



Współpraca z biznesem na uniwersytecie dziecięcym na przykładzie Fundacji Uniwersytet Dzieci

IV Kongres Uniwersytetów Dziecięcych,
Warszawa, 5 kwietnia 2017



Kontekst – podmiot współpracujący

MISJA FUNDACJI

“Rozwijamy potencjał twórczy i intelektualny dzieci, aby korzystając w pełni ze swoich talentów, wiedzy i możliwości, rozumiały otaczający je świat i potrafiły w nim działać.”

OD 10 LAT REALIZUJEMY PROJEKTY EDUKACYJNE W CAŁEJ POLSCE

UNIwersYTET DZIECI

PONAD **25 000** STUDENTÓW

300 WOLONTARIUSZY ROCZNIE

500 WSPÓŁPRACUJĄCYCH NAUKOWCÓW

SCENARIUSZE LEKCJI

20 000 NAUCZYCIELI

I EDUKATORÓW

PONAD **200** SCENARIUSZY



Dlaczego biznes?

Z punktu widzenia dziecka:

- firma jako organizacja wiedzy
- firma jako miejsce wykorzystania wiedzy
- firma jako jedno z miejsc, w którym będę po etapie nauki

Z punktu widzenia organizacji:

- współpraca ze środowiskiem lokalnym
- pozyskanie finansowania
- wiedza ekspercka
- know-how kompetencji miękkich
- wprowadzenie dziecka w miejsce pracy

Z punktu widzenia biznesu:

- udział w działaniach edukacyjnych
- CSR
- wolontariat pracowniczy
- rekrutacja przyszłych kadr
- promocja wartości





Jak się do tego zabrać?



Co zrobić, by biznes chciał współpracować?

- budowanie relacji
- dział fundraisingu
- rola prezesa/lidera organizacji
- długotrwały proces
- silna marka
- jasna misja
- jasne warunki brzegowe współpracy – szanujemy się i swoją markę tak samo jak partnera

Formy współpracy (1)

- prowadzenie wykładu
 - prowadzenie warsztatów
 - warsztaty w fabryce/biurze
- Wolontariat pracowniczy
Google, Cisco, 3M, Ocado, IBM,
Moneygram, Bizneslink
- zajęcia dla rodziców
PKO SA
 - eventy organizowane z biznesem
Aspire4Kids – stowarzyszenie firm IT
StartUp Weekend Kids
 - udostępnianie sal



Formy współpracy (2)

- finansowanie wycinka programu PKO SA – wykłady dla rodziców
- finansowanie stypendiów - Blik
- darczynienie
- wsparcie dla organizacji szkolenia pracowników – Technologia w Spódnicy – stowarzyszenie
- audyt bezpieczeństwa IT (pwc)
- audyt HR (Amberstone)
- Szkolenia wolontariuszy
- Wolontariat



- wolontariat, a nie barter
- uwaga na identyfikację korporacyjną
- wykładowca = specjalista, ekspert, czasem CEO firmy, ale nie dyrektor marketingu
- współpraca jak z naukowcem, dokumentacja, prezentacja, przebieg zajęć



Wewnętrzne:

- dobra komunikacja wewn.
- umiejętność obsługi klienta
- ngo/akademy a biznes – różne cele, różne kultury

Zewnętrzne:

- mylenie marketingu i CSR
- raczkujący wolontariat pracowniczy
- ograniczenia korporacyjne partnerów
- naturalna skłonność biznesu do współpracy z organizacjami charytatywnymi





Przykład komunikacji z biznesem. Co zyskasz?

Inwestycja w edukację to **MĄDRA POLITYKA CSR.**

Zbudujesz **WIZERUNEK SWOJEJ FIRMY** wśród uczniów ze swojego regionu.

Pomożesz kształtować **KLUCZOWE KOMPETENCJE** potrzebne do sprawnego funkcjonowania w życiu zawodowym.

Wzmocnisz swoją **POZYCJĘ NA RYNKU.**



Dziękuję za uwagę!



fundacja.uniwersytetdzieci.pl



www.scenariuszelekcji.edu.pl



facebook.com/UniwersytetDzieci



youtube.com/uniwersytetdzieci

Kontakt:

Anna Grąbczewska

anna.grabczewska@ud.edu.pl