

# RAPORT

## *Wnioski i rekomendacje*

### *dotyczące dalszego wdrażania rozwiązań oraz kontynuacji współpracy między szkołami i przedsiębiorstwami*

Projekt „Praktyki+” nr WND-POKL.03.04.03-00-136/11,



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

*„Raport – wnioski i rekomendacje dotyczące dalszego wdrażania rozwiązań oraz kontynuacji współpracy między szkołami i przedsiębiorstwami” powstał w oparciu o wielostronną analizę wszystkich materiałów źródłowych (w tym: materiałów ewaluacyjnych, raportów, dyskusji panelowej, opinii, wywiadu pośrednich i bezpośrednich, wizyt monitorujących), a także szerokiego kontekstu badawczego, przeprowadzona przez cały zespół zarządzający z głosem decydującym dr Joanny Zajęc – koordynatorki projektu oraz Andrzeja Filipiaka - specjalisty ds. ewaluacji. Proces analizy był stopniowo realizowany od początku do końca trwania projektu, ze szczególnym uwzględnieniem jego następujących etapów: proces rekrutacji (od 01.06. do 30.11.2012), proces angażowania przedsiębiorstw od 01.06. do 30.11.2012), panel roboczy (24-26.02.2012 oraz 04-05.05.2012), produktu/modelu pt. „PRAKTYKI +. Program doskonalenia zawodowego dla nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie”, szkolenie opiekunów merytorycznych (27-28.10.2012.), proces realizacji praktyk dla nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie (03-21.12.2012, 07-25.01.2013, 04-22.02.2013, 04-22.03. 2013, 08-26.04.2013).*

*Na podstawie ww. analizy zidentyfikowano dwa główne obszary problemowe:*

*Korzyści (w formie wniosków), jakie z dotychczasowego oraz długoterminowego procesu wdrażania rozwiązań wypracowanych w wyniku realizacji projektu oraz współpracy (jej kontynuacji), odnieśli już i potencjalnie odniosą szkoły kształcące w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji oraz przedsiębiorstwa działające w przedmiotowym sektorze.*

*Rekomendacje dotyczące ww. obszaru (w ujęciu długoterminowym), które powstały w oparciu o ww. wnioski oraz jako efekt ww. analizy.*

*Ponadto w „Raporcie” uwzględniono także perspektywę mobilności, która w wyniku przeprowadzonej analizy okazała się bardzo istotnym, choć powszechnie niedocenianym czynnikiem: jest ona jednym z istotnych warunków dalszego efektywnego wdrażania wypracowanych w projekcie rozwiązań, jak również kontynuacji współpracy między szkołami zawodowymi i przedsiębiorstwami.*

*Dodatkowo dla potrzeb niniejszego „Raportu” opracowano formularz weryfikacyjny dla szkół, który stanowi załącznik do dokumentu. W wyniku prowadzonych badań i krytycznych analiz okazało się bowiem, że w kontaktach między szkołami zawodowymi, kształcącymi w sektorze zarządzania, marketingu i organizacji, i przedsiębiorstwami funkcjonującymi w przedmiotowym sektorze szczególnie brakuje nowych, niestandardowych narzędzi współpracy. Autorzy „Raportu”/zespół zarządzający projektem, postanowili dostarczyć odbiorcom konkretny, praktyczny przykład takiego*

*narzędzie-formularz weryfikacyjny, którego zastosowanie będzie przydatne w procesie efektywnego wdrażania projektowych rozwiązań oraz kontynuacji i rozwijania różnych form współpracy między szkołami zawodowymi i przedsiębiorstwami.*

*Zespół zarządzający*

I.

Główne korzyści (w formie wniosków) z wdrażania rozwiązań wypracowanych w ramach realizacji projektu „PRAKTYKI +” oraz z kontynuacji współpracy między szkołami i przedsiębiorcami.

W ramach projektu „PRAKTYKI +” - w wyniku realizacji praktyk zawodowych w przedsiębiorstwach w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji – zidentyfikowano i zdefiniowano następujące bezpośrednie oraz długoterminowe ww. korzyści ze współpracy na linii szkoła-przedsiębiorstwo:

1. Dla szkoły:

- Podniesienie i aktualizacja kompetencji (wiedza, doświadczenie) nauczycieli/ek zawodu w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie – w celu efektywnego przygotowania uczniów/ce do wykonywania zawodu.

- Nauczyciele/lki zawodu zrealizowali w formie praktyk model pt. „PRAKTYKI +. Program doskonalenia zawodowego dla nauczycieli/ek przedmiotów zawodowych w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie”. Poznali go zarówno od strony praktycznej (wdrożenie), jak i teoretycznej. Dzięki temu mogą wykorzystywać także jego elementy w procesie edukacji zawodowej uczniów, również w zakresie konkretnej wiedzy przedmiotowej. Będzie to stanowiło bardzo wartościowe, w tym z perspektywy późniejszego zatrudnienia uczniów/c na rynku pracy, uzupełnienie programu nauczania.

- Z perspektywy nauczyciela/ki-uczestnika/czki praktyk: kompleksowe doświadczenie zawodowe i osobiste, także w wymiarze procesów adaptacyjnych do nowego środowiska, w tym przede wszystkim środowiska pracy.

- Podczas realizacji praktyk nauczyciele/ki mieli możliwość zawiązania oraz rozszerzenia współpracy między daną szkołą zawodową i przedsiębiorstwem. W ten sposób przyszli absolwenci danej szkoły mają większą szansę na uzyskanie zatrudnienia właśnie w tym przedsiębiorstwie (m. in. za sprawą informacji przekazanych im przez nauczyciela na temat oczekiwań potencjalnego pracodawcy).

- Wyposażenie nauczycieli/ek zawodu odbywających praktyki również w tzw. kompetencje miękkie, dotyczących na przykład pracy w zespole, obsługi klienta, prowadzenia rozmów negocjacyjnych, realizacja procesów dotyczących zarządzania zespołem ludzkim etc. Ten rodzaj kompetencji ma szczególne

znaczenie na rynku pracy związanym z zarządzaniem, organizacją i marketingiem – w tym zakresie są to kompetencje podstawowe, które dodatkowo można zdobyć tylko w praktyce właśnie.

Ponadto ww. kompetencje mają charakter uniwersalny - są ważne również z perspektyw rozwoju kariery zawodowej uczniów.

- Realizacja praktyk umożliwiła nauczycielom/kom zawodu zorientowanie się w aktualnej specyfikacji rynku pracy: jakie jest zapotrzebowanie na pracowników w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w konkretnych sektorach gospodarki; jakie są perspektywy ich rozwoju; jakie są prognozy dotyczące popytu na pracowników o danych kompetencjach w danych branżach rynku pracy.

- Nauczyciel/ka w procesie realizacji praktyki zdobył/a wieloaspektową wiedzę, jak taka praktyka jest zorganizowana, czemu służy oraz jak w pełni wykorzystać jej kontent oraz przebieg i rezultaty. Dzięki temu może teraz w sposób realny pomóc w organizacji praktyk zawodowych dla uczniów – wpłynąć na ich efektywność, nie tylko z punktu widzenia samego procesu edukacji, ale również rynku pracy.

- Rozszerzenie oferty edukacyjnej (podniesienie jakości nauczania) - dopasowanie profilu kształcenia zawodowego do struktury gospodarczej, aktualnych potrzeb rynku etc.

- Bezpośrednie zapoznanie się z realnymi i aktualnymi wymogami rynku pracy, w tym jego dynamika oraz kierunkami rozwoju i przekazanie tej wiedzy oraz doświadczeń uczniom. Tym samym wpływ na efektywność procesu poszukiwania pracy przez ucznia-absolwenta danej szkoły.

- Możliwość przedstawienia przedsiębiorcom przez uczestników/czki praktyk podczas procesu ich realizacji dossier na temat swojej szkoły, a zwłaszcza profilu i kompetencji jej absolwentów.

- Uzyskanie od opiekunów/ek merytorycznych dossier na temat swojego przedsiębiorstwa, a także jego funkcjonowania w kontekście uwarunkowań regionalnych – przede wszystkim na temat konkretnych oczekiwań wobec absolwentów/tek szkolnictwa zawodowego, możliwości pracy dla nich, sposobów funkcjonowania na rynku. Zgromadzenie informacji na temat danego przedsiębiorstwa (także w kontekście uwarunkowań mikro i makroekonomicznych, rynku pracy etc.) – przekazywanie ich za pośrednictwem uczestnika/czki z danej szkoły zawodowej, również innym zainteresowanym szkołom.

- Współpraca na linii szkoła-przedsiębiorstwo stanie się dla szkoły efektywnym sposobem przepływu informacji o potrzebach pracodawców dotyczących kwalifikacji oczekiwanych od kandydatów/tek do pracy.

- Dzięki współpracy - możliwość pozyskania przez szkołę przedstawicieli przedsiębiorstwa do prowadzenia praktycznej nauki zawodu.

- Pełnienie przez uczestnika/czkę praktyk w swojej szkole funkcji pośrednika/czki i stymulatora/ki w zakresie współpracy z przedsiębiorstwem-miejscem praktyki. W szerszym wymiarze: poszczególni nauczyciele/ki mogą pełnić rolę inspiratorów w nawiązywaniu współpracy z przedsiębiorstwami w zakresie zagadnień związanych z zarządzaniem, marketingiem i organizacją.

## 2. Dla przedsiębiorstwa:

- Przyjęcie przez nauczyciela/ki zawodu funkcji „pośrednika” na linii przedsiębiorca-absolwent szkoły/nowy pracownik: nauczyciel/ka, który odbył praktykę, przekazuje teraz zdobyta wiedzę i doświadczenie swoim uczniom. W ten sposób przedsiębiorca pozyska potencjalnego pracownika- dobrze przygotowanego i wykwalifikowanego do wykonywania profesjonalnych zadań (rozwiązanie bardziej ekonomiczne i efektywne niż szkolenie „od podstaw” nowych pracowników).

- Pozyskanie dodatkowego wsparcia osobowego (nauczyciel/ka zawodu realizujący/a praktykę) w wykonywaniu zadań pracowniczych (zwłaszcza przy uwzględnieniu faktu, że wraz z upływem czasu, uczestnik/czka praktyk zyskiwał/a coraz większą autonomię w wykonywaniu zadań na danym stanowisku pracy).

- Opiekun/ka merytoryczny/a poprzez prowadzenie/nadzorowanie praktyki był zmuszony/a uświadamiać sobie przebieg i złożoność czynności oraz procesów, które podczas swojej pracy zwykle wykonuje już rutynowo. Pozwoliło to na rozwój kompetencji, a tym samym podniesienie jakości realizowanych zadań.

- Poznanie zakresu i jakości kształcenia młodzieży w zawodach, które są istotne dla perspektyw rozwoju firmy. Zgromadzenie przez przedsiębiorcę, w którego firmie była realizowana praktyka, informacji na temat danej szkoły – jej profilu, uczniów. Ułatwi to w przyszłości efektywną rekrutację potencjalnie najlepszych pracowników.

- Możliwość wcześniejszego przygotowania absolwentów szkół zawodowych do podjęcia pracy w przedsiębiorstwie (podniesienie efektywności rekrutacji prowadzonej przez przedsiębiorstwa, ograniczenie rotacji kadr).

- Pełnienie przez opiekuna/ki merytorycznego/nej funkcji pośrednika/czki i stymulatora/ki w zakresie współpracy z daną szkołą, w szerszym wymiarze – ze szkołami.

- Kształtowanie w szkolnictwie zawodowym przez przedsiębiorstwa dobrego wizerunku. To wpływa na zainteresowanie firmą potencjalnych pracowników , a tym samym pozwala na wybranie w procesie rekrutacji kadry najbardziej przygotowanych i najbardziej kompetentnych pracowników (długodystansowy rezultat: większa konkurencyjność firmy na rynku pracy).

## II.

Rekomendacje dotyczące dalszego wdrażania rozwiązań wypracowanych w ramach realizacji projektu „Praktyki +” oraz z kontynuacji współpracy między szkołami i przedsiębiorstwami

Kontekst	<ul style="list-style-type: none"><li>- Stały i wieloaspektowy rozwój rynku pracy w sektorach zarządzania, marketingu i organizacji.</li><li>- Sytuacja społeczno-ekonomiczna szkolnictwa zawodowego w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji ulega nieustannym przeobrażaniom, z których spora część ma charakter negatywny (niedofinansowanie sektora szkolnictwa zawodowego, duża rotacja wśród kadry nauczycielskiej).</li><li>- Konieczność efektywnego i długodystansowego wdrażania rozwiązań wypracowanych w wyniku realizacji projektu.</li><li>- Konieczność ciągłego monitorowania zachodzących zmian i dostosowywania programu „Praktyki +. Program doskonalenia zawodowego dla nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie”, form współpracy między szkołami zawodowymi oraz przedsiębiorstwami, a także programów nauczania do aktualnej sytuacji na rynku</li></ul>
----------	--



	pracy.
--	--------

<p>Główne trudności i bariery, w tym potencjalne, w procesie wdrażania rozwiązań wypracowanych w wyniku realizacji projektu oraz kontynuacji współpracy między szkołami i przedsiębiorstwami</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rozdzźwięk między programem nauczania w zakresie organizacji, marketingu i zarządzania (przygotowania nauczycieli/ekaw zawodów do procesu kształcenia w tym zakresie) i rzeczywistymi potrzebami rynku pracy.</li>   <li>- Brak informacji i możliwości dotyczącej ww. współpracy (w tym informacji w zakresie realnych korzyści, jakie taka współpraca może przynieść przede wszystkim dla przedsiębiorstw).</li>   <li>- Dominacja „tradycyjnego sposobu myślenia”, zarówno w przypadku szkół, jak i przedsiębiorstw), który w niewielkim stopniu uwzględnia szerszą perspektywę (planowanie długoterminowe) i rolę praktyki w kształceniu zawodowym.</li>   <li>- Słabo wypracowane efektywne formy współpracy między szkołami zawodowymi i przedsiębiorstwami – dominacja form współpracy tradycyjnej, które nie są już adekwatne do dynamiki rynku pracy w sektorach zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie.</li>   <li>- Małe zainteresowanie ze strony przedsiębiorstw dostosowaniem systemu edukacji do prognozowanych zmian na rynku pracy – w</li> </ul>
--	--

	<p>sektorze zarządzanie, marketing i organizacja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dominacja tradycyjnych form współpracy na linii szkoły-przedsiębiorstwa (formy nie dostosowane do zachodzących zmian i bieżących potrzeb).</li> <li>- Nie branie przez przedsiębiorców pod uwagę szczebla szkolnictwa zawodowego, zarówno w podczas rekrutacji pracowników, jak i w całym procesie zarządzania zasobami ludzkimi.</li> <li>- Nieobecność wykwalifikowanej kadry pracowniczej z sektora zarządzania, marketingu i organizacji w procesie edukacji zawodowej w strukturze szkoły.</li> <li>- Krótkoperspektywiczna działalność edukacyjna szkół, które w procesie kształcenie nie biorą pod uwagę aktualnych wymogów i oczekiwań rynku pracy.</li> </ul>
--	---

<i>REKOMENDACJE</i>	
1	<p>Stworzenie wspólnej elektronicznej bazy danych przez współpracujące szkoły i przedsiębiorstwa, która będzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stale aktualizowana;</li> <li>- powszechnie dostępna.</li> </ul>

	<p>Baza spełniałaby funkcję źródłową i informacyjną. Indywidualny dostęp do niej umożliwiłby jej użytkownikom na bieżące profilowanie własnych działań, zgodnie z potrzebami i wymogami rynku pracy, a także szkolnictwa zawodowego.</p>
2	<p>Sektory organizacji, marketingu oraz zarządzania w przedsiębiorstwach realizują cykliczne badania i analizy w zakresie dynamiki rynku pracy. Efektywnym byłoby stworzenie miejsca prezentacji (np. w formie platformy internetowej), na której takie badania byłyby dostępne dla kadry i uczniów szkolnictwa zawodowego. Pozwoliłoby to na lepsze profilowanie oraz na bieżące zmiany procesu edukacji w szkołach. Na tym etapie wydaje się już w pełni możliwym kontynuowanie współpracy między szkołami i przedsiębiorstwami, które wzięły udział w projekcie „Praktyki +” także i w tym zakresie: poprzez bezpośredni dostęp kadry zawodowej danej szkoły do tego rodzaju badań, w procesie ciągłym już udostępnianych przez przedsiębiorstwa, na terenie których odbyły się praktyki.</p>
3	<p>Dalsze i szerzej zakrojone korzystanie zarówno przez przedstawicieli szkół, jak i przedsiębiorstw, w szerokim zakresie z istniejącego forum dyskusyjnego, które działa na stronie projektu: <a href="http://www.praktykiplus.pl">www.praktykiplus.pl</a>. Tworzenie nowych form wymiany informacji oraz doświadczeń na Internecie. W tym przypadku rekomenduje się przede wszystkim tworzenie forów dyskusyjnych, wyraźnie sprofilowane pod kątem potrzeb konkretnych środowisk (z podziałem na sektory: zarządzania, marketingu i organizacji w</p>

	<p>przedsiębiorstwie) – tak, aby w jak najszerszym zakresie odpowiadały one oczekiwaniom i potrzebom zawodowym konkretnych użytkowników.</p>
4	<p>Stworzenie bazy informacyjnej, w której byłyby zamieszczane adresy źródłowe, linki etc. do sprawdzonych materiałów merytorycznych, uwzględniających najbardziej aktualny stan wiedzy, doświadczeń, kierunki rozwoju przedmiotowych sektorów rynku pracy oraz edukacji zawodowej. Podstawę-punkt odniesienia do stworzenia takiej bazy mogą stanowić materiały zawarte w IV module produktu pt. „PRAKTYKI +. Program doskonalenia zawodowego dla nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie”.</p>
5	<p>Cykliczne organizowanie spotkań oraz minikonferencji z udziałem przedstawicieli środowisk szkół zawodowych (dyrektorzy, nauczyciele/ki zawodu w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie, uczniowie) – w celu bieżącej wymiany doświadczeń oraz weryfikacji podejmowanych działań.</p>
6	<p>Organizowanie cyklicznych spotkań w przedsiębiorstwach, które prowadzą działalność w sektorze zarządzania, marketingu i organizacji, dla nauczycieli/ek zawodu w przedmiotowym zakresie oraz ich uczniów. Rekomenduje się zwłaszcza organizowanie takich wizyt w przedsiębiorstwach, w</p>

	<p>których odbywały się praktyki, z aktywną obecnością nauczyciela/ki zawodu, który taką praktykę realizował/a. Pozwoli to na kompetentne przekazanie informacji przy współudziale osoby, która posiada już dobrą orientację również w strukturze, sposobie funkcjonowania etc. danego przedsiębiorstwa (pozwoli to bardziej celowy i efektywny przebieg takiej wizyty).</p>
7	<p>Organizacja przez przedsiębiorstwa praktyk zawodowych dla uczniów danej szkoły – z wykorzystaniem doświadczeń/wiedzy nabytych podczas realizacji praktyk dla nauczycieli/ek zawodu oraz w ścisłej współpracy z nimi (zarówno merytorycznej, jak i logistycznej). Dzięki realizacji tego rodzaju praktyk przedsiębiorcy będą mogli zdobyć również bezpośrednią możliwość wpływu na sposób kształcenia (wiedzę, umiejętności) swoich potencjalnych pracowników.</p>
8	<p>Organizacja przez przedsiębiorstwa staży zawodowych praktycznej nauki zawodu – zarówno dla obecnych uczniów szkoły, jak i dla jej absolwentów (w ścisłej współpracy z nauczycielami/kami, którzy odbywali praktykę w danym przedsiębiorstwie). W ten sposób przedsiębiorcy zyskają bezpośrednią możliwość dalszego kształcenia swoich potencjalnych pracowników pod określonym kątem, a także na czas stażu – dodatkowego pracownika.</p>
9	<p>Nauczyciele/ki zawodu, we współpracy z dyrektorami szkół oraz uczniami powinni przekazać (najlepiej raz na kwartał) opiekunom/kom merytorycznym zrealizowanych przez siebie praktyk</p>

	<p>formularz weryfikacyjny (załącznik do „Raportu”) – z prośbą o jego wypełnienie. Formularz zawiera tak sformułowane pytania, że udzielone na nie przez aktywnych i kompetentnych pracowników rynku zarządzania, marketingu i organizacji odpowiedzi pozwolą na bieżącą i cykliczną aktualizację stanu wiedzy nauczycieli/ek zawodu i tym samym ich uczniów w przedmiotowym zakresie.</p>
10	<p>Produktu projektu pt. „PRAKTYKI +. Program doskonalenia zawodowego dla nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie” opiera się na otwartej i elastycznej strukturze. Oznacza to, że jego poszczególne komponenty można poszerzać, a także weryfikować wg bieżącej sytuacji na linii szkolnictwo zawodowe - przedsiębiorstwa. Płaszczyzną przekazywania takich informacji jest forum znajdujące się na stronie <a href="http://www.praktykiplus.pl">www.praktykiplus.pl</a>. Rekomenduje się, zwłaszcza nauczycielom/kom zawodu oraz przedstawicielom przedsiębiorstw umieszczanie takich informacji, uwag, wniosków, które mogą posłużyć do weryfikacji (rozszerzania, tworzenia) alternatywnych modeli programu.</p>
11	<p>Promocja danego przedsiębiorstwa na terenie szkół zawodowych, których nauczyciele/ki zrealizowali praktyki oraz promocja szkół/uczniów/absolwentów na terenie danego przedsiębiorstwa – przy ścisłej współpracy i przy pośrednictwie nauczycieli/ek, którzy/e w danym przedsiębiorstwie zrealizowali praktykę.</p>

12	<p>Zaangażowanie przedsiębiorstw-pracodawców ze strony szkół w proces kształcenia, np. poprzez organizowanie przez szkołę dodatkowych zajęć/szkoleń dla uczniów prowadzonych przez pracowników danego przedsiębiorstwa (rekomenduje się tu przede wszystkim zaangażowanie w procesy szkoleniowe opiekuna/kę merytorycznego/ną z danego przedsiębiorstwa przy aktywnym współudziale nauczyciela/ki, który/a odbył/a w tym przedsiębiorstwie praktykę).</p>
13	<p>Stworzenie przez daną szkołę możliwości korzystania z jej bazy techniczno-dydaktycznej dla reprezentantów danego przedsiębiorstwa (w tym możliwości monitorowania postępów - umiejętności, kompetencji i wiedzy uczniów-potencjalnych pracowników).</p>
14	<p>Poszerzenie struktury współpracy o wszystkie instytucje zajmujące się działające na rzecz rozwoju edukacji zawodowej, przedsiębiorczości oraz jakości kadr w zarządzaniu, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie.</p>
15	<p>Upowszechnianie informacji i treści promujących efektywną współpracę między szkołami i przedsiębiorstwami, w tym dobrych praktyk w przedmiotowym zakresie.</p>
16	<p>Poszerzenie zawartości ustalanych przez przedsiębiorstwa (w tym zwłaszcza te, które wzięły udział w realizacji praktyk-projektu) biznesplanów o możliwości i formy stałej współpracy ze szkołami. Rekomenduje się także jasne zdefiniowanie z punktu widzenia</p>

	<p>danego przedsiębiorstwa długoterminowych celów (związanych przede wszystkim z możliwością zaangażowania na rynku pracy absolwentów szkolnictwa zawodowego w przedmiotowym zakresie), jakie miałyby zostać osiągnięte.</p>
17	<p>Opracowywanie informacyjno-instruktażowych materiałów audio-video, także promocyjnych, i umieszczanie ich na ogólnodostępnych portalach internetowych. Szkoły: prezentacja profilu i zawartości kształcenia uczniów w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji, a także ich potencjału w konfrontacji z rynkiem pracy. Przedsiębiorstwa: prezentacja aktualnych zmian i trendów na rynku pracy; oczekiwań i potrzeb rynku pracy z punktu widzenia współpracy między przedsiębiorstwami i szkołami.</p>
18	<p>Bieżąca weryfikacja przez szkoły oraz przedsiębiorstwa (zwłaszcza te, których przedstawiciele wzięli udział w projekcie) katalogu umiejętności i kompetencji w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji pracowników tego sektora rynku, który został stworzony i umieszczony w produkcie projektu pt. „PRAKTYKI +. Program doskonalenia zawodowego dla nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie”. Powinien on być na bieżąco uzupełniany pod kątem zmieniającej się sytuacji na rynku pracy. Możliwość skorzystania z takiego katalogu dodatkowo usprawni wdrażanie rozwiązań wypracowanych w projekcie oraz wpłynie ukierunkowanie i podniesienie jakości kształcenia w</p>



	przedmiotowym zakresie.
19	Współpraca szkół i przedsiębiorstw w wypracowaniu strategii kwalifikacji branżowych w zakresie organizacji, marketingu i zarządzania.
20	Wspólne działania szkół i przedsiębiorstw na rzecz stworzenia jak najlepszych mechanizmów prawnych, a nawet systemu prawnego – w celu skodyfikowania form współpracy.
21	Przekazywanie do szkół oraz nauczycieli/ek zawodu propozycji konkretnych działań-zadań dla uczniów w przedmiotowym zakresie, które podczas zajęć mogliby oni realizować (np. przy użyciu sprzętu komputerowego). W ten sposób „praktyczny” aspekt nauczania (praktyki w przedsiębiorstwach) zostałby dodatkowo uwzględniony – w sposób dokładnie zdefiniowany i celowy z perspektywy rynku pracy - również na poziomie edukacji szkolnej. Tym samym byłby bardziej efektywny.
22	Zdefiniowanie we współpracy szkół z przedsiębiorstwami (zwłaszcza między uczestnikami/czkami praktyk oraz ich opiekunami/kami merytorycznymi z danego przedsiębiorstwa) modelowych „ścieżek karier” dla potencjalnych pracowników zarządzania, marketingu oraz organizacji. Określenie zarówno ich modelowej, jak i wariantowej zawartości, struktury i przebiegu, pozwoli na lepsze planowanie i realizację procesu edukacji zawodowej przyszłych pracowników ww. sektora.

Ze względu na procesy globalizacyjne i międzykulturowe, które w coraz większym stopniu kształtują charakter rynku pracy w sektorze zarządzania, marketingu i organizacji, efektywnym byłoby nawiązanie współpracy między szkołami i przedsiębiorstwami w zakresie ponadnarodowym. Rekomenduje się uczestnictwo czynne lub bierne nauczycieli/ekaw zawodów w szkoleniach i prezentacjach realizowanych przez zagranicznych partnerów danej firmy w ramach jej struktur krajowych. Pozwoliłoby to nauczycielom/kom na uwzględnianie w procesie nauczania aktualnych form tego rodzaju działań w sektorze zarządzania, marketingu i organizacji. Jest to tym bardziej istotne, że właśnie ten sektor rynku pracy w sposób wyjątkowo szeroki i aktywny korzysta z wiedzy i doświadczeń rynków zagranicznych.

### III.

W wyniku realizacji projektu „PRAKTYKI +” zidentyfikowano kwestię mobilności na rynku pracy zarówno wśród nauczycieli/lek zawodu w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji, jak i ich uczniów-przyszłych pracowników ww. sektora - jako jeden z fundamentalnych problemów. Popularyzacja zagadnienia mobilności w środowisku związanym z edukacją zawodową, nie tylko wpłynie na upowszechnienie rozwiązań wypracowanych w wyniku realizacji projektowych działań. Świadomość mobilności jako integralnego elementu profesjonalnego rozwoju w szkolnictwie zawodowym w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie, już dzisiaj – w coraz bardziej dynamicznych i komplikowanych okolicznościach społeczno-ekonomicznych – jest warunkiem efektywnego funkcjonowania, a nawet utrzymania się na rynku pracy.

Koniczność wprowadzenia dynamiki mobilności do życia zawodowego nauczycieli/lek zawodu oraz ich uczniów-absolwentów szkół zawodowych opiera się na następujących przesłankach:

- Mobilność, to jeden z podstawowych elementów rozwoju i otwartości systemu edukacji - idei uczenia się przez całe życie.

- Jedną z trzech zasad zawodu nauczyciela w Europie jest zasada mobilności (dostosowanie edukacji do potrzeb rynku pracy, oznacza również dostosowanie mechanizmów/form funkcjonowania i działania w sektorze szkolnictwa zawodowego).

- Mobilność gwarantuje większą efektywność procesu edukacji, bo wówczas ma on charakter kompleksowy (wzbogacone przez różne wartości dodane):

\* Mobilna/aktywna postawa nauczyciela-wpływa to na otwartość systemu edukacji.

\* Poznanie i konieczność dostosowania się do całkiem nowego, pozalokalnego środowiska pracy powoduje nabycie tzw. „kompetencji miękkich”, które potem zostaną przekazane uczniom. To szczególnie ważny problem w kontekście prognoz Unii Europejskiej, według których będzie sukcesywnie wzrastać zapotrzebowanie na pracowników z szerokim zakresem umiejętności tzw. nierutynowych (np. umiejętność odnalezienia się w nowej sytuacji i nowym kontekście na skutek mobilności).

\* Mobilność oraz globalizacja to dwa podstawowe trendy na rynku pracy (zwłaszcza w kontekście faktu, że bezrobocie jest także wynikiem bierności zawodowej).

- Mobilność zarówno nauczycieli/ek zawodu, jak i samych uczniów (np. w ramach realizacji praktyk zawodowych)umożliwia nawiązanie długotrwałej

współpracy także z pozalokalnymi przedsiębiorstwami. W obecnej sytuacji na rynku pracy w sektorach zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie jest to bardzo istotne, m. in. ze względu na następujące czynniki przedsiębiorstwami:

\* Coraz więcej absolwentów szkolnictwa zawodowego jest zmuszonych szukać pracy poza swoim miejscem zamieszkania. Nauczyciel/ka zawodu z większego miasta powinien więc poznawać wymagania oraz warunki pracy także poza miejscem siedziby szkoły – tak, aby zdobyte informacje i doświadczenia móc przekazać uczniom, z których duża część znajdzie pracę poza miejscem swojego zamieszkania.

\* Większość instytucji szkolnictwa zawodowego znajduje się nadal w dużych ośrodkach miejskich, natomiast potencjał gospodarczy kraju już teraz w ¼ sytuuje się poza dużymi ośrodkami miejskimi i tam właśnie będzie się tam nadal rozwijał [wg Rządowego Centrum Studiów Strategicznych]. Na tych obszarach właśnie istnieje konieczność zwiększenia jakości kapitału ludzkiego poprzez wzrost poziomu edukacji i umiejętności zawodowych, a tym samym wzrost przedsiębiorczości i mobilności [wg "Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013, wspierające wzrost gospodarczy i zatrudnienie -Narodowa Strategia Spójności"]. W związku z tym nauczycieli/ki zawodu z dużych miast powinni być na tyle mobilni, aby poznawać możliwości i warunki rynku pracy poza miejscem swojego zatrudnienia. Ponadto poza dużymi ośrodkami miejskimi stale zwiększa się zapotrzebowanie, związane z rozwojem przedsiębiorczości, na nauczanie przedmiotów w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji. Potencjalnie więc tam właśnie nauczyciele/ki zawodu z dużych ośrodków miejskim w przyszłości mogą znaleźć zatrudnienie, co będzie od nich wymagało potencjału związanego z mobilnością.

\* Bardzo silny trendem na rynku pracy w sektorach zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie jest migracja nie tylko pracowników, ale także struktur całych przedsiębiorstw. Zmieniają one terytorium swojej aktywności nie tylko na taki, gdzie koszty prowadzenia go są najniższe, ale także gdzie znajduje się lepiej wykwalifikowana kadra: nauczyciel/ka, którego/ej działalność zawodowa charakteryzuje się także mobilnością ma możliwość upowszechnienia w pozalokalnym środowisku /regionie informacji dotyczącej potencjału przyszłych kadr - uczniów realizujących proces edukacji zawodowej w danej szkole (może to także stanowić element długoterminowej współpracy na linii szkoła-przedsiębiorstwo).

IV.

Załącznik do „Raportu” – przykładowy formularz weryfikacyjny

W celu efektywizacji procesu kształcenia zawodowego w zakresie zarządzania, marketingu i organizacji poniższy formularz powinien być kierowane przez szkołę do przedstawicieli danego przedsiębiorstwa (pracowników ww. sektorów) cyklicznie – tj. mniej więcej raz na kwartał (zazwyczaj raz na kwartał w danej firmie powstaje nowy biznesplan, w którym są definiowane także poniższe zagadnienia).

Pytanie/zagadnienie z zakresu funkcjonowania sektora zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie	Odpowiedź/komentarz ze strony przedsiębiorstwa
Jakiego rodzaju nowe rozwiązania (innowacje) zostały wprowadzone na rynek?	
Jakiego rodzaju nowe kompetencje i umiejętności są w ostatnim czasie poszukiwane na rynku pracy?	
Czy w najbliższej perspektywie przedsiębiorstwo zamierza zwiększyć kadrę o pracowników z sektora zarządzania, marketingu i organizacji? Jeśli tak, to jakiego rodzaju kompetencje (specyfikacja wg stanowisk pracy) będą szczególnie poszukiwane?	
Czy w ostatnim czasie zrezygnowano w Pani/a przedsiębiorstwie z wybranych rozwiązań/mechanizmów, które dotychczas wyraźnie określały system i/lub kontent pracy w sektorze zarządzania, marketingu i organizacji? Jeśli tak, to z jakiego powodu i czy zostały one zastąpione innymi rozwiązaniami (jakimi)?	
Czy w ostatnim czasie zmiany na globalnym rynku ekonomiczny (ewentualnie i/lub zmiany w sektorze politycznym, społecznym etc.) wpłynęły na Jeśli tak, to jakie zmiany i jaki sposób wpłynęły one na charakter charakter/sposób funkcjonowania etc. sektora zarządzania, marketingu i organizacji?	
Jakie są tendencje, które będą wyznaczały dynamikę rynku pracy w sektorze zarządzania, marketingu i organizacji w przedsiębiorstwie w najbliższym kwartale?	