysłu, będzie zdecydowanie łatwiej nawiązać współpracę niż na obszarach wiejskich, gdzie potencjalnych podmiotów do współpracy jest mniej. Zakładamy, że model jest możliwy do realizacji w każdych warunkach z różnym nakładem sił i zaangażowania.

Schemat modelu współpracy pomiędzy szkołą a przedsiębiorstwami został przedstawiony na rysunku 1.



Rys. 1. Model współpracy pomiędzy szkołą a przedsiębiorstwem.
Źródło: Opracowanie własne.

Otoczeniem modelu jest regionalny rynek, na którym działa placówka oświatowa, przedsiębiorstwa oraz mieszkają uczniowie i nauczyciele. Zasobność tego rynku ma bardzo duży wpływ na potencjalne możliwości współpracy szkoły z przedsiębiorcami. Na obszarze regionalnego rynku funkcjonuje również regionalny rynek pracy, który w znacznym stopniu zależy od prężności działania rynku regionalnego. Rynek pracy jest cichym beneficjentem połączonych wysiłków nauczyciela, środowiska pracy i uczniów. To na rynek pracy za jakiś czas wkroczą dzisiejsi uczniowie, którzy dzięki praktykom będą lepiej przygotowani do podjęcia pracy (świadomi pracownicy), a w przyszłości staną się świadomymi pracodawcami i będą kształcić przyszłe pokolenia uczniów.

Filarem tego modelu jest osoba nauczyciela. Nauczyciel – na podstawie profilu szkoły, kierunku kształcenia młodzieży i wywiadu przeprowadzonego z uczniami – typuje potencjalnych partnerów do współpracy. Przekonuje do współpracy wybrane podmioty, ustala harmonogram, charakter i przebieg spotkań. Czuwa nad całokształtem przedsięwzięcia.

Uczniowie są beneficjentami działania nauczyciela i środowiska pracy. Dzięki zorganizowanym przez nauczyciela spotkaniom z przedsiębiorcami czerpią wiedzę praktyczną. Zaangażowany przedsiębiorca przy udziale nauczyciela prowadzi wykłady i warsztaty z uczniami.

Szkoła w modelu pełni funkcję zaplecza dydaktycznego (sale wykładowe) i socjalnego. Dyrekcja powinna wspierać działania nauczyciela, być otwarta na nowe pomysły. Należy pamiętać, że współpraca pomiędzy szkołą, przedsiębiorstwami i uczniami wymaga dodatkowego zaangażowania nauczyciela oraz przedsiębiorcy.

Przedsiębiorstwa w modelu stanowią miejsce zdobywania praktycznej wiedzy tak dla uczniów, jak i nauczycieli. Stanowią także ważne źródło informacji dotyczące kierunku kształcenia przyszłych pracowników, a także bieżących potrzeb pracodawców w zakresie pozyskiwania zasobów siły roboczej.

Ostatnim elementem jest **platforma webowa eduBizmodel**. Szkołom pozwala na zaprezentowanie posiadanego potencjału oraz pokazanie, jakiej współpracy oczekuje od biznesu. Przedsiębiorstwom pozwala zaprezentować ofertę w zakresie możliwości współpracy ze szkołami.

Zastosowanie analizowanego modelu związane jest z określonymi korzyściami dla czterech beneficjentów: ucznia, nauczyciela, szkoły oraz przedsiębiorcy (patrz tabela 2).

Tabela 2. Korzyści ze współpracy szkoła – uczeń – przedsiębiorstwo

Korzyści nauczyciela	Korzyści ucznia	Korzyści przedsiębiorcy	Korzyści szkoły
<ul style="list-style-type: none"> • uatrakcyjnienie zajęć, • wzmocnienie przekazu poprzez połączenie teorii z praktyką, • odwołanie się do realnych przykładów, • uaktualnianie wiedzy, • poznanie praktyki i realiów pracy (praktyka dla nauczyciela) 	<ul style="list-style-type: none"> • wizualizacja i poznanie rzeczywistości związanej z zatrudnieniem i rynkiem pracy, • realne poznanie zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa, • poznanie szans i zagrożeń związanych z prowadzeniem działalności, • możliwość zapoznania się ze specyfiką różnych zawodów, • większa świadomość w podejmowaniu decyzji edukacyjnych i zawodowych 	<ul style="list-style-type: none"> • wpływ na kształcenie dzisiejszych uczniów a jutrzejszych pracowników firmy, • kuźnia przyszłych kadr, • promocja firmy, • pomysły, rozwiązania, innowacyjność płynąca od młodych, przyszłych przedsiębiorców lub pracowników, • wzmocnienie wizerunku firmy jako firmy odpowiedzialnej społecznie 	<ul style="list-style-type: none"> • wzmocnienie potencjału edukacyjnego, • podniesienie jakości kształcenia, • wzrost atrakcyjności placówki, • wzrost konkurencyjności placówki; • wzrost prestiżu szkoły na rynku

Źródło: Opracowanie własne.

Realizacja powyższego modelu – oprócz opisanych powyżej korzyści – daje również rezultaty długofalowe, jakim jest zmiana lokalnego rynku pracy. Uczniowie w konsekwencji współpracy szkoły z przedsiębiorstwami dokonują lepszego, bardziej świadomego wyboru kierunku kształcenia, a w konsekwencji trafiają na rynek pracy ludzie dobrze przygotowani do rozpoczęcia aktywności zawodowej. Mamy do czynienia z pracownikiem świadomym, czyli takim, który wie, czego będzie od niego oczekiwał przyszły pracodawca, dzięki temu szybciej znajdzie zatrudnienie. Powstaną również świadome przedsiębiorstwa założone i prowadzone przez osoby korzystające w przeszłości z modelu, którzy z pewnością, rozumiejąc potrzebę takich przedsięwzięć, będą uczestniczyć w nich i szkolić następane pokolenia uczniów. Dzięki temu na lokalnym rynku pracy pojawią się wykwalifikowani pracownicy i nowi pracodawcy.

4. Rozwój współpracy

4.1. Plan wdrożenia modelu

Zaproponowane działania odnoszą się do systemu edukacji we wszystkich rodzajach szkół ponadgimnazjalnych. Działania zostały tak skonstruowane, aby zaangażować przedstawicieli różnych środowisk w realizację niniejszego modelu i zapewnić wielotorowe, ciągłe i efektywne oddziaływanie.

Plan zawiera działania przyporządkowane do celów krótkoterminowych. Każde działanie ma przypisany do niego podmiot, który koordynuje działania, oraz podmioty zaangażowane w jego realizację wraz z podaniem użytecznych narzędzi i sposobów działania podmiotów. Dla każdego z działań podane zostało potencjalne źródło finansowania oraz kształcenie (edukacja), potrzebne do prawidłowej realizacji działania.

Plan działań zmierzających do wdrożenia modelu współpracy systemu edukacji z biznesem obejmuje trzy aspekty:

1. Plan działań prowadzących do implementacji modelu we wszystkich rodzajach szkół ponadgimnazjalnych opisuje narzędzia, które powinny być wykorzystane do realizacji celów wraz ze wskazaniem możliwego źródła finansowania.
2. Plan działań, który umożliwi implementację właściwego systemu kształcenia kadr realizujących wspólne przedsięwzięcia.
3. Rekomendacje dla władz samorządowych wszystkich szczebli umożliwiające realizację wskazanych celów.

Cel 1. Poszerzenie oferty edukacyjnej szkół i poprawa jej jakości

Działania	Organ koordynujący wykonanie działania	Sposoby działania	Podmioty zaangażowane w realizację	Narzędzia	Potencjalne środki finansowania	Kształcenie
Uświadamianie przedsiębiorstwom z sektora korzyści wynikających z długofalowej współpracy ze szkołami	Urząd marszałkowski	Opracowywanie oraz udostępnianie materiałów promocyjnych i informacyjnych z treściami o korzyściach i konieczności współpracy z edukacją	Instytucje otoczenia biznesu	Rozsyłanie materiałów promocyjnych do firm oraz organizowanie szkoleń, spotkań	Środki własne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet VI Rynek pracy otwarty dla wszystkich)	
Inicjowanie i organizowanie wydarzeń z udziałem przedsiębiorców (konkursy, akcje, warsztaty)	Urząd marszałkowski	Przeprowadzanie kampanii informacyjnych zachęcających przedsiębiorców do udziału w dodatkowych wydarzeniach dla uczniów	Szkoły ponadgimnazjalne, przedsiębiorstwa	Organizacja wydarzeń i udział w nich	Środki własne, prywatne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet IX Rozwój wykształcenia oraz kompetencji w regionach)	
Popularyzacja prowadzenia przez przedstawicieli przedsiębiorców (praktyków) zajęć, w tym zajęć pozalekcyjnych	Urząd marszałkowski	Kampania promocyjna dla przedsiębiorców, instytucji otoczenia biznesu oraz szkół uświadamiająca korzyści wynikające z prowadzenia zajęć przez praktyków dla biznesu i edukacji	Szkoły ponadgimnazjalne, przedsiębiorcy, instytucje otoczenia biznesu	Udział w spotkaniach, opracowanie programu zajęć, realizacja zajęć przez przedstawicieli przedsiębiorców	Środki własne, środki prywatne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet III Wysoka jakość systemu oświaty oraz priorytet IV Szkolnictwo wyższe i nauka, a także działanie 8.2 Transfer wiedzy)	Krótkie szkolenia z przygotowania pedagogicznego dla przedstawicieli biznesu

Zwiększanie atrakcyjności szkół ponadgimnazjalnych	Urząd marszałkowski	Kampania społeczna (promocyjna) nakierowana na poprawę wizerunku szkolnictwa ponadgimnazjalnego wśród młodzieży i ich rodziców oraz na zachęcanie przedsiębiorców do długofalowej współpracy ze szkołami. Diagnozowanie potrzeb edukacyjnych w obszarze edukacji ponadgimnazjalnej zgodnie z potrzebami rynku pracy. Opracowanie programów rozwojowych szkół	Starostwa powiatowe, szkoły ponadgimnazjalne, przedsiębiorstwa, PUP	Organizowanie spotkań w szkołach ponadgimnazjalnych z przedsiębiorcami zachęcających do poznania praktycznych aspektów funkcjonowania biznesu. Wdrożenie nowych programów rozwojowych szkół. Dostosowanie oferty kształcenia do potrzeb lokalnego rynku pracy	Środki własne, środki prywatne Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. działanie 9.2 Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego)	
Dostosowywanie programu kształcenia szkół ponadgimnazjalnych do potrzeb rynkowych	Starostwa powiatowe	Wsparcie finansowe i organizacyjne szkół przy otwieraniu kierunków, na które zgłaszane jest zapotrzebowanie ze strony pracodawców	Instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorstwa, szkoły ponadgimnazjalne	Wsparcie finansowe i wsparcie osobowe. Prowadzenie zajęć, spotkań, warsztatów dla uczniów oraz udostępnienie materiałów i sprzętu. Wdrożenie nowych programów nauczania	Środki własne, prywatne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. Priorytet III Wysoka jakość systemu oświaty oraz Priorytet IX Rozwój wykształcenia oraz kompetencji w regionach)	Podnoszenie i zdobywanie nowych kwalifikacji przez nauczycieli, doskonalenie zawodowe

Cel 2. Podniesienie świadomości dotyczącej samorealizacji oraz kształtowania ścieżki kariery zawodowej wśród dzieci i młodzieży

Działania	Organ koordynujący wykonanie działania	Sposoby działania	Podmioty zaangażowane w realizację	Narzędzia	Potencjalne środki finansowania	Kształcenie
Stworzenie systemu diagnozowania zdolności młodzieży	Urząd marszałkowski	Stworzenie modelu badań służącego do diagnozowania zdolności młodzieży z uwzględnieniem specyfiki poszczególnych etapów edukacji	Kuratoria oświaty, centra doradztwa zawodowego, instytucje otoczenia biznesu, urzędy miast i gmin, starostwa powiatowe	Uczestnictwo w budowaniu modelu badań	Środki własne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet III Wysoka jakość systemu oświaty, priorytet IX podziałanie 9.1.2 Wyrównywanie szans edukacyjnych uczniów z grup o utrudnionym dostępie do edukacji oraz zmniejszanie różnic w jakości usług edukacyjnych)	
Stworzenie możliwości rozwijania zdiagnozowanych zdolności młodzieży	Organy prowadzące szkoły	Umożliwienie rozwoju zdiagnozowanych zdolności przez uczestnictwo w zajęciach dodatkowych. Wsparcie w pozyskaniu finansowania na dodatkowe zajęcia	Regionalne ośrodki Europejskiego Funduszu Społecznego, szkoły	Regionalne ośrodki EFS – pomoc przy aplikowaniu o środki (POKL) – szkoły – zapewnienie miejsca i osób prowadzących zajęcia	Środki własne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet III Wysoka jakość systemu oświaty), priorytet IX podziałanie 9.1.2 Wyrównywanie szans edukacyjnych uczniów z grup o utrudnionym dostępie do edukacji oraz zmniejszanie różnic w jakości usług edukacyjnych)	
Upowszechnienie działań pokazujących uczniom możliwości kreowania własnej kariery	Urząd marszałkowski	Akcje społeczne (promocyjne) skierowane do szkół, samorządów (wydziały oświaty urzędów miast, gmin)	Urzędy miast i gmin, przedsiębiorcy	Pomoc przy przygotowywaniu spotkań, uczestnictwo w spotkaniach	Środki własne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet III Wysoka jakość systemu	

		przedsiębiorców i rodziców uczniów promujące wycieczki do firm, spotkania z praktykami gospodarczymi			oświaty)	
Prowadzenie działań pokazujących uczniom możliwości kreowania własnej kariery	Urząd miasta, gminy	Propagowanie i wspieranie szkół przy prowadzeniu wycieczek do firm oraz spotkań z praktykami (rodzice uczących się w danej szkole dzieci, przedsiębiorcy)	Szkoły, przedsiębiorcy, rodzice	Organizacja spotkań i innych działań prezentujących ścieżki kariery	Środki własne, środki prywatne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet III Wysoka jakość systemu oświaty)	
Propagowanie idei współpracy trójstronnej pomiędzy szkołami ponadgimnazjalnymi, uczelniami i przedsiębiorcami	Urząd marszałkowski	Prowadzenie akcji społecznej (promocyjnej) dotyczącej kwestii tworzenia powiązań między szkołami ponadgimnazjalnymi i uczelniami wyższymi oraz przedsiębiorcami	Starostwa powiatowe, szkoły ponadgimnazjalne, uczelnie, przedsiębiorcy, instytucje otoczenia biznesu	Organizowanie spotkań, inicjowanie działań (tworzenie transferu dobrych praktyk)	Środki własne, środki prywatne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet III Wysoka jakość systemu oświaty oraz priorytet IV Szkolnictwo wyższe i nauka, a także działanie 8.2. Transfer wiedzy)	
Upowszechnianie edukacji na kierunkach deficytowych (szczególnie technicznych)	Instytucje otoczenia biznesu	Kampanie społeczne (promocyjne) skierowane do uczniów promujące pracę na kierunkach deficytowych	Przedsiębiorcy, szkoły ponadgimnazjalne oraz uczelnie	W ramach akcji społecznej pomoc przy organizowaniu spotkań z przedstawicielami szkół, przedsiębiorcami, wizyty w firmach, konkursy itp. Organizacja działań mających na celu poprawę atrakcyjności kształcenia na kierunkach technicznych, matematycznych i przyrodniczych	Środki własne, środki prywatne, Program Operacyjny Kapitał Ludzki (np. priorytet IX Rozwój wykształcenia oraz kompetencji w regionach)	

4.2. Narzędzia wdrażania modelu

Do głównych narzędzi wspomagających implementację modelu należą:

1. E-learningowy system nauczania podstaw przedsiębiorczości eduKariera wraz z grą decyzyjną eduFarma.
2. Wirtualna firma stworzona w systemie e-learningowym eduKariera.
3. Platforma webowa – eduBizmodel.
4. Wskazówki dla nauczyciela, jak nawiązać współpracę z przedsiębiorcą.

EduKariera i eduFarma

E-learningowy system nauczania podstaw przedsiębiorczości eduKariera wraz z grą decyzyjną eduFarma stworzony został na podstawie nowego programu nauczania, który jest zgodny ze nowelizowanym programem ministerialnym. Rdzeniem nowego programu nauczania jest innowacyjny model kompetencji człowieka przedsiębiorczego i aktywnego członka społeczeństwa opartego na wiedzy i kompetencji. Model składa się z 6 głównych kompetencji wypełniających zakres treści podstawy programowej przedmiotu podstawy przedsiębiorczości:

- Komunikowanie się,
- Autoprezentacja,
- Wiedza o gospodarce,
- Podstawy biznesu,
- Kariera zawodowa,
- Podejmowanie decyzji.

Program nauczania stanowi zbiór usystematyzowanych, celowych układów umiejętności i treści nauczania. Ponadto łączy treści w konkretne jednostki dydaktyczne w oparciu o model kompetencji, a także wiąże każdą jednostkę dydaktyczną z e-learningowym systemem eduKariera. Istotne jest, iż odnosi się do modelu współpracy pomiędzy szkołą a przedsiębiorstwami oraz wzmacnia rolę nauczyciela jako przewodnika inspirującego uczniów do samorozwoju i kontroli własnych postępów. Ponadto gra decyzyjna eduFarma pozwala młodemu człowiek podejmować decyzje w zakresie gospodarowania istniejącymi zasobami, uświadamiając tym samym ryzyko związane z funkcjonowaniem przedsiębiorstw w otoczeniu biznesu.

Wirtualna firma

Celem tego przedsiębiorstwa jest zapoznanie uczniów z realiami pracy na danym stanowisku w konkretnej firmie. Uczeń po każdej zakończonej kompetencji, o której pisano wyżej, rozwiązuje test wiedzy obejmujący zakres materiału wszystkich kompetencji. Na podstawie uzyskanego wyniku może:

- zachować dotychczasowe stanowisko,
- awansować na wyższe stanowisko (szczebel wyżej w strukturze organizacyjnej),
- utracić dane stanowisko i przejść na niższe stanowisko (szczebel niżej w strukturze organizacyjnej).

Uczniowie dzięki wirtualnej firmie mogą zrozumieć wewnętrzny mechanizm funkcjonowania przedsiębiorstwa, przez co są lepiej przygotowani do zaistnienia w realiach rynkowych.

EduBizmodel – platforma webowa

Jednym z rozwiązań, które można zastosować w celu zintensyfikowania współpracy między szkołami ponadgimnazjalnymi a otoczeniem biznesu jest wykorzystanie EduBizmodel – platformy webowej łączącej interesy obu stron. Rozwiązanie takie jest niskonakładowe w porównaniu do możliwości do uzyskania efekty. Ponadto nie wymaga od samych użytkowników platformy wydatków na implementację EduBizmodel. Obecnie Internet towarzyszy codziennej sferze życia zarówno edukacyjnego, jak i prywatnego, dlatego narzędzie to może przyczynić się do skutecznego wzrostu współpracy świata edukacji i biznesu.

Innowacyjnością takiego rozwiązania jest inne podejście do dość dobrze rozpoznanego problemu, jakim jest brak współpracy szkoły z przedsiębiorstwami. Wymiar innowacyjności dotyczy formy wsparcia, czyli stworzenia kompleksowej platformy współpracy edukacji i otoczenia biznesu, umożliwiającej dostęp i wymianę wiedzy on-line. EduBizmodel pozwala na przepływ wiedzy między szkołami a otoczeniem biznesem. Pełni funkcję systemu informatycznego dla różnych społeczności, co pozwala na osiągnięcie efektu upowszechnienia i wzmocnienia współpracy. Szkoły oraz instytucje otoczenia biznesu zamieszczają na platformie informacje dotyczące możliwości współpracy. Dochodzi zatem do konfrontacji w szerokim rozumieniu popytu i podaży na kapitał intelektualny uczniów. Istotne jest także to, że platforma webowa nie wymaga instalacji na komputerach osobistych, ponieważ dostęp do niej jest możliwy z poziomu przeglądarki internetowej, przy istnieniu możliwości jej stałej rozbudowy.

Korzystanie z EduBizmodel może zwiększyć liczbę i skuteczność kontaktów między szkołami a biznesem (intensyfikacja transferu informacji między sektorami), a także zwiększyć konkurencyjność firm i szkół w regionie poprzez powiązanie kształcenia z potrzebami gospodarki (ryнку pracy).

Wskazówki dla nauczyciela: jak nawiązać współpracę z przedsiębiorcą

Niniejsze wskazówki obejmują następujące zagadnienia:

1. Cele spotkania z przedsiębiorcą.
2. Czynności związane z planowaniem spotkania.
3. Przebieg bezpośredniego spotkania z przedsiębiorcą.
4. Rozmowa przez telefon z przedsiębiorcą.
5. Przebieg rozmowy telefonicznej z przedsiębiorcą.
6. Przykład listu intencyjnego do przedsiębiorcy.
7. Schemat lekcji z przedsiębiorcą.
8. Propozycje zajęć we współpracy z lokalnym biznesem (minikonspekty):
 - wizyta w GUS-ie,
 - wizyta kadrowej,
 - wizyta przedsiębiorcy,
 - wizyta doradcy zawodowego,
 - wizyta ratownika medycznego.

I. CELE SPOTKANIA Z PRZEDSIĘBIORCĄ

Do spotkania z przedsiębiorcą warto przygotować się z należytą starannością. Podczas spotkania twój rozmówca nie powinien mieć wrażenia, że to strata czasu. Twoim zadaniem jest zachęcenie i zainteresowanie przedsiębiorcy⁴ ofertą współpracy. Podstawą sukcesu twojego spotkania jest skrupulatne zaplanowanie go.

Cele spotkania:

1. Zbudowanie najbardziej korzystnego wrażenia na temat twojej szkoły jako instytucji oświatowej świadomej znaczenia współpracy z biznesem z najbliższego otoczenia.
2. Zachęcenie przedsiębiorcy do zapoznania się z ofertą współpracy twojej szkoły.
3. Spowodowanie, by przedsiębiorca poczuł się istotnym i ważnym ogniwem realizacji założeń programu nauczania przedsiębiorczości.

Pierwsze wrażenie i to, co wtedy powiesz, jest najlepiej zapamiętywane. Na podstawie pierwszych wrażeń ludzie bardzo często formułują swoją opinię o osobie lub instytucji (zaufanie lub nieufność, sympatia lub antypatia). Pierwszą negatywną opinię trudno jest zmienić lub jest to bardzo kosztowne, dlatego warto dbać, by na pierwszym etapie przedsiębiorca odebrał cię jak najbardziej pozytywnie – jest to najefektywniejsza i najmniej kosztowna strategia.

II. CZYNNOŚCI ZWIĄZANE Z PLANOWANIEM SPOTKANIA

1. Ustal cel spotkania

- Co konkretnie chcesz ustalić?
- Jakie tematy są najważniejsze i najpilniejsze na tym spotkaniu?
- Jakie są twoje oczekiwania wobec przedsiębiorstwa (instytucji)?

Twoim celem może być:

- nawiązanie współpracy z przedsiębiorstwem w zakresie realizacji spotkań z młodzieżą lub wycieczek do instytucji,
- ustalenie zakresu merytorycznego (główne zagadnienia i problematyka) spotkania z młodzieżą.

⁴ Przedsiębiorcą w poradniku nazywamy przedstawiciela instytucji, firmy prywatnej lub przedsiębiorstwa.

2. Przygotuj wszystkie niezbędne informacje i materiały, o które może pytać lub prosić przedsiębiorca.

- Określ główne założenia realizacji programu nauczania przedmiotu *podstawy przedsiębiorczości* (sięgnij do opracowań: **Model kompetencji** i **Model współpracy z przedsiębiorstwami**).
- Określ temat lub zagadnienie do przedstawienia przez przedsiębiorcę.
- Wskaż przystępnym językiem cele dydaktyczne do osiągnięcia w trakcie spotkania.
- Zaproponuj termin i miejsce.
- Określ czas trwania spotkania z młodzieżą.
- Opisz grupę odbiorczą (uczniów) i określ ich potrzeby w zakresie spotkania.
- Wskaż dostępność w szkole pomocy dydaktycznych (np. rzutnik multimedialny), które można wykorzystać w trakcie spotkania.
- Zaproponuj przedsiębiorcy zapoznanie się z opracowaniem **Jak prowadzić spotkania z uczniami. Poradnik dla przedsiębiorcy**.

III. PRZEBIEG BEZPOŚREDNIEGO SPOTKANIA Z PRZEDSIĘBIORCĄ

1. Przedstaw się.

- Wymawiaj starannie swoje imię i nazwisko oraz nazwę szkoły, którą reprezentujesz.
- Określ swoje stanowisko i funkcję w szkole.
- Określ swoją rolę społeczną, zawodową oraz doświadczenie w pracy z młodzieżą.

2. Przedstaw główne założenia przedmiotu *podstawy przedsiębiorczości* oraz uzasadnij znaczenie współpracy z najbliższym otoczeniem biznesu dla efektów nauczania. Zachęć do współpracy!

3. Określ konkretnie i wyraźnie obszar współpracy (na czym ci zależy?).

4. Przekazuj treści, wykorzystując „język korzyści” – nie koncentruj się tylko na aspektach informacyjnych, ale wskaż również, co prezentowane informacje oznaczają dla przedsiębiorstwa, do czego mogą im posłużyć.

Pokazuj bezpośrednio korzyści i informuj o nich:

Da to państwu możliwość... , Pozwoli na..., Dzięki temu osiągną państwo...

Odwołaj się do założeń społecznej odpowiedzialności biznesu.

5. Mów krótko i na temat.

Sensowna i logiczna treść wypowiedzi oraz jasny, krótki i precyzyjny przekaz to najważniejsze cechy twojej prezentacji w trakcie spotkania. Mów krótkimi zdaniami. Używaj raczej zdań twierdzących niż przeczących. Zdania twierdzące są szybciej rozumiane i łatwiej zapamiętywane.

Zamiast: „*Nie wolno zapominać o...*”, powiedz: „*Należy pamiętać o...*”.

6. Ustal termin, temat i cele spotkania przedstawiciela przedsiębiorstwa z uczniami.

Określ swoje oczekiwania wobec merytorycznego zakresu spotkania (np. jakie treści i zagadnienia powinny się pojawić w wystąpieniu przedsiębiorcy).

7. Odpowiedz konkretnie i wyczerpująco na wszystkie pytania i wątpliwości.

8. Podziękuj za spotkanie, a na koniec powtórz ustalenia w zakresie współpracy twojej szkoły z przedsiębiorcą.

IV. ROZMOWA PRZEZ TELEFON Z PRZEDSIĘBIORCĄ

Rozmowa przez telefon jest znacznie mniej ekspresyjna niż spotkanie bezpośrednie, ale oszczędza czas, a jednocześnie umożliwia zrealizowanie kilku rozmów w krótkim okresie.

Podczas rozmowy telefonicznej zwróć uwagę na uprzejmy ton, standardy powitania, telefoniczny *savoir-vivre*.

Badania wykazały, że **głos** (dźwięk) w rozmowach telefonicznych to **84% sukcesu**, a tylko 16% zależy od przekazywanej treści.

Przed rozmową telefoniczną:

1. Przygotuj się starannie i usystematyzuj informacje, które mogą przydać się w trakcie rozmowy. Przemyśl wcześniej całą rozmowę.
Zwróć uwagę na istotność przygotowania się do rozmowy telefonicznej, np. ciche miejsce, zmniejszenie hałasu z zewnątrz, przygotowanie notatnika i długopisu do zapisania ważnych kwestii poruszanych w rozmowie itd. Przygotowanie do rozmowy to też zastanowienie się, co chcę powiedzieć, zanim wykonam telefon. Optymalnie wykorzystany czas rozmowy **nie trwa dłużej niż 3 minuty**.
2. Wybierz najbardziej pożądaną i komfortową dla przebiegu rozmowy termin i miejsce.
3. Słuchaj efektywnie i notuj wszelkie ustalenia oraz wnioski wynikające z rozmowy.
4. Sprawdź dokładnie nazwisko i ewentualny tytuł swojego rozmówcy. Z kim chcesz rozmawiać?
5. Przedstaw się – wymień bezwarunkowo swoje imię i nazwisko oraz przedstaw swoje stanowisko i kwalifikacje.
6. Daj rozmówcy szansę na odpowiedź!
Po 5–7 zdaniach rozmówca staje się niespokojny, jeżeli nie może mówić. Daj szansę również jemu.
7. Ustal termin bezpośredniego spotkania.

8. Podziękuj za rozmowę.
9. Zrób natychmiast notatkę o efektach rozmowy.

V. PRZEBIEG ROZMOWY TELEFONICZNEJ Z PRZEDSIĘBIORCĄ

1. Powitanie i przedstawienie się.

Telefoniczne umówienie spotkania rozpoczyna się powitaniem. Powitanie, choć wydaje się proste, często wcale takie nie jest, jeśli nie wiesz, co powiedzieć lub mówisz zbyt szybko.

Przykład:

Dzień dobry panu. Mówi Jan Kowalski, nauczyciel ze szkoły XYZ. Czy mogę porozmawiać z panem przez 3–4 minuty na temat współpracy z naszą szkołą, czy woli Pan, żebym zadzwonił później?

Podczas rozmowy upewnij się, czy rozmawiasz z właściwą osobą!

2. Wprowadzenie, czyli zagajenie w rozmowie telefonicznej.

Posłuż się zagajeniem (wprowadzeniem), odwołując się np. do wysłanego przez szkołę listu intencyjnego (patrz: **propozycja listu intencyjnego**).

- Zbuduj atmosferę rozmowy:
Powodem, dla którego do pana dzwonię jest..., Dziękuję, że zechciał mi pan poświęcić swój czas...
- Zainteresuj korzyściami ze spotkania:
Pozwoli to państwu... Dzięki temu staną się państwo firmą...

3. Ustal termin spotkania, biorąc pod uwagę preferencje rozmówcy.

Przykład:

Czy bardziej odpowiada panu środa o 10.30, czy może poniedziałek w przyszłym tygodniu?

Pozwól rozmówcy dokonać wyboru pomiędzy ściśle określonym, bliskim terminem, a mniej konkretnym i trochę późniejszym. Zawsze upewnij się, że nie koliduje on z żadnym innym z twoich zajęć. Staraj się nie zmieniać ustalonego terminu spotkania.

4. Przewycięzanie zastrzeżeń.

Nawet w przypadku doskonałego przygotowania rozmowy telefonicznej w jej trakcie mogą pojawić się tzw. zastrzeżenia. Odpowiadaj konkretnie i krótko na wątpliwości przedsiębiorcy i nie rezygnuj z oferty przedstawienia współpracy.

5. Pożegnanie.

Potwierdź umówiony termin spotkania. Aby uniknąć wszelkich nieporozumień, powtórz, co uzgodniliście podczas rozmowy.

Podziękuj za rozmowę.

VI. PRZYKŁAD LISTU INTENCYJNEGO POPRZEDZAJĄCEGO KONTAKT BEZPOŚREDNI LUB TELEFONICZNY

Nadawca

Miejscowość, data

pieczęć szkoły

Adresat (kierujemy do osoby zajmującej najwyższe stanowisko)

Pan Jan Kowalski

Dyrektor WUP w Szczecinie

ul. Jesienna 3/4

Szanowny Panie/Szanowni Państwo

(zwrot powinien być napisany odręcznie)

Mamy zaszczyt zaprosić i zachęcić Państwa do współpracy z naszą szkołą w ramach realizacji innowacyjnego programu nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom współczesnego rynku pracy i dominującym trendom w rozwoju współczesnego biznesu, zależy nam na kształtowaniu wśród uczniów postaw przedsiębiorczych opartych na żywym zainteresowaniu życiem gospodarczym i społecznym. Powodzenia i sukcesu w realizacji założeń naszego programu upatrujemy w efektywnej współpracy pomiędzy szkołą a biznesem. Wierzymy, że możliwość kontaktu z przedsiębiorstwem to dla młodzieży okazja poznania realnego świata pracy i aktualnych tendencji na rynku pracy.

Jesteśmy przekonani, że Państwa *firma/ przedsiębiorstwo/ instytucja* w znaczący sposób przyczynia się do kształtowania lokalnego rynku pracy. Państwa gotowość podzielenia się doświadczeniem, wiedzą i kompetencjami z naszymi uczniami byłaby cennym elementem ich edukacji w zakresie przedsiębiorczości, a zarazem źródłem inspiracji i motywacji. Liczymy, że przedstawiciel Państwa firmy podejmie się realizacji spotkania z młodzieżą. Zależy nam na możliwości poznania warunków i specyfiki pracy w Państwa firmie.

Mamy nadzieję, że prezentowana oferta współpracy zyska Państwa aprobatę i zainteresowanie. Liczymy na pozytywną odpowiedź i możliwość spotkania się w celu omówienia szczegółów współpracy.

Z poważaniem

Maria Kowalska (zawsze odręczny podpis)

VII. SCHEMAT LEKCJI Z PRZEDSIĘBIORCĄ

1. Powitanie i przedstawienie gościa. Wprowadzenie do tematu.

Przed lekcją (spotkaniem) z zaproszonym gościem omów z uczniami jej cele i przebieg. Zachęć do przygotowania listy pytań związanych z tematem. Zachęć uczniów do zebrania jak największej ilości informacji na temat firmy (przedsiębiorstwa), którą będzie reprezentował zaproszony gość. Zbierz oczekiwania uczniów co do przebiegu i planowanej zawartości merytorycznej.

2. Prezentacja przedstawiciela firmy (przedsiębiorstwa) zgodnie z wcześniej ustalonymi i określonymi celami.

3. Burza pytań i dyskusja. Wnioski.

4. Podsumowanie spotkania i podziękowanie za spotkanie.

VIII. PROPOZYCJE ZAJĘĆ WE WSPÓŁPRACY Z LOKALNYM BIZNESEM

I. Wizyta w GUS-ie

Kompetencja nr 3 – Wiedza o gospodarce

Jednostka dydaktyczna nr 12 – Wzrost gospodarczy, cykl koniunkturalny

Cel spotkania:

- utrwalenie wiedzy dotyczącej wzrostu gospodarczego,
- zaprezentowanie sposobu wyliczania mierników ekonomicznych wzrostu gospodarczego: PKB (produkt krajowy brutto), PNB (produkt narodowy brutto), DN (dochód narodowy),
- zapoznanie z zasadami działania GUS-u.

Przykładowe zagadnienia do prezentacji przez przedstawiciela GUS-u:

1. W jaki sposób obliczany jest PKB w Polsce?
2. Jak zmienia się PKB Polski w kolejnych latach?
3. Jak wysokość dochodu narodowego Polski odnosi się do dochodu narodowego krajów Unii Europejskiej?
4. Który z krajów Unii Europejskiej cechuje się najwyższym (najniższym) wzrostem gospodarczym w danym roku? Czym jest to spowodowane?
5. Czym zajmuje się GUS, jaki jest zakres działań podejmowanych przez instytucję?

II. Wizyta kadrowej

Kompetencja nr 4 – Podstawy biznesu

Jednostka dydaktyczna nr 8 – Nawiązanie stosunku pracy

Cel spotkania:

- zapoznanie młodzieży z rodzajami umów o pracę oraz cywilnoprawnymi,
- wyjaśnienie różnic wynikających z formy zatrudnienia,
- uświadomienie praw i obowiązków wynikających z poszczególnych umów,
- wskazanie najczęściej łamanych paragrafów umowy o pracę.

Przykładowe zagadnienia do prezentacji przez kadrową:

1. Czym różni się umowa-zlecenie od umowy o dzieło?
2. Co stanowi źródło prawa w umowach o pracę, a co w umowach cywilnoprawnych?
3. Która umowa jest korzystniejsza dla pracownika?
4. Jakie umowy są najczęściej sporządzane – na przykładzie własnej firmy?
5. Które zapisy w ramach umów cywilnoprawnych są obligatoryjne, a do których można odwołać się do Kodeksu cywilnego?
6. Dlaczego pracodawcy zatrudniają studentów i młodzież na umowę-zlecenie?

III. Wizyta przedsiębiorcy

Kompetencja nr 4 – Podstawy biznesu

Jednostka dydaktyczna nr 4–5 – Planowanie działalności gospodarczej

Cel spotkania:

- wskazanie plusów i minusów samozatrudnienia,
- uświadomienie, jak ważny jest pomysł na swoją działalność,
- pokazanie, że każde hobby może okazać się dobrym pomysłem na własną firmę,
- przedstawienie analizy SWOT do wybranych pomysłów.

Przykładowe zagadnienia do prezentacji przez przedsiębiorcę:

1. Motywy samozatrudnienia.
2. Źródło pomysłu na własną firmę.
3. Plusy i minusy pracy na własny rachunek.
4. Główne obawy przed założeniem firmy.
5. Jakie instytucje udzielają pomocy w przygotowaniu biznesplanu?
6. Źródła sukcesu w prowadzeniu własnej działalności.
7. Źródła porażki w prowadzeniu własnej działalności.

IV. Wizyta przedsiębiorcy zajmującego się eksportem lub importem towarów

Kompetencja nr 3 – Wiedza o gospodarce

Jednostka dydaktyczna nr 20 – Wpływ kursu walutowego na gospodarkę

Cel spotkania:

- wyjaśnienie ogólnych zasad handlu zagranicznego ze szczególnym uwzględnieniem walut,
- uświadomienie korzyści z wymiany międzynarodowej,

- ukazanie wpływ kursu walutowego na uzyskiwane przychody przedsiębiorstwa,
- przedstawienie ryzyka działalności związanej z kursem walutowym.

Przykładowe zagadnienia do prezentacji przez przedsiębiorcę:

1. Czy aprecjacja złotówki jest korzystna dla przedsiębiorcy i kraju?
2. Kto najbardziej zyskuje na deprecjacji, a kto na aprecjacji złotówki w gospodarce?
3. Jakie są możliwości uniknięcia nadmiernego ryzyka walutowego?
4. Jak silna złotówka wpływa na wielkość produkcji?
5. Jak deprecjacja złotówki wpływa na wielkość sprzedaży?

V. Wizyta doradcy zawodowego

Kompetencja nr 5 – Planowanie kariery zawodowej

Jednostka dydaktyczna nr 4–5 – Planowanie własnej kariery zawodowej

Cel spotkania:

- uświadomienie uczniom ważności decyzji dotyczących wyboru zawodu,
- pomoc w określeniu preferencji zawodowych ucznia,
- wskazanie sposobów osiągnięcia celów zawodowych,
- pomoc w planowaniu kariery zawodowej ucznia.

Przykładowe zagadnienia do prezentacji przez doradcę zawodowego:

1. Na co zwrócić uwagę podczas planowania swojej kariery zawodowej?
2. Jak określić swoje predyspozycje zawodowe?
3. Gdzie można znaleźć informacje z zakresu predyspozycji zawodowych?
4. Dlaczego warto rozpoznać swoje predyspozycje osobowościowe, zainteresowania i uzdolnienia?
5. Jakie czynniki powinny decydować o wyborze przyszłego zawodu?

Poza merytorycznym omówieniem zakresu tematu warto zasugerować doradcy zawodowemu przeprowadzenie testu określającego predyspozycje i preferencje zawodowe uczniów.

VI. Wizyta ratownika medycznego pogotowia ratunkowego

Kompetencja nr 6 – Podejmowanie decyzji

Jednostka dydaktyczna nr 4-5 – Podejmowanie decyzji

Cel spotkania:

- zaznajomienie uczniów z procesem decyzyjnym i jego elementami,
- uświadomienie uczniom związku między decyzją a odpowiedzialnością.

Przykładowe zagadnienia do prezentacji przez ratownika medycznego:

1. Jakie decyzje w codziennej pracy podejmuje ratownik medyczny?
2. Najtrudniejsza decyzja w życiu zawodowym i sposób jej podjęcia.
3. Jakie czynniki wpływają na podejmowanie codziennych decyzji w pracy ratownika?
4. W jakich warunkach podejmowanie decyzji jest trudne?
5. Jakie są konsekwencje źle podjętych decyzji?
6. Jak podejmowane decyzje wpływają na innych?