

Erasmus+
KA220-VET – Partnerstwa współpracy w ramach sektora
kształcenie i szkolenia zawodowego

"Lider współpracy zewnętrznej szkoły zawodowej (LEADext)"
No 2021-1-PL01-KA220-VET-000033019

Rezultat O3.

**Zestaw pakietów edukacyjnych dla prowadzącego zajęcia
i uczestnika szkolenia w zakresie nowej kompetencji
„Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie
i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym
pozyskiwanie sponsorów”**

Projekt został zrealizowany przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej.
Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko autorów i Komisja Europejska nie ponosi
odpowiedzialności za umieszczoną w nich zawartość merytoryczną.

Utwór jest dostępny na [licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe](#).

MODUŁ 1: KOORDYNOWANIE WSPÓŁPRACY PLACÓWKI PROWADZĄCEJ KSZTAŁCENIE I SZKOLENIE ZAWODOWE Z FIRMAMI ZEWNĘTRZNYMI, W TYM POZYSKIWANIE SPONSORÓW

**Jednostka modułowa: M1.J3. Pozyskiwanie wsparcia od
firm zewnętrznych w zakresie doposażania warsztatów i
pracowni szkolnych**

**ZESTAW PORADNIKÓW
DLA UCZESTNIKA ZAJĘĆ I PROWADZĄCEGO ZAJĘCIA**

Opracowanie:

Koordynator zadania i wykonawca: Izba Przemysłowo-Handlowa Ziemi Radomskiej (Polska)

Wykonawca: Fundacja Rozwoju i Innowacji WIR (Polska)

Wykonawca: Jordbrugets Uddannelsescenter Århus (Dania)

Wykonawca: Federacion Empresarial Metalurgicavalenciana (Hiszpania)

Wykonawca: Action Synergy SA (Grecja)

Recenzenci:

Jakob Vest Arler (OKNygaard A/S, Brabrand, Dania)

Tomasz Magnowski (Zespół Szkół Technicznych im. Tadeusza Kościuszki, Radom, Polska)

dr Monika Mazur-Mitrowska (Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli
Wydział w Radomiu, Polska)

Sofia Pakalidou (D Group, Ateny, Grecja)

Jose Manuel Puente Solaz (ESCUELAS JESUITAS TECHNIAN OF EMPLOYMENT AND TRAININGS,
Walencja, Hiszpania)

Konsultacja metodologiczna:

dr hab. Daniel Kukla (Uniwersytet Jana Długosza, Częstochowa, Polska)

Opracowanie redakcyjne:

Karolina Sikala, Peder Glud, Casper Nielsen, Dominika Kosmalska

Korekta językowa:

Dominika Kosmalska

Niniejszy podręcznik stanowi pomoc dydaktyczną dla jednostki modułowej **M1.J3. Pozyskiwanie wsparcia od firm zewnętrznych w zakresie doposażania warsztatów i pracowni szkolnych**, wchodzącej w skład modułu **M1. Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów**.

W skład modułu M1 wchodzi także cztery inne jednostki modułowe:

- M1.J1. Pozyskiwanie firm zewnętrznych do współpracy i promocja kształcenia zawodowego,
- M1.J2. Tworzenie klas patronackich i organizacja kształcenia dualnego,
- M1.J4. Angażowanie pracodawców w egzaminy zawodowe organizowane przez szkołę, realizację doradztwa zawodowego i przygotowanie uczniów do wejścia na rynek pracy,
- M1.J5. Doskonalenie nauczycieli kształcenia zawodowego we współpracy z pracodawcami

tworzące razem **obudowę dydaktyczną** do modułowego programu nauczania dla kursu **Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów**.

Zamieszczone w poradniku materiały odzwierciedlają jedynie stanowisko ich autorów i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za umieszczoną w nich zawartość merytoryczną.

2023-2024



Jordbrugets Uddannelsescenter Århus
Damgårdsgade 5, 8330 Beder (Dania); telefon: 8747 5700
e-mail: ju@ju.dk, <https://ju.dk/>

SPIS TREŚCI

1. WPROWADZENIE	6
2. WYMAGANIA WSTĘPNE.....	10
3. MATERIAŁ NAUCZANIA	11
3.1. Uzasadnienie potrzeby wsparcia szkoły przez przedsiębiorców w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych	11
3.1.1. Uszczegółowione efekty uczenia się	11
3.1.2. Materiał nauczania	12
3.1.3. Ćwiczenia	15
3.1.4. Sprawdzian postępów (samoocena)	20
3.1.5. Rekomendowane źródła informacji	20
3.2. Przedstawianie działań z punktu widzenia regulacji prawnych jakie mogą podjąć przedsiębiorstwa, aby wyposażyć warsztaty i pracownie szkolne	22
3.2.1. Uszczegółowione efekty uczenia się	22
3.2.2. Materiał nauczania	23
3.2.3. Ćwiczenia	24
3.2.4. Test postępu (samoocena)	28
3.2.5. Rekomendowane źródła informacji	29
3.3. Rozpoznawanie potrzeb szkoły w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych	30
3.3.1. Uszczegółowione efekty uczenia się	30
3.3.2. Materiał nauczania	31
3.3.3. Ćwiczenia	34
3.3.4. Sprawdzian postępów (samoocena)	35
3.3.5. Rekomendowane źródła informacji	36
3.4. Organizowanie procesu wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych	38
3.4.1. Uszczegółowione efekty uczenia się	38
3.4.2. Materiał nauczania	38
3.4.3. Ćwiczenia	48
3.4.4. Test postępu (samoocena)	50
3.4.5. Rekomendowane źródła informacji	50
3.5. Monitorowanie i ocenianie procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych	52
3.5.1. Uszczegółowione efekty uczenia się	52
3.5.2. Materiał nauczania	52
3.5.3. Ćwiczenia	54

M1.J3. Pozyskiwanie wsparcia od firm zewnętrznych w zakresie doposażania warsztatów i pracowni szkolnych

3.5.4. *Sprawdzian postępów (samoocena)*56

3.5.5. *Rekomendowane źródła informacji*56

4. SŁOWNIK **58**

5. LITERATURA..... **60**

1. WPROWADZENIE

W opracowaniu przedstawiono poradnik dla uczestnika szkolenia oraz prowadzącego zajęcia w ramach kompetencji zawodowej „Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów”, który został opracowany w projekcie Erasmus+ „Lider współpracy zewnętrznej szkoły zawodowej (LEADext)”. Projekt był współfinansowany przez Unię Europejską w ramach programu Erasmus+ Cooperation for innovation and the exchange of good practices Strategic Partnership for vocational education and training.

Podstawą do opracowania poradnika dla ucznia i prowadzącego zajęcia były następujące rezultaty wypracowane w projekcie „LEADext”:

- IO1. Profil kompetencji zawodowych w zakresie koordynacja współpracy placówki oświatowej z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów;
- IO2. Modułowy program szkolenia dla kompetencji zawodowej „Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów”.

Opracowane w ramach poradnika materiały posłużą w pierwszej kolejności do stworzenia kursu e-learningowego oraz mogą także być zastosowane do prowadzenia zajęć w formie stacjonarnej.

Przystępując do nauki wykonywania zadań zawodowych przypisanych koordynatorowi ds. współpracy placówki oświatowej z firmami zewnętrznymi, uczestnik szkolenia zdobędzie niezbędną wiedzę i umiejętności zawodowe zawarte w module M1. Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów.

Moduł został podzielony na jednostki modułowe zawierające m.in. materiał nauczania, pytania sprawdzające, ćwiczenia możliwe do zrealizowania w wersji on-line, jak i stacjonarnej oraz sprawdzian postępów, polecaną literaturę uzupełniającą, w tym do samokształcenia.

W opracowaniu przygotowano materiały dydaktyczne dla jednostki modułowej **M1.J3. Pozyskiwanie wsparcia od firm zewnętrznych w zakresie doposażania warsztatów i pracowni szkolnych**, wchodzącej w skład modułu M1. Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów.

W skład modułu M1 wchodzi także cztery inne jednostki modułowe:

- M1.J1. Pozyskiwanie firm zewnętrznych do współpracy i promocja kształcenia zawodowego,
 - M1.J2. Tworzenie klas patronackich i organizacja kształcenia dualnego,
 - M1.J4. Angażowanie pracodawców w egzaminy zawodowe organizowane przez szkołę, realizację doradztwa zawodowego i przygotowanie uczniów do wejścia na rynek pracy,
 - M1.J5. Doskonalenie nauczycieli kształcenia zawodowego we współpracy z pracodawcami,
- które zostały opracowane przez poszczególnych partnerów realizujących projekt.

Wymienione powyżej, pięć jednostek modułowych tworzą razem kompletną **obudowę dydaktyczną** do modułowego programu nauczania dla kursu **Koordynowanie współpracy**

placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów.

Przed rozpoczęciem nauki uczestnik szkolenia powinien zapoznać się z wymaganiami wstępnymi oraz uszczegółowionymi efektami kształcenia, tj. wiedzą, umiejętnościami i postawami, jakich nabędzie po ukończeniu nauki w ramach danej jednostki modułowej.

W poradniku zamieszczono zagadnienia, z którymi **koordynator ds. współpracy placówki oświatowej z firmami zewnętrznymi** może się spotkać wykonując powierzone mu obowiązki zawodowe.

W opracowaniu materiału nauczania wykorzystano doświadczenia partnerów projektu w zakresie współpracy placówki oświatowej z firmami zewnętrznymi. Materiał nauczania uzupełniony został kursem w formie on-line (e-learningowym) do samodzielnego przeprowadzenia przez uczestnika szkolenia.

Zaproponowane szkolenie możliwe jest także do realizacji w formie tradycyjnej (stacjonarnej, face to face). W tym celu zadaniem trenera prowadzącego szkolenie stacjonarne będzie:

- zapoznanie się z zapisami zawartymi w rezultacie drugim projektu, tj. w IO2. Modułowym program szkolenia dla kompetencji zawodowej „Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów”;
- przygotowanie niezbędnych pomocy dydaktycznych z wykorzystaniem opracowanych w projekcie materiałów umożliwiających przeprowadzenie szkolenia w formie on-line.

Ważne jest, aby uczestnik szkolenia przed przystąpieniem do uczenia się w ramach danej jednostki modułowej zweryfikował poziom kompetencji na wejściu. Umożliwią mu to zapisy przedstawione w rozdziale „Wymagania wstępne”.

Po zapoznaniu się z treściami poszczególnych tematów wchodzących w skład jednostki modułowej w poradniku oraz na kursie on-line, zadaniem uczestnika będzie wykonanie ćwiczeń oraz sprawdzianu postępów. Sprawdzian będzie od uczestnika wymagał wykonania samooceny nabytej w danym temacie wiedzy i umiejętności. Pozytywny wynik samooceny stanowi swojego rodzaju przepustkę do przejścia do kolejnego tematu zajęć wyszczególnionego w jednostce modułowej. W przypadku wyniku negatywnego, zaleca się powtórzenie treści ujętych w temacie wchodzącym w skład jednostki modułowej.

W przypadku szkolenia online podstawą do zaliczenia jednostki modułowej będzie zaliczenie testu sprawdzającego. Test udostępniony zostanie uczestnikowi szkolenia po przejściu wszystkich treści i wykonaniu ćwiczeń oraz testów samooceny wchodzących w skład jednostki modułowej.

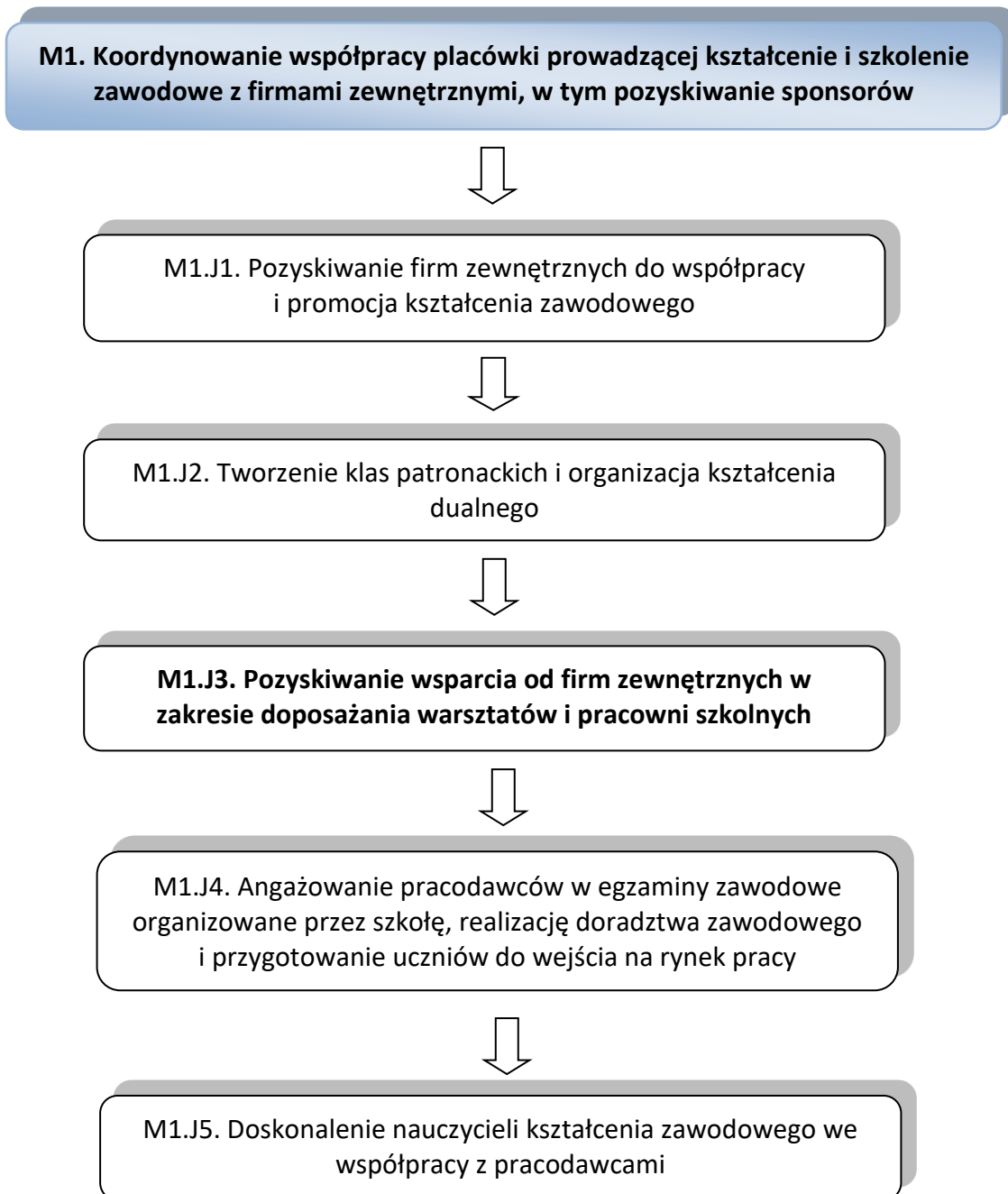
Uwaga: w przypadku treści kształcenia, w których są odniesienia do aktów prawnych, należy pamiętać, że są one aktualne na dzień przygotowania opracowania i muszą podlegać aktualizacji. Przedstawione treści kształcenia w jednostce modułowej są zgodne ze stanem prawnym na dzień 29.03.2024 r.

W tabeli poniżej zamieszczono orientacyjną liczbę godzin niezbędną w ocenie partnerów projektu do tego by uczestnik opanował efekty uczenia się wyszczególnione w poszczególnych jednostkach modułowych.

Nazwa modułu	Nazwa jednostki modułowej	Liczba godzin dydaktycznych			Liczba punktów ECVET ¹
		Zajęcia e-learning	Praca własna	łącznie	
M1. Koordynowanie współpracy placówki prowadzącej kształcenie i szkolenie zawodowe z firmami zewnętrznymi, w tym pozyskiwanie sponsorów	M1.J1. Pozyskiwanie firm zewnętrznych do współpracy i promocja kształcenia zawodowego	20	15	35	15
	M1.J2. Tworzenie klas patronackich i organizacja kształcenia dualnego	20	30	50	
	M1.J3. Pozyskiwanie wsparcia od firm zewnętrznych w zakresie doposażania warsztatów i pracowni szkolnych	20	15	35	
	M1.J4. Angażowanie pracodawców w egzaminy zawodowe organizowane przez szkołę, realizację doradztwa zawodowego i przygotowanie uczniów do wejścia na rynek pracy	20	30	50	
	M1.J5. Doskonalenie nauczycieli kształcenia zawodowego we współpracy z pracodawcami	20	35	55	
Razem M1		100	125	225	

¹ W ramach partnerstwa w projekcie dla wyliczenia liczby punktów ECVET, przyjęto założenie, że na 1 pkt przypada 15 godzin dydaktycznych. Wynika to z faktu, że w szkole zawodowej realizowane jest około 900 godzin dydaktycznych rocznie co w przeliczeniu na 60 pkt daje 15 godzin dydaktycznych na 1 punkt.

Z punktu widzenia uczestnika szkolenia, ważnym jest poznanie rekomendowanej przez partnerów projektu ścieżki kształcenia. Co też przedstawiono na rysunku poniżej.



Zamieszczone w poradniku materiały odzwierciedlają jedynie stanowisko ich autorów i Komisja Europejska nie ponosi odpowiedzialności za umieszczoną w nich zawartość merytoryczną.

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Przystępując do realizacji programu jednostki modułowej **M1.J3. Pozyskiwanie wsparcia od firm zewnętrznych w zakresie doposażania warsztatów i pracowni szkolnych**, powinieneś umieć:

- korzystać z różnych źródeł informacji,
- określać własne prawa i obowiązki,
- rozpoznawać podstawowe akty prawne,
- uczestniczyć w dyskusji, prezentacji i obronie własnego stanowiska,
- poczuwać się do odpowiedzialności za zdrowie (życie) własne i innych,
- stosować podstawowe zasady etyczne (rzetelnej pracy, punktualności, dotrzymania danego słowa, uczciwości, odpowiedzialności za skutki, prawdomówności),
- współpracować w grupie z uwzględnieniem podziału zadań,
- obsługiwać komputer na poziomie podstawowym.



Zdjęcie 1: Wzmocnienie pozycji poprzez partnerstwo: Inicjatywy modernizacyjne
Źródło: <https://designer.microsoft.com/image-creator> (dostęp: 12.02.2024).

3. MATERIAŁ NAUCZANIA

3.1. Uzasadnienie potrzeby wsparcia szkoły przez przedsiębiorców w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych

3.1.1. Uszczegółowione efekty uczenia się

W efekcie uczenia się w ramach danego tematu będziesz potrafił:

- rozpoznać koncepcję wzajemnych interesów, jako podstawę współpracy przedsiębiorstw i szkół;
- wskazać odpowiednie przedsiębiorstwa na poziomie lokalnym, krajowym i międzynarodowym, które byłyby istotne dla szkoły poszukującej zewnętrznych sponsorów;
- wyjaśnić stronie pracodawcy korzyści jakie ma ze współpracy ze szkołą w związku ze wsparciem szkoły w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni;
- rozróżniać czym sponsoring różni się od innych kanałów marketingowych;
- analizować interesy odpowiednich interesariuszy zaangażowanych we wsparcie szkół w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni;
- opracować zestawy korzyści dla pracodawców zainteresowanych doposażaniem warsztatów i pracowni szkolnych;
- wskazać zalety i wady sponsorowania przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni dydaktycznych.



Zdjęcie 2: Wzmocnienie pozycji szkół: Wsparcie dla przedsiębiorczości w zakresie modernizacji

Źródło: <https://designer.microsoft.com/image-creator> (dostęp: 20.07.2023).

3.1.2. Materiał nauczania

Uzasadnienie potrzeby

Uzyskanie wsparcia od firm zewnętrznych w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych jest kluczowym krokiem w kierunku podniesienia jakości edukacji. Współpracując z renomowanymi i doświadczonymi dostawcami, szkoły zawodowe mogą uzyskać dostęp do najnowocześniejszych narzędzi i zasobów, które mogą ułatwić naukę i wprowadzanie innowacji. Co więcej, zewnętrzne wsparcie może również pomóc zmniejszyć koszty i ryzyko związane z utrzymaniem i modernizacją sprzętu, a także zapewnić szkolenia i pomoc techniczną.

Przykłady dobrych praktyk – uzasadnienie potrzeby wsparcia szkoły przez przedsiębiorców w zakresie doposażenia pracowni i warsztatów szkolnych:

- We współpracy ze sponsorem – firmą Makita, nauczanie odbywa się w Green Academy (Dania). Godną uwagi praktyką jest to, że Green Academy dysponuje dedykowanym pomieszczeniem wyposażonym we narzędzia firmy Makita użytkowane zarówno przez nauczycieli, jak i uczniów¹;
- Korzystając z laboratorium w firmie Byggros (Dania), uczniowie mogą przeprowadzać różnego rodzaju eksperymenty i zdobywać praktyczne doświadczenia w firmie²;
- W Polsce firmy tworzące Radomski Klaster Metalowy finansują zakup podręczników i odzieży roboczej dla uczniów odbywających praktyki w firmach³;
- W Hiszpanii firma Goldney Electronics przekazała komponenty elektroniczne o wartości 14 tys. Euro. Przekazuje kondensatory, rezystory, tranzystory, małe narzędzia, materiały zalegały w magazynach i nie były już przeznaczone do sprzedaży. Darowizna na rzecz szkół zawodowych ma podwójne przesłanie. Odwrócenie trendu, „że żyjemy w społeczeństwie, które tylko produkuje i konsumuje” oraz „umożliwienie wielu uczniom lepszego uczenia się, przy jednoczesnym obniżeniu kosztów funkcjonowania szkoły zawodowego”.

Działania podejmowane w ramach współpracy - przykłady

Przykład 1: Inteligentny kampus: laboratorium w DTU, wprowadzające innowacje poprzez stosowanie inteligentne technologii w badaniach. Umożliwia firmom, badaczom i uczniom opracowywanie prototypów, przeprowadzenie ich walidacji i doskonalenia w zmieniającym się kontekście rzeczywistym⁴;

Przykład 2: Szkoły zawodowe i ośrodki szkoleniowe (VET): uczniowie, którzy wolą szkolenie praktyczne od szkolnego, mogą rozpocząć kształcenie zawodowe w firmie, która oferuje szkolenie praktyczne, zwane również „ową praktyką zawodową”. Uczeń zawiera umowę szkoleniową z firmą,

¹ <https://www.makita.dk/> (dostęp: 12.03.2024).

² <https://www.byggros.com/> (dostęp: 12.03.2024).

³ Działania prowadzone przez Radomski Klaster Metalowy, <https://klastermetalowy.radom.pl/o-nas/> (dostęp: 12.03.2024).

⁴ <https://smartcampus.dtu.dk/toolbox/living-labs> (dostęp: 12.03.2024).

a w ciągu pierwszego roku oczekuje się, że zdobędzie taką samą wiedzę i kwalifikacje, jak uczniowie, którzy ukończyli podstawowy program w szkole zawodowej⁵.

Przykład 3: Innowacyjna edukacja dzięki laboratoriom: tzw. „żywe” laboratorium, które umożliwia uczniowie uczenie się poprzez działanie, dzięki wykonywaniu powierzonych zadań na najnowocześniejszych urządzeniach i wnosząc tym samym znaczący wkład w rozwiązania przyszłości. Wszystkie działania są realizowane wspólnie z innymi uczniami, studentami oraz ekspertami z różnych dziedzin⁶.

Przykład 4: Byggros to duńska firma specjalizująca się w zielonych dachach, zielonych ścianach, przepuszczalnych nawierzchniach i systemach magazynowania wody. Firma ściśle współpracuje z wiodącymi praktykami i środowiskami badawczymi w branży budowlanej. Od 2009 r. firma uczestniczyła w ponad 40 przełomowych i pionierskich projektach, począwszy od pierwszych domów niskoenergetycznych i pasywnych, a skończywszy na budynkach o bardziej holistycznym podejściu, stawiających wysokie wymagania w zakresie klimatu wewnętrznego i przyjaznego dla środowiska wykorzystania zasobów – zrównoważony rozwój^{7,8}.

Przykład 5: W Polsce w firmie Radmot, uczniowie ze szkół zawodowych zdobywają umiejętności, doświadczenie zawodowe⁹.

Example 6: W Hiszpanii¹⁰

- Władze Walencji i firma PowerCo będą rozwijać Battery Campus na potrzeby kształcenia zawodowego i programy uniwersyteckie związane z produkcją baterii, a także działania szkoleniowe dla pracowników przyszłej gigafabryki baterii w Walencji: <https://comunica.gva.es/es/detalle?id=384640634&site=373409432>
- AUTONOMICZNA SIEĆ DOSKONAŁOŚCI. Instytuty doskonałości wyróżniają się programowaniem i wykonywaniem działań o charakterze innowacyjnym, eksperymentalnym i szkoleniowym w dziedzinie kształcenia zawodowego i są zorganizowane w sieć autonomicznych centrów kształcenia zawodowego <https://ceice.gva.es/es/web/formacion-profesional/xarxa-d-excel-lencia>.

Koncepcja wzajemnych interesów jako podstawa współpracy między przedsiębiorstwami i szkołami

Koncepcja wzajemnych interesów podkreśla ideę, że współpraca między przedsiębiorstwami i szkołami zawodowymi powinna opierać się na wspólnych korzyściach i celach. Obie strony mogą zyskać na takiej współpracy, czy to w formie wymiany wiedzy, rozwoju umiejętności, czy dzielenia się zasobami. Rozpoznając nawzajem swoje potrzeby i mocne strony, przedsiębiorstwa i szkoły zawodowe mogą tworzyć partnerstwa, które sprzyjają innowacjom, postępowi edukacyjnemu i rozwojowi społeczności.

⁵ Vocational education and training in Denmark: <https://eng.uvm.dk/upper-secondary-education/vocational-education-and-training-in-denmark> (dostęp: 12.03.2024).

⁶ Innovating education with living labs: opportunities & challenges: <https://www.thuas.com/about-thuas/news/innovating-education-living-labs-opportunities-challenges> (dostęp: 12.03.2024).

⁷ Byggros: <https://stateofgreen.com/en/solution-providers/byggros/> (dostęp: 12.03.2024).

⁸ Innovating education with living labs: opportunities & challenges: <https://www.thuas.com/about-thuas/news/innovating-education-living-labs-opportunities-challenges> (dostęp: 12.03.2024).

⁹ Kształcenie dualne w firmie Radmot, <https://radmot.com/pl/ksztalcenie-dualne> (dostęp: 12.03.2024).

¹⁰ XCELENCE <https://www.fundacionbertelsmann.org/empresas-que-inspiran/empresas-protagonista-en-orientacion/> (dostęp: 12.03.2024).

Jak dotrzeć do potencjalnych sponsorów działających na poziomie lokalnym, regionalnym i międzynarodowym?

Aby dotrzeć do potencjalnych sponsorów działających na różnych poziomach, szkoły zawodowe mogą zastosować strategiczne podejście, które łączy badania, tworzenie sieci kontaktów i ma ukierunkowany zasięg.

Lokalne firmy często szukają możliwości zaangażowania się działania społeczności w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu, a tym samym zwiększają rozpoznawalność marki, co czyni je głównymi kandydatami do sponsoringu.

Firmy regionalne i międzynarodowe mogą być zainteresowane wspieraniem inicjatyw edukacyjnych, które są zgodne z ich celami społecznej odpowiedzialności biznesu lub strategicznymi obszarami wzrostu.

Szkoły zawodowe mogą wykorzystać swoje istniejące kontakty, uczestniczyć w wydarzeniach branżowych i korzystać z platform internetowych, aby skutecznie identyfikować i angażować potencjalnych sponsorów.

Czym jest sponsoring?

Sponsoring jest formą partnerstwa marketingowego, w ramach którego firma zapewnia wsparcie finansowe lub rzeczowe organizacji lub wydarzeniu w zamian za ekspozycję (promocję) marki. W przeciwieństwie do tradycyjnej reklamy, sponsoring oferuje firmom możliwość dostosowania się do konkretnych celów, działań lub instytucji, zwiększając w ten sposób ich reputację, zasięg i lojalność klientów.

W kontekście szkół zawodowych sponsoring może przybrać formę finansowania zakupu maszyn i urządzeń, stypendiów lub programów edukacyjnych, a firma sponsorująca zyskuje widoczność wśród uczniów, rodziców, nauczycieli i szerszej społeczności.

Korzyści dla pracodawców ze współpracy ze szkołami w zakresie doposażenia pracowni i laboratoriów

Pracodawcy mogą czerpać szereg korzyści ze współpracy ze szkołami w zakresie modernizacji warsztatów i pracowni szkolnych.

Po pierwsze, takie partnerstwa zapewniają firmom dostęp do wykwalifikowanej siły roboczej dostosowanej do ich potrzeb branży, ponieważ uczniowie zdobywają praktyczne doświadczenie przy użyciu nowoczesnego sprzętu i technologii.

Dodatkowo, sponsorowanie sprzętu lub obiektów pokazuje zaangażowanie firmy we wspieranie edukacji i rozwoju siły roboczej, poprawiając wizerunek firmy i przyciągając największe talenty.

Co więcej, pracodawcy mogą wykorzystać swoje zaangażowanie we współpracę ze szkołami do nawiązania długoterminowych relacji z potencjalnymi przyszłymi pracownikami, klientami i partnerami biznesowymi.

Korzyści dla innych interesariuszy we wspieraniu szkół zawodowych w wyposażaniu pracowni i warsztatów szkolnych przez firmę

Inne zainteresowane strony, takie jak uczniowie, nauczyciele, rodzice i szersza społeczność, również mogą skorzystać na wsparciu firmy w wyposażaniu szkolnych warsztatów i pracowni szkolnych.

Uczniowie zyskują dostęp do najnowocześniejszych obiektów i zasobów, które mogą poprawić ich doświadczenie edukacyjne i przygotować ich na przyszłe możliwości kariery.

Nauczyciele mogą wykorzystać nowoczesny sprzęt do prowadzenia innowacyjnych i angażujących lekcji, zwiększając zainteresowanie uczniów i ich osiągnięcia w dziedzinach STEM.

Rodzice i cała społeczność czerpią korzyści z tego, że lokalne firmy inwestują w edukację, co przyczynia się do ogólnego rozwoju społeczno-gospodarczego i dobrobytu regionu.

Co więcej, partnerstwa między szkołami i firmami stwarzają możliwości wymiany wiedzy i współpracy, wzbogacając ekosystem edukacyjny i napędzając pozytywne wyniki społeczne¹⁰.

3.1.3 Ćwiczenia

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji on-line szkolenia

Ćwiczenie 1.

Poniżej zamieszczono krótki tekst do przeczytania, z którym należy się zapoznać przed przystąpieniem do rozwiązywania quizu:

Uzasadnienie potrzeby wsparcia szkoły zawodowej przez przedsiębiorców w zakresie doposażenia pracowni i laboratoriów szkolnych.

Przedsiębiorcy i szkoły zawodowe mogą czerpać korzyści ze współpracy opartej na wzajemnych interesach. Wspierając szkoły zawodowe, przedsiębiorcy mogą korzystać w przyszłości z wykwalifikowanej siły roboczej i pozytywnego wizerunku w społeczności.

Kluczowa jest identyfikacja odpowiednich lokalnych, krajowych i międzynarodowych firm, które byłyby istotne dla szkoły zawodowej poszukującej zewnętrznych sponsorów.

Współpraca ze szkołą w związku z jej wsparciem w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych może prowadzić do korzyści takich jak dostęp do nowych technologii, zwiększona produktywność i poprawa morale pracowników.

Sponsoring różni się od innych kanałów marketingowych tym, że jest długoterminową inwestycją w społeczność. Nie chodzi tylko o promowanie produktu lub usługi, ale także o budowanie relacji i przyczynianie się do rozwoju społeczności.

Ważna jest analiza interesów odpowiednich interesariuszy zaangażowanych we wspieranie szkół zawodowych w zakresie wyposażania pracowni i warsztatów szkolnych. Mogą to być uczniowie, nauczyciele, rodzice i cała społeczność.

Opracowanie zestawu korzyści dla pracodawców zainteresowanych doposażeniem pracowni i warsztatów szkolnych może pomóc w przyciągnięciu sponsorów. Korzyści te mogą obejmować dostęp w przyszłości do wykwalifikowanej siły roboczej, zwiększoną produktywność i lepsze morale pracowników.

Sponsorowanie wyposażenia warsztatów i pracowni dydaktycznych przez przedsiębiorstwa ma następujące zalety:

- lepszy dostęp do nowych technologii i sprzętu,
- zwiększona produktywność i wydajność,

¹⁰ European Education Area Strategic Framework. Working Group on Schools: Learning for Sustainability. Input Paper: Collaboration, Partnership and Whole School Approaches: Key questions and challenges <https://education.ec.europa.eu/sites/default/files/2022-06/Input-paper-collaboration-partnerships.pdf> (dostęp: 12.03.2024).

- lepsze morale pracowników oraz
- pozytywny wizerunek w społeczności.

Istnieją jednak również wady, takie jak:

- wysokie koszty sponsoringu,
- ryzyko negatywnego rozgłosu, jeśli sprzęt nie jest efektywnie wykorzystywany,
- ryzyko, że sprzęt szybko się zdezaktualizuje,
- a także trudności w pomiarze zwrotu z inwestycji.

Quiz pomagający utrwalić wiedzę na temat uzasadnienia potrzeby wsparcia szkoły przez przedsiębiorców w zakresie doposażenia pracowni i warsztatów szkolnych:

1. Co jest podstawą współpracy między przedsiębiorstwami a szkołami zawodowymi?
 - a) Wzajemne korzyści.
 - b) Konkurencja.
 - c) Zysk.
2. W jaki sposób szkoła może zidentyfikować odpowiednie firmy, które byłyby istotne dla poszukiwania zewnętrznych sponsorów?
 - a) Identyfikując firmy, które w przeszłości wspierały edukację i szkolenia zawodowe.
 - b) Poprzez reklamę w lokalnych gazetach.
 - c) Wysyłając e-maile do przypadkowych firm.
3. Jakie są korzyści ze współpracy ze szkołą zawodową w związku z jej wsparciem w zakresie doposażenia pracowni i warsztatów szkolnych?
 - a) Dostęp do nowych technologii.
 - b) Zwiększona produktywność.
 - c) Poprawione morale pracowników.
 - d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.
4. Kto jest odbiorcom efektów odpowiedniego zaangażowania się firmy we wspieranie szkół zawodowych w zakresie wyposażania pracowni i warsztatów szkolnych?
 - a) Studenci.
 - b) Nauczyciele.
 - c) Rodzice.
 - d) Społeczność jako całość.
 - e) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.
5. Jakie są zalety sponsorowania wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych przez przedsiębiorstwa?
 - a) Lepszy dostęp do nowych technologii i sprzętu.
 - b) Zwiększona produktywność i wydajność.
 - c) Poprawione morale pracowników.
 - d) Pozytywny wizerunek w społeczności.

- e) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.
6. Jakie są wady sponsorowania wyposażenia warsztatów i pracowni dydaktycznych przez przedsiębiorstwa?
- Wysoki koszt sponsoringu.
 - Ryzyko negatywnego rozgłosu w przypadku nieefektywnego wykorzystania sprzętu.
 - Ryzyko szybkiej dezaktualizacji sprzętu.
 - Trudności w pomiarze zwrotu z inwestycji.
 - Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Ćwiczenie 2.

Poniżej znajduje się krótki materiał do przeczytania, który można przestudiować przed przystąpieniem do quizu:

Przedsiębiorczość jest kluczowym motorem wzrostu gospodarczego i tworzenia miejsc pracy. Szkoły zawodowe mogą odgrywać istotną rolę we wspieraniu przedsiębiorczości, zapewniając uczniom umiejętności i wiedzę potrzebne do odniesienia sukcesu w świecie biznesu. W tym kontekście doposażenie warsztatów i pracowni szkolnych może być skutecznym sposobem wspierania edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Poniżej opisano kilka kluczowych pojęć, które należy wziąć pod uwagę przy uzasadnianiu potrzeby wsparcia szkoły zawodowej przez przedsiębiorców w zakresie doposażenia pracowni i warsztatów szkolnych:

- **Wzajemne korzyści:** współpraca między przedsiębiorstwami i szkołami zawodowymi opiera się na zasadzie wzajemnych korzyści. Wspierając szkoły, przedsiębiorstwa mogą czerpać korzyści w przyszłości z wykwalifikowanej siły roboczej i pozytywnego wizerunku w społeczności.
- **Identyfikacja odpowiednich firm:** identyfikacja odpowiednich lokalnych, krajowych i międzynarodowych firm, które byłyby istotne dla szkoły zawodowej poszukującej zewnętrznych sponsorów, ma kluczowe znaczenie. Można to zrobić, identyfikując firmy, które w przeszłości wspierały edukację i szkolenia zawodowe.
- **Korzyści ze współpracy:** współpraca ze szkołą zawodową w związku z jej wsparciem w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych może prowadzić do takich korzyści jak dostęp do nowych technologii, zwiększenie produktywności i poprawa morale pracowników.
- **Sponsoring a marketing:** sponsoring różni się od innych kanałów marketingowych tym, że jest długoterminową inwestycją w społeczność. Nie chodzi tylko o promowanie produktu lub usługi, ale także o budowanie relacji i przyczynianie się do rozwoju społeczności.
- **Analiza interesów interesariuszy:** ważna jest analiza interesów odpowiednich interesariuszy zaangażowanych we wspieranie szkół w zakresie wyposażania pracowni i warsztatów szkolnych. Mogą to być uczniowie, nauczyciele, rodzice i cała społeczność.
- **Korzyści dla pracodawców:** opracowanie zestawu korzyści dla pracodawców zainteresowanych modernizacją warsztatów i pracowni szkolnych może pomóc w przyciągnięciu sponsorów. Korzyści te mogą obejmować dostęp do wykwalifikowanej siły roboczej, zwiększoną produktywność i lepsze morale pracowników.

- **Zalety i wady:** sponsorowanie zakupu sprzętu do warsztatów i pracowni szkolnych przez przedsiębiorstwa ma zalety, takie jak lepszy dostęp do nowych technologii i sprzętu, zwiększona produktywność i wydajność, lepsze morale pracowników i pozytywny wizerunek w społeczności. Istnieją jednak również wady, takie jak wysokie koszty sponsoringu, ryzyko negatywnego rozgłosu, jeśli sprzęt nie jest efektywnie wykorzystywany, ryzyko, że sprzęt szybko się zdezaktualizuje, a także trudności w pomiarze zwrotu z inwestycji.

Oto quiz, który pomoże Ci sprawdzić swoją wiedzę na temat uzasadnienia potrzeby wsparcia szkoły przez przedsiębiorców w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych:

1. Czy współpraca między przedsiębiorstwami i szkołami opiera się na wzajemnych korzyściach?
 - a) Prawda.
 - b) Fałsz.
2. Czy identyfikacja odpowiednich lokalnych, krajowych i międzynarodowych firm, które byłyby istotne dla szkoły poszukującej zewnętrznych sponsorów, nie jest ważna?
 - a) Prawda.
 - b) Fałsz.
3. Czy współpraca ze szkołą w związku z jej wsparciem w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych może prowadzić do takich korzyści, jak dostęp do nowych technologii, zwiększona produktywność i poprawa morale pracowników?
 - a) Prawda.
 - b) Fałszywe.
4. Czy sponsoring to po prostu promowanie produktu lub usługi?
 - a) Prawda.
 - b) Fałsz.
5. Czy analiza interesów odpowiednich interesariuszy zaangażowanych we wspieranie szkół w zakresie wyposażania pracowni i warsztatów szkolnych nie jest istotna?
 - a) Prawda.
 - b) Fałsz.

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji stacjonarnej szkolenia

Ćwiczenie 1.

Jakie są zalety i wady sponsorowania przez firmy wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych w szkołach zawodowych?

Przebieg:

Uczestnicy siedzący w kręgu wypowiadają po jednym zdaniu na dany temat. Zasadą jest, że wszyscy mówią po kolei, a ich wypowiedzi są związane. Moderator może zapisywać je na tablicy. Na koniec moderator podsumowuje to, co zostało powiedziane i wyciąga wnioski lub inicjuje dyskusję.

Ramy organizacyjne:

Czas: od 15 do 25 minut

Ważne:

- Każdy uczestnik powinien zabrać głos i w jak najkrótszym zdaniu nazwać problem lub opisać swój stan umysłu (w zależności od celu rundy informacyjnej).
- Nikt nie komentuje wypowiedzi innych.
- Dyskusja nad zebranymi kwestiami może rozpocząć się dopiero wtedy, gdy wszyscy zabiorą głos.

Ćwiczenie 2.

Poszukiwanie odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób szkoły zawodowe mogą przyciągnąć większe wsparcie ze strony lokalnych firm na modernizację swoich obiektów?

Procedura:

Sesja burzy mózgów: Uczestnicy zbierają się w małych grupach i przeprowadzają burzę mózgów na temat pomysłów na przyciągnięcie lokalnych firm i udzielenie przez nich wsparcia materialnego. Każda grupa powinna dążyć do wygenerowania jak największej liczby pomysłów w określonym czasie.

Dzielenie się pomysłami: Po sesji burzy mózgów każda grupa wybiera przedstawiciela, który dzieli się pomysłami na forum. Moderator może zapisać pomysły na tablicy lub flipcharcie, aby wszyscy mogli je zobaczyć.

Dyskusja grupowa: Moderator prowadzi dyskusję na temat przedstawionych pomysłów, zachęcając uczestników do zadawania pytań, przekazywania informacji zwrotnych i sugerowania ulepszeń.

Planowanie działań: Cała grupa wspólnie opracowuje plan działania w oparciu o najbardziej obiecujące pomysły wygenerowane podczas burzy mózgów i dyskusji. Plan powinien określać konkretne kroki, obowiązki i harmonogramy wdrażania pomysłów.

Refleksja: Pod koniec ćwiczenia uczestnicy zastanawiają się nad procesem i omawiają wszelkie uzyskane spostrzeżenia. Mogą również zidentyfikować wszelkie wyzwania lub przeszkody, które mogą pojawić się podczas wdrażania planu działania.

Ramy organizacyjne:

Czas: od 45 do 60 minut

Wielkość grupy: od 10 do 20 uczestników, podzielonych na mniejsze grupy burzy mózgów liczące od 3 do 5 osób.

Materiały: Tablica lub flipchart, markery, stoper.

3.1.4. Sprawdzenie postępów (samoocena)

Czy potrafisz:	Tak	Nie
1) rozpoznać koncepcję wzajemnych interesów, jako podstawę współpracy przedsiębiorstw i szkół?		
2) wskazać odpowiednie przedsiębiorstwa na poziomie lokalnym, krajowym i międzynarodowym, które byłyby istotne dla szkoły poszukującej zewnętrznych sponsorów?		
3) wyjaśnić stronie pracodawcy korzyści jakie ma ze współpracy ze szkołą w związku ze wsparciem szkoły w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni?		
4) rozróżnić czym sponsoring różni się od innych kanałów marketingowych?		
5) analizować interesy odpowiednich interesariuszy zaangażowanych we wsparcie szkół w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni?		
6) opracować zestawy korzyści dla pracodawców zainteresowanych doposażaniem warsztatów i pracowni szkolnych?		
7) wskazać zalety i wady sponsorowania przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni dydaktycznych?		

W przypadku, gdy wybrałeś odpowiedź „NIE”, proponujemy powrót do materiału nauczania i ponowne jego przeanalizowanie celem osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się (wiedzy, umiejętności).

Ewentualnie zachęcamy do sięgnięcia do dodatkowych źródeł informacji wskazanych poniżej.

3.1.5. Rekomendowane źródła informacji

Zalecana literatura - więcej informacji na ten temat można znaleźć w:

- 1) *13 erhvervsskoler er med i projekt for at fremme faglig stolthed hos landets erhvervsskoleelever*: <https://www.via.dk/om-via/presse/nyheder-2020/13-erhvervsskoler-er-med-i-projekt-for-at-fremme-faglig-stolthed-hos-landets-erhvervsskoleelever> (dostęp: 20.12.2023).
- 2) *Activities carried out by the Radom Metal Cluster*, <https://klastermetalowy.radom.pl/o-nas/> (dostęp: 12.03.2024).
- 3) *Cedefop, & EOPPEP. 2019. Vocational education and training in Europe: Greece*. <https://www.cedefop.europa.eu/el/printpdf/tools/vet-in-europe/systems/greece> (dostęp: 20.07.2023).
- 4) *Dual education at Radmot company*, <https://radmot.com/pl/ksztalcenie-dualne> (dostęp: 12.03.2024).
- 5) *Erhvervsskoleelever bliver klar til arbejdslivet*: <https://ufm.dk/uddannelse/tilskud-til-udveksling-og-internationale-projekter/erasmusplus/erhvervsrettet-grund-og->

- efteruddannelse/inspiration-og-projekteksempler-erhvervsrettet-grund-og-efteruddannelse/eud/erhvervsskoleelever-bliver-klar-til-arbejdslivet* (dostęp: 20.12.2023).
- 6) *Estudiantes matriculados en FP Dual en España:*
<https://www.observatoriofp.com/indicadores-destacados/espana/estudiantes-matriculados-en-fp-dual> (dostęp: 20.07.2023).
 - 7) *ReferNet:* <https://www.sepe.es/HomeSepe/Personas/formacion/cedefop/ReferNET.html> (dostęp: 20.07.2023).
 - 8) *Research from the Foundation for Economic & Industrial Research (2021), "Vocational Education & Training in Greece",*
http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_27042021_REP_GR.pdf (dostęp: June 20, 2023).
 - 9) *Szkolnictwo zawodowe w Polsce – szkoły muszą kształcić na potrzeby rynku pracy.*
<https://fpg24.pl/szkolnictwo-zawodowe-w-polsce-szkoly-musza-ksztalcic-ludzi-na-potrzeby-ryнку-pracy/> (dostęp: 20.12.2023).
 - 10) *The Danish Approach to Quality in Vocational Education and Training, Danish Ministry of Education.* <https://www.uvm.dk/-/media/filer/uvm/publikationer/engelsksprogede/2008-the-danish-approach-to-quality-in-vocational-education-and-training.pdf> (dostęp: 01.03.2024).
 - 11) *Vocational education and training in Denmark, Danish Ministry of Education.*
<https://eng.uvm.dk/upper-secondary-education/vocational-education-and-training-in-denmark> (dostęp: 01.03.2024).
 - 12) *Vocational education and training in Europe, Denmark, CEDEFOP,*
<https://www.cedefop.europa.eu/en/tools/vet-in-europe/systems/denmark-2019> (dostęp: 01.03.2024).
 - 13) *Zalety współpracy przedsiębiorstw ze szkołami zawodowymi - Asystent4You.pl:*
[https://www.asystent4you.pl/zalety-wspolpracy-przedsiębiorstw-ze-szkolami-zawodowymi/;](https://www.asystent4you.pl/zalety-wspolpracy-przedsiębiorstw-ze-szkolami-zawodowymi/)

3.2. Przedstawianie działań z punktu widzenia regulacji prawnych jakie mogą podjąć przedsiębiorstwa, aby wyposażyć warsztaty i pracownie szkolne

3.2.1. Uszczegółowione efekty uczenia się

W efekcie uczenia się w ramach danego tematu będziesz potrafił:

- identyfikować samodzielnie wszelkie regulacje prawne istotne po stronie przedsiębiorstwa dla planowanej współpracy w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych;
- analizować wymagania prawne po stronie przedsiębiorstwa istotne dla rozwoju współpracy stron (firmy i szkoły) w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych;
- stosować znajomość przepisów prawnych dotyczących: sponsoringu i innych rodzajów komunikacji biznesowej;
- identyfikować samodzielnie wszelkie regulacje prawne istotne dla planowanej współpracy po stronie szkoły;
- analizować wymagania prawne istotne z punktu widzenia szkoły, umożliwiające wyposażyć warsztaty i pracownie szkolne przez przedsiębiorstwa;
- stosować znajomość ram prawnych dotyczących korzystania przez szkoły ze sponsoringu przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych;
- inicjować proces sporządzania umowy między stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu;
- opracowywać w porozumieniu z prawnikiem umowę między stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu (doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych);
- przedstawiać i uzgadniać ze stroną przedsiębiorstwa treść umowy dotyczącej sponsoringu.



Zdjęcie 3. Regulacyjna mapa drogowa: Wyposażenie warsztatów szkolnych

Źródło: <https://designer.microsoft.com/image-creator> (dostęp 01.03.2024).

3.2.2. Materiał nauczania

Regulacje prawne

W Danii podstawowymi źródłami prawa są ustawodawstwo, przygotowywane prace legislacyjne i orzecznictwo. Ustawodawstwo jest publikowane w Dzienniku Ustaw (Lovtidende), który od 2008 roku jest dostępny wyłącznie w formie elektronicznej. Dziennik Ustaw¹¹ zawiera ustawy, zarządzenia i przepisy administracyjne. Ustawy są przyjmowane przez duński parlament (Folketinget), zarządzenia są wydawane przez rząd, a przepisy administracyjne są opracowywane przez władze.

Portal informacji prawnej (Retsinformation) zapewnia dostęp do ustaw, przepisów administracyjnych, traktatów, skonsolidowanego prawodawstwa, dokumentów parlamentarnych, decyzji administracyjnych i decyzji Rzecznika Praw Obywatelskich. Portal ten zawiera wszystkie przepisy obowiązujące od 1 stycznia 1985 r. oraz wszystkie przepisy przyjęte później.

W celu kompleksowego przeszukiwania krajowych baz danych prawa wielu krajów UE można skorzystać z portalu N-Lex udostępnianego przez Unię Europejską¹².

Poniżej znajduje się zarys przepisów prawnych w Danii regulujących działania, które firmy mogą podejmować w celu wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych:

Ustawa o edukacji (Lov om Folkeskolen)

Ustawa ta reguluje system szkolnictwa podstawowego i średniego I stopnia w Danii.

Zawiera postanowienia dotyczące partnerstw między szkołami i przedsiębiorstwami w zakresie dostarczania sprzętu i zasobów.

Ustawa o zamówieniach publicznych (Udbudsloven)

Przepisy te regulują udzielanie zamówień na towary i usługi przez podmioty sektora publicznego, w tym szkoły.

Firmy mogą brać udział w przetargach publicznych na dostawę sprzętu do instytucji edukacyjnych.

Ustawa o bezpieczeństwie i higienie pracy (Arbejdsmiljøloven)

Prawo to określa przepisy dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, w tym w placówkach edukacyjnych.

Może zawierać przepisy dotyczące standardów bezpieczeństwa sprzętu dostarczanego do szkół.

Przepisy podatkowe (Skattelovgivning)

Przepisy podatkowe mogą obejmować odliczenia podatkowe lub zachęty dla firm, które przekazują sprzęt instytucjom edukacyjnym.

Przepisy dotyczące bezpieczeństwa produktów (Produktsikkerhedslovgivning)

Przepisy zapewniające, że sprzęt dostarczany do szkół spełnia normy bezpieczeństwa i nie stanowi zagrożenia dla uczniów i nauczycieli.

Przepisy dotyczące zatrudnienia i pracy

¹¹ European Forum of Official Gazettes: <https://op.europa.eu/en/web/forum/denmark-oj> (dostęp: 01.03.2024).

¹² Linki do portali przepisów prawnych krajów UE: <https://n-lex.europa.eu/n-lex/> (dostęp: 01.03.2024).

Przepisy te mogą pośrednio wpływać na sposób, w jaki firmy współpracują ze szkołami, szczególnie w zakresie zapewniania szkoleń lub praktyk zawodowych związanych z użytkowaniem sprzętu.

Ważne jest, aby zapoznać się ze szczegółowymi przepisami każdej ustawy i rozważyć zasięgnięcie porady prawnej w celu zapewnienia zgodności z przepisami podczas angażowania się w działania mające na celu wyposażenie warsztatów i pracowni szkolnych w Danii oraz w krajach partnerskich. Ponadto partnerstwa między przedsiębiorstwami i instytucjami edukacyjnymi mogą być również regulowane umowami lub porozumieniami określającymi warunki współpracy.

3.2.3 Ćwiczenia

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji on-line szkolenia

Ćwiczenie 1.

Zapoznaj się zamieszczonym poniżej materiałem. Zawarte w nim informacje pomogą Ci wykonać quiz.

Wprowadzenie

Współpraca między szkołami zawodowymi a przedsiębiorstwami to forma partnerstwa, która ma na celu poprawę jakości i adekwatności kształcenia i szkolenia, a także wspieranie innowacji i przedsiębiorczości.

Współpraca między szkołami a przedsiębiorstwami może przybierać różne formy, takie jak:

- zapewnienie uczniom i nauczycielom możliwości uczenia się w miejscu pracy,
- wsparcie realizacji doradztwa zawodowego i umożliwienie skorzystania z usług mentorskich,
- dzielenie się wiedzą i zasobami,
- wspieranie rozwoju programu nauczania,
- angażowanie się w realizację wspólnych projektów i działań.

Jedną z możliwych korzyści płynących ze współpracy między szkołą a przedsiębiorstwem jest sponsorowanie przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych, co może poprawić środowisko uczenia się i praktyczne umiejętności uczniów. Jednak taka współpraca wiąże się również z kwestiami prawnymi i obowiązkami, które muszą być starannie rozważone i rozwiązane przez strony.

Kroki w celu zapewnienia zgodności z prawem

Przed zaangażowaniem się w jakąkolwiek formę współpracy, szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą wykonać następujące kroki, aby zapewnić zgodność podejmowanych działań z prawem i uniknąć potencjalnych zagrożeń i konfliktów:

1. Niezależne zidentyfikowanie wszystkich przepisów prawnych istotnych dla planowanej współpracy ze strony szkoły. Krok ten obejmuje przeprowadzenie dokładnych badań i analizy przepisów prawnych, które mają zastosowanie do konkretnego kontekstu i celów współpracy. Regulacje prawne mogą obejmować:
 - krajowe i lokalne przepisy i polityki dotyczące edukacji, szkoleń i pracy,

- standardy i regulacje branżowe i zawodowe,
- prawa własności intelektualnej i przepisy o ochronie danych osobowych,
- przepisy BHP i polisy ubezpieczeniowe,
- zasady etyki i odpowiedzialności społecznej oraz kodeksy postępowania.

Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą w razie potrzeby skonsultować się z ekspertami prawnymi oraz zapewnić przejrzystość i odpowiedzialność współpracy, a także poszanowanie praw i interesów wszystkich zainteresowanych stron, takich jak uczniowie, nauczyciele, rodzice, pracodawcy i społeczność.

2. Analiza wymogów prawnych ważnych z punktu widzenia szkoły, umożliwiających firmom wyposażenie warsztatów i pracowni szkolnych. Etap ten obejmuje ocenę skutków prawnych i obowiązków sponsorowania przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych. Sponsoring jest formą darowizny lub dotacji, która polega na przekazaniu pieniędzy, towarów lub usług od sponsora (przedsiębiorstwa) do odbiorcy (szkoły) w zamian za pewną formę uznania lub reklamy.

Sponsoring może być cennym źródłem finansowania i wsparcia dla szkół zawodowych, ale wiąże się również z ryzykiem prawnym i wyzwaniem, którymi należy starannie zarządzać. Niektóre z kwestii prawnych, które szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą rozwiązać, są następujące:

- cel i zakres sponsoringu,
- warunki umowy sponsorskiej,
- prawa i obowiązki sponsora i odbiorcy,
- czas trwania i zakończenie sponsoringu,
- monitorowanie i ocena sponsoringu,
- raportowanie i ujawnianie sponsoringu,
- implikacje podatkowe i korzyści wynikające ze sponsoringu,
- potencjalne konflikty interesów i dylematy etyczne związane ze sponsoringiem.

Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą w razie potrzeby zasięgnąć porady prawnej, aby upewnić się, że sponsoring jest zgodny z prawem, uczciwy i korzystny dla obu stron.

3. Zastosowanie wiedzy na temat ram prawnych dotyczących korzystania przez szkoły ze sponsoringu przedsiębiorstw w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych.

Ten krok obejmuje zastosowanie wiedzy prawnej i jej zastosowanie do konkretnej sytuacji i okoliczności współpracy. Szkoła i przedsiębiorstwo muszą wziąć pod uwagę następujące czynniki podczas korzystania ze zasponsorowanego sprzętu będącego wyposażeniem warsztatów i pracowni szkolnych:

- dostawa i instalacja sprzętu,
- naprawy i konserwacja sprzętu,
- użytkowanie i dostęp do sprzętu,
- zdrowie i bezpieczeństwo użytkowników i środowiska,
- prawa własności intelektualnej i ochrona danych użytkowników i sponsorów,
- wartość edukacyjna i pedagogiczna sprzętu,
- uznanie i promocja sponsoringu.

Szkoła i przedsiębiorstwo muszą przestrzegać wytycznych prawnych i najlepszych praktyk w zakresie korzystania ze sponsorowanego sprzętu, a także monitorować i oceniać wpływ i efekty współpracy.

4. Rozpoczęcie procesu sporządzania umowy pomiędzy stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu.

Krok ten obejmuje rozpoczęcie przygotowania formalnej i wiążącej umowy, która określa prawa i obowiązki stron zaangażowanych w sponsoring.

Prawna umowa sponsoringu powinna zawierać następujące elementy:

- nazwy i adresy stron,
- data i miejsce zawarcia umowy,
- tło i cele umowy,
- opis i wartość sponsoringu,
- uznanie i promocja sponsoringu,
- dostawa i instalacja sprzętu,
- naprawy i konserwacja sprzętu,
- użytkowanie i dostęp do sprzętu,
- monitorowanie i ocena sponsoringu,
- raportowanie i ujawnianie sponsoringu,
- czas trwania i zakończenie sponsoringu,
- rozstrzygnięcie sporów i arbitraż sponsoringu,
- podpisy i pieczęcie stron.

Szkoła i przedsiębiorstwo muszą zainicjować proces sporządzania umowy, komunikując się i negocjując ze sobą, a także konsultując się z ekspertami prawnymi, jeśli to konieczne.

5. Opracowanie, w porozumieniu z prawnikiem, umowy między stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu (doposażenie warsztatów i pracowni szkolnych). Ten etap obejmuje sfinalizowanie i podpisanie umowy prawnej dotyczącej sponsorowania przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych. Szkoła i przedsiębiorstwo muszą opracować umowę w porozumieniu z prawnikiem, a także przejrzeć ją i zmienić w razie potrzeby, aby upewnić się, że odzwierciedla ona wzajemne zrozumienie i zgodę obu stron oraz że chroni ich interesy i prawa.

Wnioski

Współpraca między szkołami zawodowymi a przedsiębiorstwami jest cenną okazją do poprawy jakości i adekwatności kształcenia i szkolenia zawodowego, a także do wspierania innowacji i przedsiębiorczości. Jednak taka współpraca wiąże się również z wyzwaniem prawnymi i obowiązkami, które muszą być starannie rozważone i rozwiązane przez obie strony. Postępując zgodnie z etapami identyfikacji, analizy, stosowania, inicjowania i opracowywania przepisów prawnych dotyczących sponsorowania przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych, szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo mogą zapewnić, że ich współpraca jest zgodna z prawem, uczciwa i korzystna dla obu stron¹³.

¹³ <https://www.lsac.org/lsat/taking-lsat/test-format/reading-comprehension> (dostęp: 01.03.2024).

Quiz pomagający utrwalić wiedzę na temat regulacji prawnych sponsoringu doposażania pracowni i warsztatów szkolnych przez przedsiębiorców:

1. Jaki jest pierwszy krok w identyfikacji regulacji prawnych istotnych dla planowanej współpracy ze strony szkoły?
 - a) Analiza wymogów prawnych ważnych z punktu widzenia szkoły.
 - b) Wykorzystanie wiedzy na temat ram prawnych dotyczących korzystania przez szkoły ze sponsoringu przedsiębiorstw w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych.
 - c) Niezależne zidentyfikowanie wszystkich przepisów prawnych istotnych dla planowanej współpracy ze strony szkoły.
2. Jaki jest drugi krok w wyposażaniu warsztatów i pracowni szkolnych?
 - a) Analiza wymagań prawnych istotnych z punktu widzenia szkoły, umożliwiająca firmom wyposażenie pracowni i laboratoriów szkolnych.
 - b) Rozpoczęcie procesu sporządzania umowy pomiędzy stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu.
 - c) Opracowanie, w porozumieniu z prawnikiem, umowy między stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu (doposażenie warsztatów i pracowni szkolnych).
3. Jaki jest trzeci krok w wyposażaniu warsztatów i pracowni szkolnych?
 - a) Analiza wymagań prawnych istotnych z punktu widzenia szkoły, umożliwiająca firmom wyposażenie pracowni i warsztatów szkolnych.
 - b) Wykorzystanie wiedzy na temat ram prawnych dotyczących korzystania przez szkoły ze sponsoringu przedsiębiorstw w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych.
 - c) Niezależne zidentyfikowanie wszystkich przepisów prawnych istotnych dla planowanej współpracy ze strony szkoły.
4. Jaki jest czwarty krok w wyposażaniu warsztatów i pracowni szkolnych?
 - a) Analiza wymagań prawnych istotnych z punktu widzenia szkoły, umożliwiająca firmom wyposażenie pracowni i warsztatów szkolnych.
 - b) Rozpoczęcie procesu sporządzania umowy pomiędzy stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu.
 - c) Opracowanie, w porozumieniu z prawnikiem, umowy między stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu (doposażenie warsztatów i laboratoriów szkolnych).
5. Jaki jest piąty krok w wyposażaniu warsztatów i pracowni szkolnych?
 - a) Analiza wymagań prawnych istotnych z punktu widzenia szkoły, umożliwiająca firmom wyposażenie pracowni i laboratoriów szkolnych.
 - b) Wykorzystanie wiedzy na temat ram prawnych dotyczących korzystania przez szkoły ze sponsoringu przedsiębiorstw w zakresie wyposażenia warsztatów i laboratoriów szkolnych.
 - c) Przedstawienie i uzgodnienie ze stroną firmową treści umowy sponsorskiej¹⁴.

¹⁴ Reading Comprehension Sample Questions: <https://www.lsac.org/lSAT/taking-lSAT/test-format/reading-comprehension/reading-comprehension-sample-questions> (dostęp: 01.03.2024).

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji stacjonarnej szkolenia

Ćwiczenie 1.

Przepisy prawne regulujące sponsorowanie przez firmy wyposażenia warsztatów i pracowni w szkołach zawodowych.

Prowadzący dzieli grupę na zespoły składające się z 4-5 osób. Zadaniem każdego zespołu jest:

- wyszukiwanie, analizowanie i przedstawianie wniosków z analizy przepisów prawnych regulujących sponsorowanie przez przedsiębiorstwa wyposażenia pracowni i warsztatów w szkołach zawodowych.

Grupa przedstawia efekty swojej pracy na flipcharcie w formie opisu lub rysunku.

Przedstawiciel grupy prezentuje efekty pracy na forum.

Na koniec uczestnicy starają się opracować wspólną listę aktów prawnych wraz z propozycjami.

Nauczyciel podsumowuje ćwiczenie.

3.2.4. Test postępu (samoocena)

Czy potrafisz:	Tak	Nie
1) identyfikować samodzielnie wszelkie regulacje prawne istotne po stronie przedsiębiorstwa dla planowanej współpracy w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?		
2) analizować wymagania prawne po stronie przedsiębiorstwa istotne dla rozwoju współpracy stron (firmy i szkoły) w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?		
3) stosować znajomość przepisów prawnych dotyczących: sponsoringu i innych rodzajów komunikacji biznesowej?		
4) identyfikować samodzielnie wszelkie regulacje prawne istotne dla planowanej współpracy po stronie szkoły?		
5) analizować wymagania prawne istotne z punktu widzenia szkoły, umożliwiające wyposażyć warsztaty i pracownie szkolne przez przedsiębiorstwa?		
6) stosować znajomość ram prawnych dotyczących korzystania przez szkoły ze sponsoringu przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?		
7) inicjować proces sporządzania umowy między stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu?		

8) opracowywać w porozumieniu z prawnikiem umowę między stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu (doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych)?		
9) przedstawiać i uzgadniać ze stroną przedsiębiorstwa treść umowy dotyczącej sponsoringu?		

W przypadku, gdy wybrałeś odpowiedź „NIE”, proponujemy powrót do materiału nauczania i ponowne jego przeanalizowanie celem osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się (wiedzy, umiejętności).

Ewentualnie zachęcamy do sięgnięcia do dodatkowych źródeł informacji wskazanych poniżej.

3.2.5. Rekomendowane źródła informacji

Zalecana literatura - więcej informacji na ten temat można znaleźć w:

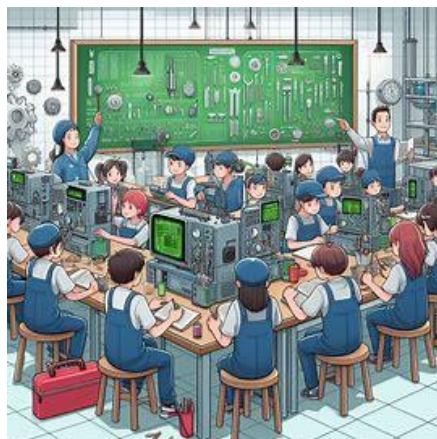
- 1) *Bekendtgørelse om erhvervsuddannelser (Rozporządzenie wykonawcze w sprawie szkolenia zawodowego): <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2021/2499#ide48d875b-c441-4602-b021-232c0dd542ab> (dostęp: 20.12.2023).*
- 2) *DECRETO 166/2018, de 18 de septiembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la formación del profesorado de enseñanzas no universitarias que presta sus servicios en centros docentes sostenidos con fondos públicos en la Comunidad Autónoma de Aragón: <http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=1040620063232&type=pdf> (dostęp: 20.07.2023).*
- 3) *Law 3848/2010 which establishes standards for the evaluation and meritocracy in education*
- 4) *Law 3879/2010 which shaped national priorities in the field of VET and regulated issues governing actions for lifelong learning, such as the definition of the basic concepts and the distinction between administrative bodies and service providers. In addition, it established the National Qualifications Framework and the National Lifelong Learning Network.*
- 5) *Law 4009/2011 related with in the structure, the operation, quality assurance and internationalisation of VET institution.*
- 6) *Law 4763/2020 on the establishment on the National System for Vocational Education, Training and Lifelong Learning*
- 7) *Ministry of Higher Education and Science. Degrees and qualifications: <https://ufm.dk/en/education/higher-education/degrees-and-qualifications> (dostęp: 20.07.2023).*
- 8) *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie praktycznej nauki zawodu (Dz.U. 2019 poz. 391 z późn. zm.).*
- 9) *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019r. w sprawie szczegółowych warunków i sposobu oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych (Dz. U. 2019., poz. 373 z późn. zm.).*
- 10) *Ustawa z dnia 7 września 1991 roku o systemie oświaty. (Dz. U. 1991 Nr 95 poz. 425 z późn. zm.).*

3.3. Rozpoznawanie potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych

3.3.1. Uszczegółowione efekty uczenia się

W efekcie uczenia się w ramach danego tematu będziesz potrafił:

- wykorzystywać wiedzę o szkole, jej strukturze organizacyjnej, programach, dydaktyce i metodach nauczania w celu prezentacji i priorytetyzacji wszelkich inicjatyw dotyczących sponsoringu;
- rozpoznawać i dobierać narzędzia do identyfikacji potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych;
- opisywać zasady sporządzania raportu z analizy potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych;
- opracowywać samodzielnie lub we współpracy narzędzia do rozpoznawania potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych;
- przeprowadzać analizę potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych;
- sporządzać raport z analizy potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych.



Zdjęcie 4: Wgląd w obiekty szkolne: Modernizacja warsztatów i laboratoriów szkolnych

Źródło: <https://designer.microsoft.com/image-creator> (dostęp: 01.03.2024).

3.3.2. Materiał nauczania

W Danii przedsiębiorstwa chcące wyposażyć warsztaty i laboratoria szkolne, w szczególności w szkołach zawodowych, mogą odnieść się do wytycznych dostarczonych przez Arbejdstilsynet¹⁵, Duńską Inspekcję Pracy (WEA). Wytyczne te opierają się na ustawach i rozporządzeniach wykonawczych i wyjaśniają, w jaki sposób należy interpretować przepisy, aby zapewnić spełnienie wymogów bezpieczeństwa i higieny pracy. Chociaż nie są one prawnie wiążące, zgodność z tymi wytycznymi WEA zasadniczo oznacza, że duńska Inspekcja Pracy nie podejmie żadnych dalszych działań. Przedsiębiorstwa mogą planować i wykonywać prace zgodnie z tymi wytycznymi, które obejmują różne aspekty, w tym klasyfikację laboratoriów, postępowanie z substancjami niebezpiecznymi i zapewnienie bezpiecznego środowiska pracy. Ponadto Królewska Duńska Akademia zapewnia wgląd w to, w jaki sposób warsztaty i laboratoria stanowią aktywny element programów edukacyjnych, podkreślając znaczenie doskonałych warunków dla skutecznych wyników edukacyjnych. Aby uzyskać bardziej szczegółowe porady prawne, przedsiębiorstwa mogą skonsultować się z organizacjami takimi jak Konfederacja Duńskiego Przemysłu (DI)¹⁶, która oferuje porady prawne dotyczące różnych aspektów działalności firmy w Danii.

Duński system edukacji, szczególnie w zakresie kształcenia i szkolenia zawodowego (VET), kładzie nacisk na jakość i współpracę między zainteresowanymi stronami, w tym przedsiębiorstwami i instytucjami edukacyjnymi. Chociaż szczegółowe regulacje prawne dotyczące wyposażenia warsztatów i laboratoriów szkolnych w szkołach zawodowych nie są szczegółowo opisane w wynikach wyszukiwania, jasne jest, że istnieją ramy, które zachęcają do współpracy między sektorem prywatnym a podmiotami edukacyjnymi.

Regulacje prawne w:

- W Hiszpanii nie ma konkretnych przepisów regulujących współpracę między szkołami a przedsiębiorstwami. Wszelka współpraca między firmami a ośrodkami szkolenia zawodowego jest uregulowana w Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2023/07/18/659>;
- W Polsce nie ma szczególnych przepisów regulujących współpracę między szkołami a przedsiębiorstwami. Zgodnie z art. 68 ust. 7c ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. - Prawo oświatowe (Dz. U. z 2020 r. poz. 910) (otwórz w nowym oknie) dyrektor jest zobowiązany do współpracy z pracodawcą, tj. firmą, której działalność jest zbliżona do zawodu nauczanego w szkole prowadzącej kształcenie zawodowe. Wyodrębniono siedem obszarów, w których udział jest szczególnie wymagany¹⁷.

Aby zidentyfikować potrzeby Green Academy w Danii w zakresie wyposażenia warsztatów i laboratoriów, należy podjąć kilka kroków:

¹⁵ Arbejdstilsynet: <https://at.dk/> (dostęp: 01.03.2024).

¹⁶ <https://www.danskindustri.dk/english/> (dostęp: 01.03.2024).

¹⁷ Ośrodki Rozwoju Edukacji: <https://ore.edu.pl/2020/12/uwarunkowania-prawne-dotyczace-wspolpracy-szkoly-z-pracodawca/> (dostęp: 01.03.2024).

- **Przegląd programu nauczania i metod nauczania:** zapoznanie się z programem kształcenia zawodowego i metodami nauczania w celu określenia, które przedmioty opierają się w dużej mierze na praktycznej nauce w warsztatach i laboratoriach.
- **Przeprowadzenie oceny potrzeb:** stworzenie ankiet lub protokołów rozmów w celu zebrania informacji zwrotnych od nauczycieli, uczniów i pracowników na temat istniejących zasobów, wyzwań i sugestii dotyczących ulepszeń.
- **Ocena infrastruktury:** ocena obecnego stanu warsztatów i pracowni, z uwzględnieniem wyposażenia, udogodnień, środków bezpieczeństwa i dostępności.
- **Konsultacje z ekspertami:** współpraca ze specjalistami ds. edukacji zawodowej w celu potwierdzenia ustaleń i zebrania spostrzeżeń na temat najlepszych praktyk.
- **Ustalanie priorytetów i planowanie:** ustalenie priorytetów zidentyfikowanych potrzeb w oparciu o ich pilność i wpływ, a następnie opracowanie planu działania z określonymi krokami i wymaganiami dotyczącymi zasobów.

Zastosowanie takiego podejścia zapewnia, że podjęte działania będą ukierunkowane i skuteczne w zakresie identyfikacji i zaspokajania potrzeb szkół zawodowych w Danii w obszarze wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych.

Przegląd umowy sponsorskiej:

Umowa sponsorska to umowa, która określa warunki współpracy między sponsorem (zazwyczaj przedsiębiorstwem) a odbiorcą (np. szkołą). Skupia się ona na obopólnych korzyściach i ma na celu promowanie wizerunku sponsora przy jednoczesnym wspieraniu konkretnych inicjatyw odbiorcy. Oto kluczowe elementy, które zazwyczaj zawiera taka umowa:

1. Zaangażowane strony: głównymi stronami są sponsor (przedsiębiorstwo) i odbiorca (szkoła).
2. Cel i zakres: jasno określony cel sponsoringu (np. wyposażenie warsztatów i pracowni szkolnych). Określenie zakresu sponsoringu (co zapewni sponsor i jakie działania promocyjne podejmie odbiorca).
3. Wsparcie finansowe lub rzeczowe: opisanie rodzaju wsparcia (finansowe, materialne lub usługa), które zapewni sponsor. Określenie kwoty wartości sponsoringu.
4. Zobowiązania promocyjne: określenie, w jaki sposób odbiorca będzie promował sponsora (np. wyświetlając logo sponsora, wspominając o nim w wydarzeniach itp.). Uwzględnienie wszelkich wymagań dotyczące marki.
5. Czas trwania i zakończenie: określenie czasu trwania sponsoringu (daty rozpoczęcia i zakończenia). Określenie warunków rozwiązania umowy (np. naruszenie warunków, wzajemne porozumienie).
6. Prawa i obowiązki: określenie praw i obowiązków obu stron. Odniesienie się do wszelkich klauzul wyłączności (czy odbiorca może mieć innych sponsorów).
7. Własność intelektualna: w stosownych przypadkach należy odnieść się do korzystania z własności intelektualnej (np. znaków towarowych, praw autorskich).
8. Rozstrzyganie sporów: uwzględnienie postanowień dotyczących rozstrzygnięcia sporów (mediacja, arbitraż itp.).

Przykładowa umowa sponsorska w Danii:

Umowa sponsorska

Pomiędzy:

Szkoła XYZ (odbiorca) Adres: [Adres szkoły]

a

firmą ZXY (Sponsor) Adres: [Adres firmy]

Cel: Celem niniejszej umowy jest ulepszenie pracowni komputerowych i warsztatów szkoły XYZ poprzez sponsoring zapewniany przez firmę ZXY.

Zasady i warunki:

1. Wsparcie finansowe:

Firma zgadza się przeznaczyć 50 000 DKK (koron duńskich) na zakup nowych komputerów, oprogramowania i sprzętu.

Szkoła XYZ wykorzysta te środki wyłącznie na określony cel.

2. Zobowiązania promocyjne:

Szkoła XYZ umieści logo firmy w widocznym miejscu w pracowniach komputerowych i będzie informować o sponsoringu podczas wydarzeń szkolnych.

Firma zostanie wymieniona w komunikatach prasowych i na stronie internetowej szkoły.

3. Czas trwania:

Umowa sponsorska będzie obowiązywać przez jeden rok akademicki (od 1 września 2024 r. do 31 sierpnia 2025 r.).

4. Zasady rozwiązania umowy:

Każda ze stron może rozwiązać umowę z zachowaniem 30-dniowego okresu wypowiedzenia.

Wypowiedzenie z powodu naruszenia warunków będzie natychmiastowe.

5. Prawa i obowiązki:

Szkoła XYZ ma prawo do używania logo Firmy w celach promocyjnych w okresie sponsoringu.

Firma nie będzie ingerować w program nauczania lub działalność szkoły.

6. Własność intelektualna:

Firma udziela szkole XYZ niewyłącznej licencji na używanie swojego logo wyłącznie do działań związanych ze sponsoringiem^{18, 19}.

¹⁸ <https://dobraaukcja.pl/sponsoring/> (dostęp: 01.03.2024).

¹⁹ Strona główna (makita.dk) (dostęp 01.03.2024).

3.3.3. Ćwiczenia

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji on-line szkolenia

Ćwiczenie 1.

Wykonaj test:

1. Jaka organizacja zapewnia wytyczne dotyczące wyposażenia warsztatów i laboratoriów szkolnych w Danii, w oparciu o ustawy i rozporządzenia wykonawcze?
 - a) Duńskie Ministerstwo Edukacji.
 - b) Duńska Inspekcja Pracy (WEA).
 - c) Królewska Duńska Akademia.
 - d) Konfederacja Duńskiego Przemysłu (DI).
2. Jaki jest główny cel umowy sponsorskiej między przedsiębiorstwem a szkołą?
 - a) Promowanie produktów sponsora.
 - b) Ustanowienie partnerstwa na rzecz projektów badawczych.
 - c) Wspieranie konkretnych inicjatyw szkoły będącej odbiorcą pomocy.
 - d) Zapewnienie wsparcia finansowego sponsorowi.
3. Jaki jest okres obowiązywania przykładowej umowy sponsoringu przedstawionej w tekście?
 - a) Jeden semestr.
 - b) Dwa lata szkolne.
 - c) Jeden rok szkolny
 - d) Trzy lata kalendarzowe.
4. Która organizacja w Danii oferuje porady prawne dotyczące różnych aspektów działalności firmy, w tym inicjatyw sponsoringowych?
 - a) Duńskie Ministerstwo Edukacji.
 - b) Królewska Duńska Akademia.
 - c) Duńska Inspekcja Pracy (WEA).
 - d) Konfederacja Duńskiego Przemysłu (DI).
5. Jaki jest cel przeprowadzania oceny potrzeb w szkołach zawodowych w Danii?
 - a) Ocena wyników uczniów.
 - b) Identyfikacja luk i wyzwań związanych z wyposażeniem warsztatów i pracowni szkolnych.
 - c) Promowanie wizerunku szkoły.
 - d) Określenie potrzeb nauczycieli w zakresie rozwoju zawodowego.

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji stacjonarnej szkolenia

Ćwiczenie 1.

Otwarta dyskusja.

1. Omówienie w grupach przepisów prawnych dotyczących szkół angażujących się we współpracę z firmami w celu wyposażenia warsztatów i laboratoriów szkolnych.
2. Przykładowa umowa:
 Przedstawić ogólny opis treści umowy między stronami zaangażowanymi w proces sponsorowania wyposażenia warsztatów i laboratoriów szkolnych.
 Dołącz przykład takiej umowy, podkreślając kluczowe klauzule i uwagi.
 Procedura negocjacji treści umowy sponsorskiej:
3. Opisz procedurę negocjowania treści umowy sponsorskiej z firmą.
4. Wyjaśnij, w jaki sposób szkoła może zapewnić, że umowa jest zgodna z jej potrzebami i celami, a jednocześnie spełnia wymogi prawne i oczekiwania firmy.

Ćwiczenie 2.

Identyfikacja potrzeb.

Prowadzący dzieli grupę na zespoły składające się z 4-5 osób. Zadaniem każdego zespołu jest:

- Sporządzenie narzędzia do identyfikacji potrzeb w zakresie doposażenia pracowni i warsztatów szkolnych.

Grupa przedstawia efekty swojej pracy na flipcharcie w formie opisu lub rysunku.

Przedstawiciel grupy prezentuje efekty pracy na forum.

Na koniec uczestnicy starają się opracować wspólną listę aktów prawnych wraz z propozycjami.

Nauczyciel podsumowuje ćwiczenie.

3.3.4. Sprawdzian postępów (samoocena)

Czy potrafisz:	Tak	Nie
1) wykorzystywać wiedzę o szkole, jej strukturze organizacyjnej, programach, dydaktyce i metodach nauczania w celu prezentacji i priorytetyzacji wszelkich inicjatyw dotyczących sponsoringu?		
2) rozpoznawać i dobrać narzędzia do identyfikacji potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?		
3) opisywać zasady sporządzania raportu z analizy potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?		
4) opracowywać samodzielnie lub we współpracy narzędzia do rozpoznawania potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?		
5) przeprowadzać analizę potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?		

6) sporządzać raport z analizy potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?		
---	--	--

W przypadku, gdy wybrałeś odpowiedź „NIE”, proponujemy powrót do materiału nauczania i ponowne jego przeanalizowanie celem osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się (wiedzy, umiejętności).

Ewentualnie zachęcamy do sięgnięcia do dodatkowych źródeł informacji wskazanych poniżej.

3.3.5. Rekomendowane źródła informacji

Zalecana literatura - więcej informacji na ten temat można znaleźć w:

- 1) *10 ventajas que debes conocer de la Formación Profesional Dual | Cámara de España:* <https://www.camara.es/blog/formacion-y-empleo/10-ventajas-que-debes-conocer-de-la-formacion-profesional-dual> (dostęp: 20.12.2023).
- 2) *Analiza kształcenia dualnego jako metody szkoleniowej. Powiatowy Zespół Obsługi Szkół i Placówek Oświatowych, Giżycko 2015, s. 15–16,* [https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/3094ae6c-ca24-4d2c-9156;-a68689b76320/Apprenticion%20analyse%20\(PL\).pdf](https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/3094ae6c-ca24-4d2c-9156;-a68689b76320/Apprenticion%20analyse%20(PL).pdf) (dostęp: 20.12.2023).
- 3) *Bekendtgørelse om erhvervsuddannelser (Rozporządzenie wykonawcze w sprawie szkolenia zawodowego):* <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2021/2499#ide48d875b-c441-4602-b021-232c0dd542ab> (dostęp: 20.12.2023).
- 4) *Budzianowska K., 2019, Jak skonstruować program nauczania – krótki poradnik,* <https://edurada.pl/jak-skonstruowac-program-nauczania-krotki-poradnik-4/> [dostęp: 07.12.2023].
- 5) *Cómo crear una encuesta en Microsoft Forms:* <https://support.microsoft.com/es-es/office/crear-un-formulario-o-crear-un-cuestionario-3c39c220-e30e-401d-bb6f-c1861d5aea01> (dostęp: 30.01.2024).
- 6) *DECRETO 166/2018, de 18 de septiembre, del Gobierno de Aragón, por el que se regula la formación del profesorado de enseñanzas no universitarias que presta sus servicios en centros docentes sostenidos con fondos públicos en la Comunidad Autónoma de Aragón:* <http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=1040620063232&type=pdf> (dostęp: 20.07.2023).
- 7) *Ewaluacja – metody i narzędzia ewaluacyjne:* https://www.oswiata.slask.pl/media_files/material_4_ocena_dzialan_i_wykorzystywanie_danych_do_podejmowania_decyzji,228.pdf (dostęp: 20.01.2024).
- 8) *Jak utworzyć SZYBKO ankietę, udostępnić ją online i zebrać wyniki do Excela - Microsoft FORMS:* <https://www.youtube.com/watch?v=eXxpvtWxqQ> (dostęp: 25.01.2024). *Panek A., Ewaluacja, kontrola i ocena w procesie kształcenia studentów Uniwersytetu Pedagogicznego:* https://rep.up.krakow.pl/xmlui/bitstream/handle/11716/2920/06_ewaluacja_kontrola_i_ocena_a_panek.pdf?sequence=1 (dostęp: 24.01.2024).
- 9) *Law 3848/2010 which establishes standards for the evaluation and meritocracy in education*
- 10) *Law 3879/2010 which shaped national priorities in the field of VET and regulated issues governing actions for lifelong learning, such as the definition of the basic concepts and the distinction between administrative bodies and service providers. In addition, it established the National Qualifications Framework and the National Lifelong Learning Network.*

- 11) *Law 4009/2011 related with in the structure, the operation, quality assurance and internationalisation of VET institution.*
- 12) *Law 4763/2020 on the establishment on the National System for Vocational Education, Training and Lifelong Learning*
- 13) *Microsoft Forms podstawy skrócona instrukcja, Akademia Pedagogiki Specjalnej im. M. Grzegorzewskiej, <https://www.aps.edu.pl/media/2392730/microsoft-forms-instrukcja.pdf> (dostęp: 10.12.2023).*
- 14) *Ministry of Higher Education and Science. Degrees and qualifications: <https://ufm.dk/en/education/higher-education/degrees-and-qualifications> (dostęp: 10.12.2023).*
- 15) *Nevo D., Konceptualizacja ewaluacji edukacyjnej. Analityczny przegląd literatury, [w:] Ewaluacja w edukacji, red. L. Korporowicz, Warszawa 1, Warszawa 1997, s. 5.*
- 16) *Opret en formular med Microsoft Forms: <https://support.microsoft.com/da-dk/topic/opret-en-formular-med-microsoft-forms-4ffb64cc-7d5d-402f-b82e-b1d49418fd9d> (dostęp: 30.01.2024).*
- 17) *Research from the Foundation for Economic & Industrial Research (2021), "Vocational Education & Training in Greece", http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_27042021_REP_GR.pdf (dostęp: 20.07.2023).*
- 18) *Roczny raport z przeglądu programu kształcenia. Wydział Farmaceutyczny Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum, Kraków: <https://farmacja.cm.uj.edu.pl/cm/uploads/2019/05/2-Raport-kszta%C5%82cienia-kierunek-Analytika-2016-2017.pdf> (dostęp: 21.12.2023).*
- 19) *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie praktycznej nauki zawodu (Dz.U. 2019 poz. 391 z późn. zm.).*
- 20) *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019r. w sprawie szczegółowych warunków i sposobu oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych (Dz. U. 2019., poz. 373 z późn. zm.).*
- 21) *Tworzenie formularza w aplikacji Microsoft Forms: <https://support.microsoft.com/pl-pl/topic/tworzenie-formularza-w-aplikacji-microsoft-forms-4ffb64cc-7d5d-402f-b82e-b1d49418fd9d> (dostęp: 25.01.2024).*
- 22) *Ustawa z dnia 7 września 1991 roku o systemie oświaty. (Dz. U. 1991 Nr 95 poz. 425 z późn. zm.).*
- 23) *Żurek M. (red.), Przeprowadzenie analizy funkcjonowania dotychczasowego modelu kształcenia dualnego w Radomiu. Raport z przeprowadzonych badań ankietowych i odbytych spotkań Radom 2021 https://klastermetalowy.radom.pl/wp-content/uploads/2022/01/Raport_analiza-funkcjonalna_ZPRKM.pdf (dostęp: 25.01.2024).*
- 24) *ώς να δημιουργήσετε μια έρευνα στο Microsoft Forms: <https://support.microsoft.com/el-gr/office/%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CE%BD%CE%AD%CE%B1%CF%82-%CF%86%CF%8C%CF%81%CE%BC%CE%B1%CF%82-%CE%AE-%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%AF%CE%B6-3c39c220-e30e-401d-bb6f-c1861d5aea01> (dostęp: 30.01.2024).*

3.4. Organizowanie procesu wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych

3.4.1. Uszczegółowione efekty uczenia się

W efekcie uczenia się w ramach danego tematu będziesz potrafił:

- posługiwać się wiedzą na temat budowania relacji w pracy jako fundraiser;
- posługiwać się wiedzą opartą na rozwoju w zakresie teorii stosowanej i metody w zakresie technologii aplikacji i budowania relacji w pracy jako fundraiser;
- zrozumieć praktykę oraz centralnie stosowaną teorię i metodę w koncepcjach i technikach zadań wykonywanych przez fundaisera;
- sugerować ogólne i priorytetowe plany wdrażania projektów sponsoringowych w szkole;
- opracować i wdrażać dobrze zorganizowane plany pracy;
- budować relacje z istniejącymi członkami/współtwórcami, darczyńcami i sponsorami;
- korzystać z kluczowych narzędzi i metod w celu wygenerowania odpowiedniej wiedzy o dostawcach wsparcia, fundacjach itp. oraz ewentualnie o partnerach i interesariuszach;
- analizować i oceniać metody i narzędzia do planowania i wdrażania odpowiednich kampanii pozyskiwania funduszy oraz zbierania informacji.



Zdjęcie 5. Wspólna modernizacja: Przedsiębiorstwa wspierające szkoły
Źródło: <https://designer.microsoft.com/image-creator> (dostęp 17.01.2024).

3.4.2. Materiał nauczania

Aby skutecznie organizować wsparcie dla szkół zawodowych przez przedsiębiorstwa w zakresie doposażenia pracowni i warsztatów szkolnych, osoby muszą nabyć kompleksowy zestaw umiejętności obejmujący różne aspekty pozyskiwania funduszy i zarządzania projektami. Oto zestawienie kluczowych kompetencji i wymaganych obszarów wiedzy:

1) Budowanie relacji jako fundraiser

Uczestnicy muszą kultywować podstawową wiedzę na temat budowania relacji w pracy, szczególnie w kontekście pozyskiwania funduszy.

Obejmuje to nawiązywanie kontaktów z interesariuszami, takimi jak darczyńcy, sponsorzy i współpracownicy, w celu uzyskania wsparcia dla inicjatyw szkolnych.

Przykład: Uczestnictwo w wydarzeniach networkingowych i nawiązywanie kontaktów z potencjalnymi sponsorami w celu budowania relacji. Może to obejmować udział w galach fundraisingowych, konferencjach branżowych lub spotkaniach społeczności lokalnej, podczas których można nawiązywać i pielęgnować kontakty z interesariuszami.

2) Wiedza oparta na rozwoju w fundraisingu

Osoby te muszą posiadać wiedzę opartą na rozwoju w zakresie stosowanej teorii i metodologii związanej z technologią aplikacji i budowaniem relacji w pozyskiwaniu funduszy.

Zrozumienie teoretycznych podstaw i praktycznych zastosowań technik pozyskiwania funduszy jest niezbędne do skutecznego zaangażowania potencjalnych zwolenników.

Przykład: Ukończenie kursu lub warsztatów fundraisingowych skoncentrowanych na stosowanej teorii i metodologii. Może to obejmować naukę o skutecznych strategiach komunikacyjnych, psychologii darczyńców i technikach pozyskiwania funduszy dostosowanych do różnych kontekstów, takich jak kampanie online lub pozyskiwanie głównych darczyńców.

3) Zrozumienie koncepcji i technik pozyskiwania funduszy

Kluczowa jest biegłość w praktyce oraz centralnie stosowana teoria i metoda w zakresie koncepcji i technik pozyskiwania funduszy.

Obejmuje to znajomość różnych strategii pozyskiwania funduszy, takich jak finansowanie społecznościowe, pisanie grantów i sponsoring korporacyjny, dostosowanych do konkretnych potrzeb szkół.

Przykład: Badanie udanych kampanii fundraisingowych w sektorze edukacji i analizowanie ich strategii. Może to obejmować studia przypadków szkół, które skutecznie wykorzystały platformy crowdfundingowe, pozyskały sponsorów korporacyjnych lub otrzymały dotacje na konkretne projekty.

4) Planowanie strategiczne dla projektów sponsorskich

Powinniśmy być w stanie zaproponować ogólne i priorytetowe plany wdrażania projektów sponsoringowych w szkołach.

Opracowanie planów strategicznych, które są zgodne z celami szkoły i ograniczeniami budżetowymi, ma zasadnicze znaczenie dla powodzenia projektu.

Przykład: Stworzenie szczegółowej propozycji sponsoringu określającej cele, grupę docelową, korzyści dla sponsorów i budżet dla konkretnego projektu szkolnego. Propozycja ta ustalałaby priorytety możliwości sponsoringu w oparciu o cele projektu i potencjalny wpływ na społeczność szkolną.

5) **Wdrażanie dobrze zorganizowanych planów pracy**

Zdolność do opracowywania i wdrażania dobrze zorganizowanych planów pracy ma kluczowe znaczenie dla efektywnej realizacji projektów.

Obejmuje to podział zadań, ustalanie harmonogramów i efektywne przydzielanie zasobów w celu osiągnięcia celów projektu.

Przykład: Opracowanie harmonogramu projektu z jasnymi kamieniami milowymi, obowiązkami i terminami dla każdej fazy inicjatywy sponsoringowej. Może to obejmować korzystanie z narzędzi do zarządzania projektami, takich jak wykresy Gantta lub platformy współpracy online, w celu efektywnego organizowania zadań i śledzenia postępów.

6) **Budowanie relacji z interesariuszami**

Nawiązywanie i pielęgnowanie relacji z istniejącymi członkami, współpracownikami i sponsorami ma kluczowe znaczenie.

Skuteczna komunikacja i umiejętności budowania relacji mają kluczowe znaczenie dla utrzymania stałego wsparcia i rozwijania partnerstw.

Przykład: Regularne komunikowanie się z obecnymi sponsorami poprzez spersonalizowane listy z podziękowaniami, biuletyny i aktualizacje dotyczące wpływu ich wkładów. Pokazuje to uznanie dla ich wsparcia i pomaga utrzymać zaangażowanie w czasie.

7) **Wykorzystanie narzędzi i metod do generowania wiedzy**

Osoby muszą wykorzystywać kluczowe narzędzia i metody, aby gromadzić odpowiednią wiedzę na temat dostawców wsparcia, fundacji, puli finansowania oraz potencjalnych partnerów i interesariuszy.

Może to obejmować prowadzenie badań, korzystanie z baz danych i tworzenie sieci kontaktów w odpowiednich społecznościach.

Przykład: Prowadzenie badań rynkowych w celu zidentyfikowania potencjalnych sponsorów korporacyjnych i fundacji zainteresowanych wspieraniem inicjatyw edukacyjnych. Może to obejmować korzystanie z internetowych baz danych, raportów branżowych i nawiązywanie kontaktów w celu gromadzenia informacji na temat potencjalnych źródeł finansowania i ich priorytetów.

8) **Analiza i ocena metod i narzędzi pozyskiwania funduszy:**

Należy analizować i oceniać metody i narzędzia do planowania i wdrażania odpowiednich kampanii pozyskiwania funduszy i gromadzenia informacji.

Obejmuje to ocenę skuteczności różnych podejść i dostosowywanie strategii w oparciu o informacje zwrotne i wyniki.

9) **Metody, techniki i narzędzia do diagnozowania potrzeb szkół**

W tej sekcji omówiono różne metodologie, techniki i narzędzia wykorzystywane do oceny potrzeb szkół w zakresie wyposażenia warsztatów i laboratoriów.

Przykład: Po zakończeniu kampanii fundraisingowej przeprowadzenie analizy retrospektywnej w celu oceny jej skuteczności. Może to obejmować przegląd kluczowych wskaźników wydajności,

takich jak kwoty darowizn, wskaźniki utrzymania darczyńców i zwrot z inwestycji w celu zidentyfikowania obszarów wymagających poprawy w przyszłych kampaniach.

Przykładowa procedura i narzędzie do diagnozowania potrzeb szkoły

Praktyczna demonstracja procedury i narzędzia wykorzystywanego do przeprowadzania oceny potrzeb w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych.

Raport z analizy potrzeb szkół

Podkreśla znaczenie opracowania i przedstawienia kompleksowego raportu zawierającego analizę wymagań szkół w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych.

Opanowując te kompetencje i obszary wiedzy, osoby mogą skutecznie organizować wsparcie dla szkół poprzez przedsiębiorstwa w doposażaniu warsztatów i laboratoriów szkolnych, zwiększając w ten sposób środowisko edukacyjne i możliwości dla uczniów.

Zasady budowania relacji podczas pracy z fundraiserem

Nawiązywanie i utrzymywanie silnych relacji z fundraiserami ma kluczowe znaczenie dla sukcesu wspierania szkół zawodowych przez przedsiębiorstwa. Fundraiserzy są często pomostem między szkołami zawodowymi a potencjalnymi darczyńcami lub sponsorami, co sprawia, że niezbędne jest przestrzeganie pewnych zasad:

- **Zaufanie:** budowanie zaufania między szkołami a fundraiserami jest najważniejsze. Przejrzystość w komunikacji i działaniach sprzyja zaufaniu do partnerstwa.
- **Przejrzystość:** otwartość w kwestii celów, oczekiwań i wyzwań zapewnia zgodność między szkołami i fundraiserami, prowadząc do bardziej efektywnej współpracy.
- **Komunikacja:** regularna i jasna komunikacja jest kluczowa. Obie strony powinny informować się wzajemnie o postępach, niepowodzeniach i wszelkich zmianach w planach.
- **Wzajemny szacunek:** szacunek dla wiedzy, perspektyw i wkładu drugiej osoby wzmacnia relacje i promuje pozytywne środowisko pracy.

Kim jest fundraiser?

Fundraiser to osoba lub organizacja odpowiedzialna za zbieranie funduszy i zapewnianie wsparcia dla określonych celów lub projektów, takich jak np. wyposażenie warsztatów i pracowni szkolnych w szkołach. Fundraiserzy pochodzą z różnych środowisk i mogą nimi być:

- **Profesjonalni konsultanci ds. pozyskiwania funduszy:** Osoby te specjalizują się w pomaganiu organizacjom w opracowywaniu i realizacji strategii pozyskiwania funduszy. Wnoszą oni doświadczenie w takich obszarach jak pozyskiwanie darczyńców, pisanie grantów i planowanie wydarzeń.
- **Wewnętrzni specjaliści ds. rozwoju:** wiele szkół posiada dedykowanych pracowników lub zespoły odpowiedzialne za pozyskiwanie funduszy. Osoby te ściśle współpracują ze szkolnymi administratorami, wykładowcami i zewnętrznymi interesariuszami w celu pozyskiwania funduszy i wspierania szkolnych inicjatyw.
- **Wolontarystyczne komitety pozyskiwania funduszy:** niektóre szkoły mogą ustanowić komitety wolontariuszy składające się z rodziców, absolwentów i członków społeczności, aby przewodzić kampaniom i wydarzeniom związanym z pozyskiwaniem funduszy.

Komitety te odgrywają istotną rolę w angażowaniu szerszej społeczności szkolnej w zbieranie funduszy.

Jak przygotować plan pracy z fundraiserem?

Opracowanie kompleksowego planu pracy we współpracy z fundraiserem zapewnia, że działania fundraisingowe są zgodne z celami i priorytetami szkoły. W celu jego opracowania można zastosować poniższe kroki:

- Określenie celów: jasno nakreśl cele kampanii fundraisingowej lub projektu. Określ konkretne cele finansowania, pożądane wyniki i ramy czasowe realizacji.
- Przydział zadań: przydziel role i obowiązki członkom zespołu, w tym fundraiserom, pracownikom szkoły, wolontariuszom i partnerom zewnętrznym. Jasno określ rolę każdej osoby i zadania, za które jest odpowiedzialna.
- Ustalenie harmonogramu: ustal realistyczne ramy czasowe dla każdej fazy procesu pozyskiwania funduszy, od planowania i przygotowań po realizację i ocenę. Rozbij większe zadania na mniejsze, łatwe do zarządzania kroki z powiązanimi z nimi terminami.
- Przydzielenie zasobów: określenie zasobów wymaganych do wsparcia kampanii fundraisingowej, w tym przydziałów budżetowych, czasu pracowników, wsparcia wolontariuszy oraz wszelkich potrzebnych usług lub materiałów zewnętrznych.
- Ustanowienie kanałów komunikacji: stwórz kanały regularnej komunikacji i współpracy między wszystkimi interesariuszami zaangażowanymi w działania fundraisingowe. Może to obejmować regularne spotkania, aktualizacje wiadomości e-mail, wspólne dokumenty i platformy komunikacyjne.

Jak budować relacje z fundraiserem?

Pielęgnowanie silnych relacji z fundraiserami ma kluczowe znaczenie dla powodzenia działań fundraisingowych. Oto kilka strategii budowania i utrzymywania tych relacji:

- Regularna komunikacja: utrzymuj otwarte linie komunikacji z fundraiserami poprzez regularne spotkania, rozmowy telefoniczne, e-maile i aktualizacje. Dziel się postępami, wyzwaniem i sukcesami w przejrzysty sposób.
- Aktywne zaangażowanie: angażuj fundraiserów w kluczowe procesy decyzyjne i zabiegaj o ich wkład i opinie na temat strategii i inicjatyw fundraisingowych. Spraw, by poczuli się docenieni i dowartościowani za swój wkład.
- Zapewnienie wsparcia i zasobów: zaoferuj fundraiserom zasoby, narzędzia i wsparcie, których potrzebują, aby odnieść sukces w swojej roli. Może to obejmować dostęp do oprogramowania do pozyskiwania funduszy, możliwości szkoleniowe oraz pomoc w pozyskiwaniu darczyńców i zarządzaniu nimi.
- Uznanie i docenienie: publicznie nagradzaj fundraiserów za ich ciężką pracę i poświęcenie. Podkreślaj ich osiągnięcia, kamienie milowe i sukcesy w biuletynach, postach w mediach społecznościowych i innych kanałach komunikacji. Okazywanie uznania sprzyja pozytywnym relacjom i zachęca do dalszego zaangażowania.

Narzędzia i metody generowania odpowiedniej wiedzy

Szkoły mają dostęp do różnych narzędzi i metod gromadzenia odpowiedniej wiedzy na temat potencjalnych darczyńców, sponsorów i możliwości finansowania:

- Bazy danych darczyńców: wykorzystanie oprogramowania do zarządzania darczyńcami w celu śledzenia ich interakcji, preferencji i historii darowizn. Pomaga to szkołom dostosować apele fundraisingowe i działania stewardship do zainteresowań i preferencji poszczególnych darczyńców.
- Techniki badawcze: prowadzenie badań rynkowych, studiów wykonalności i skanów środowiskowych w celu zidentyfikowania potencjalnych źródeł finansowania, zrozumienia motywacji darczyńców i oceny konkurencyjnego krajobrazu.
- Możliwości nawiązywania kontaktów: współpraca z lokalnymi liderami biznesu, organizacjami społecznymi i sieciami filantropijnymi w celu budowania relacji i odkrywania możliwości partnerstwa. Wydarzenia networkingowe, konferencje i warsztaty zapewniają szkołom cenne możliwości nawiązania kontaktu z potencjalnymi darczyńcami i sponsorami.
- Zasoby online: wykorzystanie platform internetowych, baz danych i katalogów do badania potencjalnych możliwości finansowania, w tym dotacji, sponsoringu i kampanii pozyskiwania funduszy. Strony internetowe takie jak Foundation Center, GrantWatch i GuideStar oferują kompleksowe bazy danych źródeł finansowania i możliwości dotacji dla szkół i organizacji non-profit.
- Partnerstwa i współpraca: współpraca z innymi szkołami, organizacjami non-profit i organizacjami społecznymi w celu dzielenia się zasobami, wiedzą i możliwościami finansowania. Partnerstwa mogą rozszerzyć sieci pozyskiwania funduszy przez szkoły, zwiększyć widoczność i wykorzystać wspólne zasoby dla większego wpływu.

Ocena strategii pozyskiwania funduszy i skuteczności ich wdrażania

1. Podstawowa wiedza na temat budowania relacji jako fundraiser:
Uczestnicy zdobywają podstawową wiedzę na temat skutecznego budowania relacji w roli fundraiserów. Zrozumienie, jak nawiązywać i utrzymywać pozytywne relacje z interesariuszami, takimi jak darczyńcy i sponsorzy, jest niezbędne.
2. Teoria i wiedza praktyczna w zakresie stosowania technologii i budowania relacji:
Proces uczenia się obejmuje zarówno wiedzę teoretyczną, jak i umiejętności praktyczne. Uczniowie zyskują wgląd w nowoczesne rozwiązania technologiczne stosowane w fundraisingu i uczą się, jak budować trwałe relacje z różnymi interesariuszami.
3. Zrozumienie praktyki i głównych teorii w technikach pozyskiwania funduszy:
Uczestnicy rozumieją połączenie teorii i praktyki w zawodzie fundraisera. Poznają metody, które są powszechnie stosowane i rozumieją, jak dostosować te techniki do konkretnych kontekstów szkolnych.
4. Proponowanie ogólnych i priorytetowych planów wdrażania projektów sponsorskich w szkołach:
Uczestnicy rozwijają umiejętność sugerowania ogólnych i priorytetowych planów wdrażania projektów sponsorskich w instytucjach edukacyjnych. Plany te uwzględniają alokację zasobów i cele strategiczne.
5. Tworzenie i wdrażanie dobrze zorganizowanych planów pracy:

Uczestnicy uczą się tworzyć ustrukturyzowane plany pracy, które są zgodne z celami fundraisingu. Umiejętności organizacyjne są kluczowe dla skutecznej realizacji inicjatyw fundraisingowych.

6. Budowanie relacji z istniejącymi członkami, współpracownikami, darczyńcami i sponsorami: Uczestnicy skupiają się na budowaniu i pielęgnowaniu relacji z kluczowymi interesariuszami. Skuteczna komunikacja i współpraca przyczyniają się do udanych działań fundraisingowych.
7. Wykorzystanie kluczowych narzędzi i metod do generowania odpowiedniej wiedzy pomocniczej: Uczestnicy poznają podstawowe narzędzia i metodologie gromadzenia istotnych informacji o dostawcach wsparcia, fundacjach, źródłach finansowania i potencjalnych partnerach. Wiedza ta stanowi podstawę strategii pozyskiwania funduszy.
8. Analiza i ocena metod planowania i wdrażania pozyskiwania funduszy: Uczestnicy krytycznie oceniają różne metody i narzędzia wykorzystywane w planowaniu i realizacji udanych kampanii fundraisingowych. Regularna ewaluacja zapewnia ciągłe doskonalenie^{20,21}.

Podstawowe relacje w pracy

1. Zaufanie: zaufanie jest kamieniem węgielnym każdej relacji. Rozwija się z czasem poprzez konsekwentne działania, uczciwość i niezawodność. Jako fundraiser ufaj swoim współpracownikom i bądź godny zaufania. Dotrzymuj obietnic, otwarcie dziel się informacjami i bierz odpowiedzialność za wszelkie błędy.
2. Szacunek: okazuj szacunek swoim współpracownikom, w tym fundraiserom. Uznaj ich wkład, docień ich wysiłki i doceniaj ich punkt widzenia. Interakcje oparte na szacunku tworzą pozytywne środowisko pracy i zachęcają do współpracy.
3. Włączanie: wspieranie poczucia przynależności poprzez aktywne włączanie innych. Angażuj fundraiserów w dyskusje, procesy decyzyjne i działania zespołowe. Gdy wszyscy czują się częścią zespołu, jest bardziej prawdopodobne, że będą wносить efektywny wkład.
4. Otwarta komunikacja: skuteczna komunikacja jest niezbędna. Aktywnie słuchaj swoich współpracowników, w tym fundraiserów, i jasno wyrażaj swoje myśli. Zachęcaj do otwartego dialogu, pytaj o opinie i szybko odpowiadaj na wszelkie wątpliwości.
5. Uznanie i docenienie: świętuj osiągnięcia i doceniaj ciężką pracę fundraiserów. Proste „dziękuję” lub publiczne uznanie może przejść długą drogę w budowaniu pozytywnych relacji.
6. Współpraca: pracuj razem jako zespół. Osoby zajmujące się zbieraniem funduszy często współpracują z różnymi działami, więc należy wspierać ducha współpracy. Dziel się informacjami, przeprowadzaj burze mózgów i wspierajcie wzajemnie swoje cele.
7. Rozwiązywanie konfliktów: konflikty są nieuniknione, ale liczy się sposób radzenia sobie z nimi. Podchodź do nieporozumień profesjonalnie, szukaj wspólnej płaszczyzny i rozwiązań korzystnych dla obu stron. Unikaj osobistych ataków i skup się na rozwiązaniu problemu.

²⁰

https://www.ore.edu.pl/images/files/POWER/zarzadzanie_oswiata/materialy_pomocnicze/Zapewnianie_jakosci_procesu_wspomagania_wprowadzenie.pdf (dostęp: 17.01.2024).

²¹ <https://pomagajsieuczyc.ceo.org.pl/wp-content/uploads/sites/4/2021/10/Strategie-oceniajaca-kszaltujacego-papier-firmowy-SUS.pdf> (dostęp: 17.01.2024).

8. Empatia: zrozum perspektywy swoich współpracowników, w tym fundraiserów. Empatia pomaga budować relacje i wspiera środowisko pracy. Postaw się w ich sytuacji i weź pod uwagę ich uczucia i wyzwania.
9. Nawiązywanie kontaktów: nawiązuj kontakty z fundraiserami i innymi współpracownikami spoza najbliższego zespołu. Bierz udział w wydarzeniach networkingowych, uczestnicz w inicjatywach ogólnofirmowych i buduj profesjonalne relacje między działami.
10. Zdolność adaptacji: bądź elastyczny i zdolny do adaptacji. Fundraiserzy często pracują z różnymi interesariuszami, więc przyjmuj zmiany i dostosowuj swoje podejście w razie potrzeby. Gotowość do nauki i adaptacji wzmacnia relacje^{22, 23}.

Rola fundraisera

1. Czym jest pozyskiwanie funduszy?

Fundraising to proces pozyskiwania funduszy z różnych źródeł na określone cele. Początkowo kojarzony z organizacjami non-profit i zbieraniem pieniędzy na cele społeczne, fundraising obejmuje obecnie również zabezpieczanie inwestycji dla innych przedsięwzięć zorientowanych na zysk. Odgrywa kluczową rolę w utrzymywaniu fundacji charytatywnych (takich jak Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy), przedsięwzięć naukowych, inicjatyw sportowych, instytucji medycznych i placówek kulturalnych.

2. Rodzaje pozyskiwania funduszy:

- Fundraising komercyjny: obejmuje zbieranie funduszy na projekty biznesowe.
- Pozyskiwanie funduszy dla organizacji non-profit: koncentruje się na wspieraniu szkół, organizacji sportowych i pozarządowych.
- Crowdfunding: popularna metoda internetowa, w ramach której osoby fizyczne wpłacają niewielkie kwoty na rzecz projektu lub sprawy.
- Kampanie i wydarzenia: organizowanie imprez fundraisingowych, aukcji, loterii i akcji charytatywnych.

3. Rola i obowiązki fundraisera:

- Fundraiserzy specjalizują się w pozyskiwaniu środków finansowych na cele charytatywne i inne.
- Angażują się w akcje bezpośrednie, kampanie, zbiórki, loterie, aukcje i inicjatywy fundraisingowe.
- Fundraiserzy ściśle współpracują z organizacjami, darczyńcami i społecznością, aby osiągnąć cele finansowe.

4. Umiejętności i kompetencje:

- Tworzenie sieci kontaktów: budowanie relacji z potencjalnymi darczyńcami i inwestorami.
- Komunikacja: skuteczne wyrażanie misji i wpływu organizacji.
- Kreatywność: opracowywanie innowacyjnych strategii pozyskiwania funduszy.
- Negocjacje: przekonanie darczyńców do wniesienia wkładu.
- Zarządzanie projektami: organizowanie i przeprowadzanie kampanii pozyskiwania funduszy.

5. Wynagrodzenie i możliwości kariery:

²² <https://potencjalosobowosci.com/13-zasad-budowania-relacji/> (dostęp: 17.01.2024).

²³ <https://www.testhr.pl/pl/relacje-w-miejscu-pracy-czemu-sa-tak-wazne/> (dostęp: 17.01.2024).

- pomimo tego, że jest to stosunkowo nowa dziedzina, eksperci ds. fundraisingu mogą liczyć na konkurencyjne wynagrodzenie.
- fundraiserzy są poszukiwani przez firmy z różnych sektorów.
- praca fundaisera ma bezpośredni wpływ na stabilność finansową i rozwój organizacji.

6. Zrozumienie roli fundaisera:

- Zaczynij od zrozumienia konkretnych obowiązków fundaisera. Specjalizują się oni w pozyskiwaniu funduszy na cele społeczne, organizacje charytatywne i inne inicjatywy.
- Należy pamiętać, że fundraiserzy współpracują z różnymi interesariuszami, w tym darczyńcami, sponsorami i członkami społeczności.

Podsumowując, fundraiserzy odgrywają istotną rolę w zabezpieczaniu zasobów finansowych zarówno dla przedsięwzięć non-profit, jak i zorientowanych na zysk. Ich umiejętność nawiązywania kontaktu z darczyńcami, skutecznej komunikacji i opracowywania kreatywnych metod pozyskiwania funduszy znacząco przyczynia się do sukcesu organizacji i inicjatyw^{24, 25}.

Plan pracy z fundraiserem

1. Wyznacz jasne cele:

- zdefiniuj cel swoich działań fundraisingowych. Czy zbierasz fundusze na konkretny projekt, wydarzenie czy bieżące operacje?
- wyznacz mierzalne cele, takie jak kwota pieniędzy do zebrania lub liczba nowych darczyńców do pozyskania.

2. Identyfikacja docelowych darczyńców i osób wspierających:

- segmentuj potencjalnych darczyńców na podstawie ich zainteresowań, danych demograficznych i zdolności do przekazywania darowizn;
- weź pod uwagę indywidualnych darczyńców, sponsorów korporacyjnych, fundacje i dotacje rządowe.

3. Opracowanie harmonogramu:

- stwórz oś czasu, która określa kluczowe kamienie milowe, terminy i wydarzenia związane z pozyskiwaniem funduszy;
- przydziel czas na planowanie, wykonanie i ocenę.

4. Wybierz metody pozyskiwania funduszy:

- wybierz odpowiednie metody pozyskiwania funduszy w oparciu o misję organizacji i jej odbiorców;

Typowe metody obejmują:

- wydarzenia: organizuj gale charytatywne, aukcje, spacery lub biegi;
- bezpośrednie kampanie pocztowe: wysyłanie spersonalizowanych listów lub wiadomości e-mail do potencjalnych darczyńców;
- zbieranie funduszy online: skorzystaj z platform crowdfundingowych lub kampanii w mediach społecznościowych;
- partnerstwa korporacyjne: współpraca z firmami w zakresie sponsoringu;
- duże darowizny: pielęgnowanie relacji z zamożnymi osobami.

5. Budżet i zasoby:

- oszacuj koszty związane z każdą metodą pozyskiwania funduszy;

²⁴ <https://www.gowork.pl/poradnik/17/kariera/fundraiser-kim-jest-czym-sie-zajmuje/> (dostęp: 17.01.2024).

²⁵ <https://www.aplikuj.pl/porady-dla-pracownikow/2519/fundraiser-obowiazki-kariera-zarobki-czy-warto-zostac-fundraiserem> (dostęp: 17.01.2024).

- odpowiednie przydzielenie zasobów (personel, wolontariusze, materiały).
6. Komunikacja i marketing:
 - opracuj plan komunikacji, aby dotrzeć do docelowych odbiorców;
 - korzystaj z różnych kanałów (strona internetowa, media społecznościowe, biuletyny), aby promować swoją sprawę;
 - twórz atrakcyjne komunikaty, które będą rezonować z potencjalnymi darczyńcami.
 7. Angażowanie fundraiserów i wolontariuszy:
 - zaangażuj fundraiserów, wolontariuszy i członków zarządu w proces planowania;
 - przydziel konkretne zadania i obowiązki;
 - zapewnienie szkoleń i wsparcia.
 8. Monitorowanie postępów i dostosowywanie:
 - regularnie monitoruj swoje wysiłki w zakresie pozyskiwania funduszy w odniesieniu do wyznaczonych celów;
 - w razie potrzeby dostosuj strategię w oparciu o wyniki;
 - Świątuj sukcesy i ucz się na wyzwaniach.
 9. Oceniaj i ucz się:
 - po zakończeniu kampanii fundraisingowej należy ocenić jej skuteczność;
 - analiza danych, informacji zwrotnych i odpowiedzi darczyńców;
 - wykorzystaj spostrzeżenia, aby ulepszyć przyszłe plany pozyskiwania funduszy²⁶.

Związek z fundraiserem

Budowanie silnych relacji z fundraiserami jest niezbędne do udanej współpracy i osiągnięcia celów fundraisingowych. Poniżej przedstawiamy dziewięć skutecznych sposobów na budowanie znaczących relacji z fundraiserami:

1. Wprowadzenie:
 - zrób pozytywne pierwsze wrażenie: Czy to na wydarzeniu, za pośrednictwem członka zarządu, czy online, wykorzystaj wprowadzenie jako okazję do zaprezentowania misji i wpływu swojej organizacji;
 - podkreślenie problemu: pokaż, w jaki sposób Twoja organizacja zajmuje się konkretną kwestią. Z tych wstępnych interakcji mogą wyłonić się potencjalni darczyńcy długoterminowi.
2. Uznanie dla prezentów i darczyńców:
 - wyrażaj wdzięczność: niezwłocznie potwierdzaj darowizny i szczerze dziękuj darczyńcom. Regularnie doceniaj ich wkład;
 - przygotowywanie raportów: informuj darczyńców o wpływie ich darowizn. Przejrzystość buduje zaufanie.
3. Regularna komunikacja:
 - pozostań w kontakcie: regularnie kontaktuj się z darczyńcami. Korzystaj ze spersonalizowanej komunikacji, aby dzielić się aktualizacjami, historiami sukcesu i nadchodzącymi wydarzeniami;
 - zmieniaj swoje prośby: nie zawsze skupiaj się na prośbach finansowych. Zaprosz darczyńców do wolontariatu, uczestnictwa w wydarzeniach lub udziału w działaniach rzeczniczych.
4. Darczyńcy segmentu:

²⁶ <https://porady.pracuj.pl/stanowiska/fundraiser-zakres-obowiazkow/> (dostęp: 17.01.2024).

- poznaj preferencje darczyńców: korzystaj z platformy do zarządzania darczyńcami, aby segmentować darczyńców na podstawie ich zainteresowań, historii darowizn i preferencji komunikacyjnych;
 - dostosowywanie interakcji: dostosuj swoje podejście w oparciu o profil każdego darczyńcy.
5. Stwórz kulturę doceniania:
- świętuj darczyńców: podkreślaj ich wpływ podczas wydarzeń, newsletterów i postów w mediach społecznościowych;
 - rozpoznawaj kamienie milowe: pamiętaj o rocznicach ich pierwszych prezentów lub innych ważnych momentach.
6. Zaangażowanie offline:
- dzwoń: od czasu do czasu prowadź osobiste rozmowy z darczyńcami. Okaż szczerą zainteresowanie ich perspektywami i doświadczeniami;
 - spotkania twarzą w twarz: w miarę możliwości organizuj spotkania osobiste. Budowanie relacji wykracza poza komunikację cyfrową.
7. Udostępniaj historie wpływu:
- zaprezentuj sukces: dziel się historiami o tym, jak wpłaty darczyńców przynoszą bezpośrednie korzyści Twojej sprawie. Wizualizuj wpływ;
 - zapraszaj darczyńców, aby zobaczyli to na własne oczy: organizuj wizyty w miejscach realizacji projektów lub wydarzenia, podczas których darczyńcy będą mogli zobaczyć swoje wsparcie w akcji.
8. Współpraca przy wydarzeniach fundraisingowych:
- zaangażuj darczyńców: zaangażuj ich w organizację lub udział w wydarzeniach fundraisingowych. Ich aktywne zaangażowanie wzmacnia więzi;
 - wspólne wysiłki: współpraca w celu osiągnięcia wspólnych celów.
9. Sprzężenie zwrotne:
- słuchać i uczyć się: szukaj informacji zwrotnych od darczyńców. Zrozum ich motywacje i obawy;
 - Adaptacja i doskonalenie: wykorzystaj spostrzeżenia, aby udoskonalić swoje strategie i poprawić relacje z darczyńcami ^{27, 28}.

3.4.3. Ćwiczenia

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji on-line szkolenia

Ćwiczenie 1.

Na podstawie powyższego tekstu odpowiedz na następujące pytania:

- 1) **Co jest kluczowym działaniem w budowaniu relacji jako fundraiser?**
- a) Wysyłanie ogólnych wiadomości e-mail do potencjalnych darczyńców.
 - b) Uczestnictwo w wydarzeniach networkingowych i nawiązywanie kontaktów z interesariuszami.
 - c) Okazjonalne publikowanie aktualizacji w mediach społecznościowych.

²⁷ <https://www.funraise.org/blog/donor-relations> (dostęp: 17.01.2024).

²⁸ <https://donorbox.org/nonprofit-blog/donor-relationships> (dostęp: 17.01.2024).

- d) Ignorowanie zapytań od darczyńców.
- 2) Gdzie najlepiej zdobyć wiedzę na temat fundraisingu?
- Zrozumieć podstawy matematyki.
 - Ukończenie kursu na temat technik pozyskiwania funduszy.
 - Zapamiętywanie nazwisk potencjalnych dawców.
 - Biegła znajomość języka obcego.
- 3) Które z poniższych jest koncepcją fundraisingu?
- Calculus.
 - Marketing w mediach społecznościowych.
 - Crowdfunding.
 - Geologia.
- 4) Co jest istotnym elementem propozycji sponsoringu?
- Szczegółowy harmonogram projektu.
 - Lista niepowiązanych projektów.
 - Brak jasności co do celów projektu.
 - Ograniczone informacje na temat odbiorców docelowych.
- 5) Jakie są korzyści z posiadania dobrze skonstruowanego planu pracy?
- Zwiększone zamieszanie wśród członków zespołu.
 - Trudności w śledzeniu postępów.
 - Lepsza organizacja i wydajność.
 - Wyższe prawdopodobieństwo niedotrzymania terminów.
- 6) Jak fundraiserzy mogą utrzymywać relacje z darczyńcami?
- Ignorowanie komunikacji z darczyńcami.
 - Wysyłanie spersonalizowanych listów z podziękowaniami.
 - Nigdy nie dostarczanie aktualnych informacji o postępach projektu.
 - Składanie nierealistycznych obietnic darczyńcom.
- 7) Jaka jest metoda zbierania informacji o potencjalnych dawcach?
- Ignorowanie baz danych darczyńców.
 - Prowadzenie badań rynkowych.
 - Unikanie wydarzeń networkingowych.
 - Odgadywanie potencjalnych interesów darczyńców.

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji stacjonarnej szkolenia

Ćwiczenie 1.

Jak zapewnić wsparcie firmy zewnętrznej w zakresie wyposażenie warsztatów i pracowni szkolnych?

Prowadzący dzieli grupę na 4-5 zespołów. Zadaniem każdego zespołu jest udzielenie odpowiedzi na pytanie:

- Jak uzyskać wsparcie od firmy zewnętrznej w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych?

Grupa prezentuje efekty swojej pracy na flipcharcie w formie graficznej lub graficznej.

Przedstawiciel grupy prezentuje efekty pracy na forum.

Na koniec uczestnicy opracują wspólne podsumowanie aktów prawnych wraz z wnioskami.

Prowadzący podsumowuje ćwiczenie.

3.4.4. Test postępu (samoocena)

Czy potrafisz:	Tak	Nie
1) posługiwać się wiedzą na temat budowania relacji w pracy jako fundraiser?		
2) posługiwać się wiedzą opartą na rozwoju w zakresie teorii stosowanej i metody w zakresie technologii aplikacji i budowania relacji w pracy jako fundraiser?		
3) zrozumieć praktykę oraz centralnie stosowaną teorię i metodę w koncepcjach i technikach zadań wykonywanych przez fundaisera		
4) sugerować ogólne i priorytetowe plany wdrażania projektów sponsoringowych w szkole?		
5) opracować i wdrażać dobrze zorganizowane plany pracy?		
6) budować relacje z istniejącymi członkami/współtwórcami, darczyńcami i sponsorami?		
7) korzystać z kluczowych narzędzi i metod w celu wygenerowania odpowiedniej wiedzy o dostawcach wsparcia, fundacjach itp. oraz ewentualnie o partnerach i interesariuszach?		
8) analizować i oceniać metody i narzędzia do planowania i wdrażania odpowiednich kampanii pozyskiwania funduszy oraz zbierania informacji?		

W przypadku, gdy wybrałeś odpowiedź „NIE”, proponujemy powrót do materiału nauczania i ponowne jego przeanalizowanie celem osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się (wiedzy, umiejętności).

Ewentualnie zachęcamy do sięgnięcia do dodatkowych źródeł informacji wskazanych poniżej.

3.4.5. Rekomendowane źródła informacji

Zalecana literatura – więcej informacji na ten temat można znaleźć w:

- 1) *Activities carried out by the Radom Metal Cluster*, <https://klastermetalowy.radom.pl/o-nas/> (dostęp: 12.03.2024).

- 2) CEDEFOP *Una Mirada a la Formación Profesional España*:
https://www.cedefop.europa.eu/files/8035_es.pdf (dostęp: December 20, 2023).
- 3) Cedefop, & EOPPEP. 2019. *Vocational education and training in Europe: Greece*.
<https://www.cedefop.europa.eu/el/printpdf/tools/vet-in-europe/systems/greece> (dostęp: 20.07.2023).
- 4) *Danske virksomheder løfter et kæmpe uddannelsesansvar på erhvervsuddannelserne*:
<https://www.da.dk/politik-og-analyser/uddannelse-og-kompetencer/2020/danske-virksomheder-loefter-et-kaempe-uddannelsesansvar-paa-erhvervsuddannelserne/> (dostęp: 20.12.2023).
- 5) *ETF (2013), Work-based learning: benefits and obstacles a literature review for policy makers and social partners in ETF partner countries*, European Training Foundation.
- 6) *Ministerstwo Edukacji Narodowej w Polsce: Obowiązek współpracy szkół z pracodawcami*.
<https://www.gov.pl/web/edukacja/obowiazek-wspolpracy-skol-z-pracodawcami> (dostęp: 17.01.2024).
- 7) Pérez Manzano, Ángela, *El aprendizaje basado en el trabajo en España desde la perspectiva europea (Work-based learning in Spain in relation to the European Union)*:
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/32841/TFM-G891.pdf?sequence=1> (dostęp: 20.07.2023).
- 8) *ReferNet*: <https://www.sepe.es/HomeSepe/Personas/formacion/cedefop/ReferNET.html> (dostęp: 20.07.2023).
- 9) *Research from the Foundation for Economic & Industrial Research (2021), "Vocational Education & Training in Greece"*,
http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_27042021_REP_GR.pdf (dostęp: 20.07.2023)
- 10) *Szkolnictwo zawodowe w Polsce – szkoły muszą kształcić na potrzeby rynku pracy*.
<https://fpg24.pl/szkolnictwo-zawodowe-w-polsce-szkoly-musza-ksztalcic-ludzi-na-potrzeby-ryнку-pracy/> (accessed: 20.12.2023).
- 11) Żurek M. (red.), *Przeprowadzenie analizy funkcjonowania dotychczasowego modelu kształcenia dualnego w Radomiu. Raport z przeprowadzonych badań ankietowych i odbytych spotkań Radom 2021*
https://klastermetalowy.radom.pl/wp-content/uploads/2022/01/Raport_analiza-funkcjonalna_ZPRKM.pdf (dostęp: 25.01.2024).

3.5. Monitorowanie i ocenianie procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych

3.5.1. Uszczegółowione efekty uczenia się

W efekcie uczenia się w ramach danego tematu będziesz potrafił:

- rozpoznać i dobrać narzędzia do monitorowania i oceniania procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażania warsztatów i pracowni;
- opisywać zasady sporządzania raportu z analizy monitorowania i oceniania procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażania warsztatów i pracowni
- opracować i wdrożyć systematyczną procedurę kontroli planu sponsoringowego;
- analizować i oceniać kampanię lub projekt pozyskiwania funduszy pod kątem trafności, grupy docelowej i wyboru kanałów;
- sporządzać raport z analizy monitorowania i oceniania procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażania warsztatów i pracowni.



Zdjęcie 6: Ramy oceny: Monitorowanie wsparcia w zakresie wyposażenia szkół
Źródło: <https://designer.microsoft.com/image-creator> (dostęp: 12.03.2024).

3.5.2. Materiał nauczania

Metody, techniki i narzędzia do monitorowania i oceny procesów wsparcia

W tej części opracowania przedstawiono różne metody, techniki i narzędzia wykorzystywane do monitorowania i oceny procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażania warsztatów i pracowni szkolnych.

Przykładowe narzędzia jakie można wykorzystywać w procesach monitorowania i ewaluacji dostarczonego do szkół wyposażenia pracowni i warsztatów szkolnych

1. Kwestionariusze ankiet

Pracownicy ze szkoły zawodowej mogą tworzyć i zarządzać kwestionariuszami ankiet skierowanymi do nauczycieli, uczniów i pracowników administracyjnych w celu zebrania opinii na temat sprzętu dostarczanego przez przedsiębiorstwo. Pytania mogą koncentrować się na użyteczności, trwałości i ogólnym zadowoleniu ze sprzętu. Rekomenduje się skorzystanie z gotowych kreatorów online do tworzenia narzędzia badawczego oraz automatycznego zebrania wyników badań, np. Microsoft Forms, Google Forms, SurveyMonkey.

2. Oprogramowanie do analizy danych

Wykorzystanie oprogramowania takiego jak Google Analytics lub Salesforce do śledzenia i analizowania wskaźników związanych z kampaniami fundraisingowymi. Szkoły mogą monitorować trendy darowizn, poziomy zaangażowania w kampanie i dane demograficzne darczyńców, aby ocenić wpływ działań fundraisingowych.

3. Wizytacje

Przedstawiciele przedsiębiorstw mogą przeprowadzać wizyty w szkołach, aby obserwować, jak wykorzystywany jest sprzęt. Mogą ocenić stan sprzętu, zaobserwować jego wpływ na naukę uczniów i zebrać informacje zwrotne od nauczycieli i uczniów.

Przykładowe narzędzie do monitorowania i oceny procesów wsparcia

Przykładowym narzędziem wykorzystywanego do monitorowania i oceny procesów wsparcia jest „Impact Assessment Toolkit”, czyli zestaw narzędzi do oceny wpływu. Zestaw narzędzi obejmuje:

1. Szablony ankiet: wstępnie zaprojektowane ankiety do zbierania informacji zwrotnych od interesariuszy na temat skuteczności inicjatyw wsparcia.
2. Arkusze kalkulacyjne do analizy danych: arkusz kalkulacyjny Excel z wbudowanymi formułami do analizy odpowiedzi ankietowych i generowania raportów.
3. Wytyczne dotyczące wizytacji: instrukcje krok po kroku dotyczące przeprowadzania wizytacji na miejscu, w tym protokoły obserwacji i pytania do wywiadów.
4. Studia przypadków: przykłady udanych ocen wpływu przeprowadzonych przy użyciu zestawu narzędzi, prezentujące najlepsze praktyki i wyciągnięte wnioski.

Raport z analizy monitorowania i oceny procesów wsparcia

W podrozdziale skoncentrowano się na przygotowaniu raportu podsumowującego analizę monitoringu i ewaluacji procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażania pracowni i warsztatów szkolnych.

Raport powinien być zgodny z określonymi zasadami i wytycznymi, w tym:

- posiadać przejrzystą strukturę prezentacji wyników oraz zawierać zwięzłe podsumowanie kluczowych ustaleń z działań monitorujących i ewaluacyjnych;
- zawierać zalecenia dotyczące doskonalenia, przy czym wskazane zalecenia powinny być możliwe do zrealizowania i przyczyniać się do usprawnienia w przyszłości realizowanych procesów wsparcia;

- przedstawiać wyniki w formie zwizualizowanej w postaci wykresów, diagramów, tak by w ten sposób zwiększyć czytelności i przejrzystości raportu;
- być opracowany przy zaangażowaniu interesariuszy, którzy zapewnią wysoka wiarygodność zebranych danych i sformułowanych rekomendacji.

Przykłady zapisów z raportów

Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych wskazują na wysokie zadowolenie nauczycieli i uczniów z nowego sprzętu dostarczonego przez przedsiębiorstwa, przy czym około 90% respondentów (uczniów i nauczycieli) stwierdziło, że zwiększyło się ich zainteresowanie prowadzonymi zajęciami z wykorzystaniem dostarczonego sprzętu, a tym samym poprawiły się wyniki nauczania.

Analiza danych wykazała 20% wzrost poziomu zaangażowania uczniów od czasu wdrożenia inicjatyw wsparcia.

Zalecenia:

Zwiększenie komunikacji i współpracy między przedstawicielami szkoły zawodowej a przedsiębiorstwa w celu określenia bieżących potrzeb sprzętowych i możliwości dalszego wsparcia. Zbadanie dodatkowych kanałów pozyskiwania funduszy, takich jak sponsoring korporacyjny lub dotacje, w celu utrzymania i rozszerzenia inicjatyw wsparcia w perspektywie długoterminowej.

Wizualizacja:

Wprowadzenie wykresów np. przedstawiających odpowiedzi respondentów i linie trendu obrazujące zmiany poziomów zaangażowania uczniów w czasie.

Infografiki podsumowujące kluczowe ustalenia i zalecenia dla łatwego zrozumienia.

Zaangażowanie interesariuszy:

Raport zostanie przedstawiony dyrekcji szkoły, przedstawicielom przedsiębiorstwa, organu prowadzącego szkołę i odpowiednim interesariuszom z otoczenia społecznego w celu przeglądu i walidacji. Informacje zwrotne zostaną uwzględnione w celu doskonalenia zapisów w raporcie, a tym samym zwiększenia jego wiarygodności.

3.5.3. Ćwiczenia

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji on-line szkolenia

Ćwiczenie 1.

Odpowiedz na następujące pytania:

- 1) Jakiej metody mogą użyć szkoły, aby zebrać informacje zwrotne na temat skuteczności sprzętu dostarczanego przez przedsiębiorstwa?
 - a) Wizyty na miejscu.
 - b) Obserwacje w klasie.
 - c) Wysyłanie wiadomości e-mail do interesariuszy.
 - d) Przeprowadzanie badań ankietowych.
- 2) Które z poniższych narzędzi możemy wykorzystać do oceny monitorowania i oceny procesów wsparcia?

- a) Arkusz kalkulacyjny Excel.
 - b) Dokumenty Google.
 - c) Zestaw narzędzi do oceny wpływu.
 - d) Prezentacja PowerPoint.
- 3) Czym jest zalecenie zawarte w raporcie z oceny skutków?
- a) Zmniejszenie komunikacji między szkołami a przedsiębiorstwami.
 - b) Zbadaj dodatkowe kanały pozyskiwania funduszy.
 - c) Unikanie angażowania interesariuszy.
 - d) Ignorowanie wyników ankiet.
- 4) Co mogą zrobić przedsiębiorstwa, aby ocenić wpływ swoich inicjatyw wsparcia?
- a) Przeprowadzanie wizytacji w szkole.
 - b) Ignorowanie informacji zwrotnych od interesariuszy.
 - c) Ograniczenie komunikacji ze szkołami.
 - d) Zaprzestanie inicjatyw wsparcia.
- 5) Co zawiera zestaw narzędzi do oceny wpływu?
- a) Tylko szablony ankiet.
 - b) Wytyczne dotyczące wizyt na miejscu.
 - c) Arkusze kalkulacyjne do analizy danych.
 - d) Studia przypadków.

Ćwiczenia rekomendowane do przeprowadzenia w wersji stacjonarnej szkolenia

Ćwiczenie 1.

Narzędzia monitorujące procesy wspierania szkół zawodowych przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażenia pracowni i warsztatów szkolnych.

Przebieg ćwiczeń:

1) Prowadzący dzieli uczestników na zespoły składające się z 3-4 osób. Każdy zespół ma za zadanie

- wyodrębnienie obszaru związanego ze sponsorowaniem szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażenia pracowni i warsztatów szkolnych, który będzie podlegał procesowi monitoringu;
- opracowanie kryteriów monitorowania;
- opracowanie narzędzia do monitorowania wyznaczonego obszaru;
- wskazanie potencjalnych problemów, które mogą pojawić się w wyznaczonym obszarze;
- wskazanie działań doskonalących;
- przedstawienie efektów pracy grupy w formie.

2) Prowadzący podsumowuje ćwiczenie.

3.5.4. Sprawdzian postępów (samoocena)

Czy potrafisz:	Tak	Nie
1) rozpoznać i dobrać narzędzia do monitorowania i oceniania procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażania warsztatów i pracowni?		
2) opisywać zasady sporządzania raportu z analizy monitorowania i oceniania procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażania warsztatów i pracowni?		
3) opracować i wdrożyć systematyczną procedurę kontroli planu sponsoringowego?		
4) analizować i oceniać kampanię lub projekt pozyskiwania funduszy pod kątem trafności, grupy docelowej i wyboru kanałów?		
5) sporządzać raport z analizy monitorowania i oceniania procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażania warsztatów i pracowni?		

W przypadku, gdy wybrałeś odpowiedź „NIE”, proponujemy powrót do materiału nauczania i ponowne jego przeanalizowanie celem osiągnięcia zamierzonych efektów uczenia się (wiedzy, umiejętności).

Ewentualnie zachęcamy do sięgnięcia do dodatkowych źródeł informacji wskazanych poniżej.

3.5.5. Rekomendowane źródła informacji

Zalecana literatura – więcej informacji na ten temat można znaleźć w:

- 1) *Activities carried out by the Radom Metal Cluster*, <https://klastermetalowy.radom.pl/o-nas/> (dostęp: 12.03.2024).
- 2) *Dual education at Radmot company*, <https://radmot.com/pl/ksztalcenie-dualne> (dostęp: 12.03.2024).
- 3) Grzonkowska D., Misztal J., Wilińska-Wieczorek J., Żuchowski Z., *Monitorowanie wdrażania podstawy programowej kształcenia ogólnego na II, III, IV etapie edukacyjnym. Poradnik, ORE 2013 (wersja elektroniczna): Istota i rola monitorowania w systemie edukacji* <https://tiny.pl/dhp8c> (dostęp: 20.01.2024).
- 4) *Monitorowanie losów absolwentów uczelni wyższych z wykorzystaniem danych administracyjnych Zakładu Ubezpieczeń Społecznych. Raport końcowy, Instytut Badań Edukacyjnych. Warszawa, styczeń 2014: <https://produkty.ibe.edu.pl/docs/raporty/ibe-raport-monitorowanie-losow-absolwentow.pdf>* (dostęp: 21.12.2023).
- 5) *Roczny raport z przeglądu programu kształcenia. Wydział Farmaceutyczny Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum, Kraków:*

<https://farmacja.cm.uj.edu.pl/cm/uploads/2019/05/2-Raport-kszta%C5%82cenia-kierunek-Analityka-2016-2017.pdf> (dostęp: 21.12.2023).

- 6) Wzór raportu z działań pro jakościowych. Wydział Farmaceutyczny Uniwersytet Jagielloński Collegium Medicum, Kraków: <https://wnz.cm.uj.edu.pl/cm/uploads/2022/01/WZOR-RAPORTU-Z-DZIALAN-PROJAKOSCIOWYCH.docx> (dostęp: 21.12.2023).

4. SŁOWNIK

<i>Angielski</i>	<i>Polski</i>
school management	zarządzanie szkołą
internship diary	dziennik stażu
learning outcomes	efekty uczenia się
exams	egzamin
evaluation	ocena
schedule	harmonogram
patronage class	klasa patronacka
personal competences	kompetencje osobiste
monitoring	monitoring
site visit	wizyta na stronie
negotiations	negocjacje
direct observation	obserwacja bezpośrednia
observations	obserwacje
peer assessment	ocena koleżeńska
assessment	ocena
tutor - instructor of practical vocational training	opiekun - instruktor praktycznej nauki zawodu
employer	pracodawca
employee	pracownik
professional practice	praktyka zawodowa
curriculum	program nauczania
pedagogical preparation	przygotowanie pedagogiczne
parent	rodzic
labour market	rynek pracy
self-esteem	samoocena
diagnostic survey	ankieta diagnostyczna
simulations	symulacje
Vocational school	Szkoła zawodowa
practice tests	testy praktyczne
skill tests	testy umiejętności
student	uczeń
agreement	umowa
resources	zasoby
surveys	ankiety
stakeholder	udziałowiec
progress test	test postępu
exercises	ćwiczenia
monitoring and evaluation	monitorowanie i ocena

impact assessment	ocena wpływu
Fundraising Campaign	Kampania zbierania funduszy
Workshops and Laboratories	Warsztaty i laboratoria
Sponsorship	Sponsoring
Equipping:	Wyposażenie:

5. LITERATURA

- 1) The Danish Approach to Quality in Vocational Education and Training, Danish Ministry of Education. <https://www.uvm.dk/-/media/filer/uvm/publikationer/engelsksprogede/2008-the-danish-approach-to-quality-in-vocational-education-and-training.pdf> (dostęp: 01.03.2024).
- 2) Vocational education and training in Denmark, Danish Ministry of Education. <https://eng.uvm.dk/upper-secondary-education/vocational-education-and-training-in-denmark> (dostęp: 01.03.2024).
- 3) Vocational education and training in Europe, Denmark, CEDEFOP, <https://www.cedefop.europa.eu/en/tools/vet-in-europe/systems/denmark-2019> (dostęp: 01.03.2024).