

Wycieczki szkolne do firm – praktyczny przewodnik i stadium przypadku dla uczniów, nauczycieli i dyrektorów.

Mały wkład w Światowy Tydzień Przedsiębiorczości dla członków YPO oraz firm rozważających wizytę ze strony szkół.

Richard Lucas Lipiec 2008

Wprowadzenie

Wycieczki szkolne do firm z jednej strony mogą być bardzo uczące, a z drugiej – mogą być stratą czasu. Uczniowie (a być może również nauczyciele i stażyści) odwiedzający firmę nagle znajdują się w zupełnie nowym dla nich środowisku. Odwiedzając muzea, zamki, zoo, trafiają do miejsc zaprojektowanych pod kątem zwiedzania – również przez dzieci. Firmy rzadko przygotowane są do “radzenia sobie” z wycieczkami szkolnymi. Zwykle odwiedzają je partnerzy biznesowi: dostawcy, klienci czy kandydaci do pracy. Tak więc obydwie strony – szkoła i firma - znajdują się poza swoją strefą komfortu. Skutki tego mogą być nieprzewidywalne. Ponieważ wycieczki szkolne do firm nie są częstym zjawiskiem, istnieje niewiele ustalonych wzorców postępowania, a co się z tym wiąże - pozostaje bardzo dużo miejsca na inicjatywę. Jest to w równym stopniu okazja, co zagrożenie. Ten artykuł ma na celu zwiększenie szans na pozytywne efekty takich wizyt, bazując na 20 latach doświadczenia autora w łączeniu środowisk biznesowych i szkolnych.

Cele

Jak przy każdym projekcie, warto postawić proste pytanie o cele. Im lepiej będą one określone, tym bardziej prawdopodobne będzie uzyskanie pozytywnych efektów takich wizyt. Ten artykuł nie jest miejscem na definiowanie celów. Przytoczę jednak najważniejsze cele projektu, za który byłem odpowiedzialny.

- Modelowanie. Jeśli dyrektorem, właścicielem lub pracownikiem odwiedzanej organizacji/firmy jest były uczeń danej szkoły, istnieje jasny przekaz – za kilka lat obecni uczniowie mogą być tacy jak on. Dzieci w wieku szkolnym często traktują wskazówki byłych uczniów swojej szkoły poważniej niż rodziców czy nauczycieli.
- Pokazanie jak wygląda środowisko pracy. Dla większości dzieci będzie to pierwsza tego typu.
- Ukazanie środowiska biznesowego, gdzie dorośli są przyjaźnie nastawieni i otwarci. Wśród ludzi istnieje bowiem stereotyp chciwego i nieprzyjemnego człowieka biznesu. Nie znaczy to, że wszyscy biznesmeni są uroczymi ludźmi. Ułatwianie dzieciom bezpośredniego kontaktu z ludźmi biznesu jest dobrym sposobem na obalanie stereotypów. Warto zwrócić uwagę, że wycieczkę szkolną chętnie będą gościć firmy, które w ponadprzeciętnym stopniu zainteresowane są lokalną działalnością społeczną.
- Aktywne uczestnictwo dzieci, a nie tylko przyglądanie się. Jest to oczywista sprawa – uczniowie zapamiętają więcej, jeśli będą aktywnie brać udział w całej wizycie.

- Zdobyć wiedzę na temat działania rynku. W zależności od wieku i wykształcenia dzieci.
- Pokazanie osób pełniących role nietypowe dla danej płci. Jeśli część menedżerów w firmie to kobiety - co jest wciąż rzadko spotykane w naszej kulturze - warto pokazać to dzieciom.
- Pokazanie, że nigdy nie jest za wcześnie, by zapoznać dzieci ze środowiskiem pracy i przekonać je, że dobrze zorganizowana praca może być źródłem satysfakcji, zadowolenia i zabawy (promując jednocześnie Teorię Y McGregora).

Jeśli jesteś uczniem, nauczycielem, rodzicem lub dyrektorem – jak możesz znaleźć firmę do odwiedzin?

Jest wiele opcji i nie ma "jedynie słusznej wersji". Przede wszystkim daj znać tak dużej liczbie osób, jak się tylko da, że masz taki cel do osiągnięcia – i patrz, jak spływają oferty. Zapytaj uczniów o pomysły, ogłoś to w gazetce szkolnej i na stronie internetowej szkoły, wybadaj opinie rodziców klasy, której jesteś wychowawcą, daj znać w Stowarzyszeniu Rodziców i Nauczycieli, skontaktuj się z lokalnymi organizacjami – lokalną izbą gospodarczą, Junior Achievement, Young Enterprise czy Światowym Tygodniem Przedsiębiorczości. Ogólną zasadą w komunikacji jest: "spotkanie twarzą w twarz jest lepsze niż telefon, a telefon lepszy niż mail". Załóżmy, że masz więcej niż jedną propozycję odwiedzin w firmie. Przyjrzyj się dokładnie logistyce – ile czasu zajmie dojazd tam i z powrotem, ile czasu spędzisz poza szkołą, jak szybko uzyskasz zgodę od rodziców i przełożonych. Warto też zastanowić się czy profil firmy jest odpowiedni dla dzieci. Kwestie kosztów rozważ zarówno w kategoriach dojazdów, jak i tego, co zostałoby wydane na normalne zajęcia w klasie. Ważne, by przynajmniej jeden nauczyciel był gotowy poświęcić więcej czasu i wyjść poza zakres swoich obowiązków by ci pomóc. Szkoły od zawsze organizują wycieczki i odwiedziny - zorganizowanie wizyty w ramach ŚTP rządzi się tymi samymi regułami.

Obowiązkowo czy dla chętnych?

Trzeba się odnieść do tego zagadnienia. Z własnego doświadczenia wiem, że znacznie lepiej jest pracować z małą grupą chętnych uczniów, niż z grupą której powiedziano, że "muszą" przyjść. Bardzo ciężko prowadzi się warsztaty i rzeczy wymagające aktywnego uczestnictwa z niechętnymi temu dziećmi. Również dla firmy nie jest rzeczą motywującą zmaganie się z dziećmi, których nie interesuje to, co się wokół nich dzieje. W przypadku polskiego Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości proponuję, żeby firma otwierająca swe podwoje dla gości, przygotowała się na wizytę kilku grup chętnych z różnych szkół.

Przygotowanie przed wizytą

Gdy uzgodnimy już, która firma zostanie odwiedzona, zarówno ona, jak i szkoła powinny podjąć kilka prostych działań.

Dla szkoły

Nauczyciel powinien zaprosić pracowników firmy. Opowiedzą oni, czym zajmuje się ich firma, jak działa, jakie produkty/usługi proponuje, jakie ma przychody (jeśli jest to organizacja komercyjna) lub jak jest finansowana (jeśli jest organizacją niekomercyjną np. fundacją czy jednostką publiczną). Firma powinna wysłać osobę, która wywiera największe wrażenie na innych – jest to potężne narzędzie wzbudzające wśród dzieci zainteresowanie firmą. Dzieci lub młodzież powinni wejść na

stronę www firmy. Jest to praktyczny przykład użycia Internetu do zbierania informacji i nauki (uczenie poprzez działanie). Nauczyciel może uczniom pomóc w znalezieniu odpowiedzi na proste pytania – Kto? Co? Jak? Przedyskutuj oczekiwania. Wyjaśnij dzieciom wyraźnie, że firma jest miejscem pracy, i że muszą odnosić się z szacunkiem do innych i chętnie współpracować. Jest to jeden z powodów dla których wyżej stawiam wizyty “ochotników”.

Przygotowania przed wizytą - dla przedsiębiorstwa.

Potrzeba przynajmniej jednego pracownika firmy do koordynacji wizyty, uzgodnienia z kierownictwem co będzie się działo, zaplanowania działań wraz ze szkołą oraz poinformowania reszty organizacji. Taka osoba powinna być wolontariuszem i poprosić o pomoc innych, również na zasadzie wolontariatu. Jeśli jest taka potrzeba, warto zakomunikować, że nie zakłóci to normalnej pracy w firmie. Nie jest łatwo ludziom oderwać się normalnej pracy. Osoby zaangażowane po stronie szkoły i firmy nie powinny zakładać, że przepracowana załoga ścigająca się z terminami poświęci im więcej czasu, niż będzie to konieczne (nawet jeśli bardzo chce). Większość profesjonalnych organizacji zmagają się z podobnym problemem.

Dobrze jest by nauczyciel pojawił się w firmie, zanim przyjdzie tam z wycieczką. Dzięki temu będzie mógł obejrzeć miejsce i uzgodnić plan działań. Spacer po budynku jest dobrym pomysłem, ponieważ nauczyciel może zauważyć coś, na co nie zwracają uwagi pracownicy (niebezpieczne schody, dostęp do toalet) i odwrotnie – pracownicy mogą być świadomi kwestii, których nie jest świadom nauczyciel.

Odpowiedzialność - zarówno szkoła, jak i firma muszą wiedzieć, kto jest za co odpowiedzialny.

Miej jasny obraz całości oraz szczegółów. Nie jest to skomplikowane, ale musi być przemyślane: Czy sale na spotkania i projektor są zarezerwowane? Co ma się dziać, kiedy i w jakiej kolejności? Przygotowania na wejściu. Część recepcyjna musi być przygotowana na duży przepływ gości. W przypadku wizyty w naszej firmie powiesiliśmy na drzwiach frontowych i sali spotkań kartki, by goście poczuli się miło powitani.

Prezentacja firmy. Sposób, w jaki firma przedstawia się typowym partnerom, może nie być dopasowany do kontekstu wycieczki szkolnej. Podstawowe informacje – co robimy, jakie mamy przychody, ile zarabiają pracownicy, jaka jest u nas ścieżka kariery – może nie zainteresować każdego.

Zwiedzanie miejsca. Niech będzie maksymalnie nieuciążliwe. W naszym projekcie w każdym odwiedzonym pomieszczeniu była jedna osoba przygotowana, by przez 1-2 minuty opowiedzieć uczniom, co się w danym miejscu dzieje. Podzieliliśmy również odwiedzających na dwie grupy, tak by nie tworzyć tłumu. Użyj Video filmów – śmiesznych lub zmuszających do myślenia klipów z Youtube, TED czy Videojug. Gry i warsztaty udadzą się z zaangażowanymi dziećmi. Podziel ich na grupy, które będą miały za zadanie przemyśleć “powody dla których warto zapisać się do naszej szkoły”. Ćwiczenie to rozwija kilka obszarów: myślenie marketingowe (w kategoriach cech i korzyści), umiejętności dyskusowania w grupie oraz prezentacji na forum grupy.

Pożegnanie/koniec wizyty. Robiliśmy zdjęcia podczas wycieczki i zakończyliśmy zdjęciami przed wejściem do firmy, co jest naturalnym i odpowiednim finałem.



Zdjęcie 1. Jakie są najlepsze cechy naszej szkoły? 16 letnie uczennice polskiej szkoły podczas warsztatu, będącego częścią Polskiego Dnia Przedsiębiorczości

Przeprowadzenie krótkiej ankiety wśród rodziców (Aneks 2). Dotyczyła ona pracy rodziców oraz możliwości odwiedzin w ich miejscu pracy.



Zdjęcie 2. Pożegnalne zdjęcie i powrót do szkoły

Budowanie zespołu. Po wycieczce szkolnej w firmie warto spotkać się i publicznie podziękować osobom zaangażowanym w ten projekt.

Inne pomysły po zakończeniu wycieczki

Po wizycie dobrze jest umieścić zdjęcia dzieci na firmowej stronie www tak, by mogły wchodząc na nią znaleźć tam siebie.

Praca domowa po wycieczce, w której uczniowie opisują wizytę i czego się nauczyli.

Komunikacja i docenienie. Kartka lub list z podziękowaniami pomoże zrozumieć uczniom, że ci którzy ich gościli, powinni zostać docenieni za poświęcenie.

Aneks 1. Podsumowanie odwiedzin i podziękowania od nauczyciela dla PMR.

„.....”

Przede wszystkim chciałabym podziękować wszystkim zaangażowanym w wizytę dzieci z Przedszkola w firmie PMR. Tym podobne wycieczki, gdzie dzieci spotykają i nawiązują kontakt z innymi ludźmi, jak również poznają przeróżne miejsca, są nie tylko wielkim przeżyciem dla tej grupy wiekowej, lecz również pozwalają osiągnąć wiele celów edukacyjnych ze wszystkich obszarów nauki zawartych w British Curriculum dla 3 i 4 latków (wiedza i rozumienie świata, komunikacja, język i jego znajomość, rozwój matematyczny, rozwój twórczy, rozwój fizyczny, rozwój osobisty, społeczny i emocjonalny).

Pozwolę sobie wyliczyć kilka z nich:

- *Dowiadywanie się o przeszłych i obecnych zdarzeniach we własnym życiu i życiu innych*
- *Znajdowanie zastosowań dla codziennej technologii*
- *Utrzymywanie aktywnego słuchania i odpowiadanie na to co słyszą i widzą poprzez odpowiednie komentarze, pytania i działania*
- *Zdobywanie doświadczeń przy użyciu różnych materiałów, narzędzi, zabaw wyobrazeniowych i zabaw w role oraz ruchu itp.*
- *Kształtowanie dobrych relacji z kolegami i dorosłymi*
- *Rozwijanie pewności w próbowaniu nowych aktywności, przedstawianiu pomysłów i mówienia przed grupą ludzi*
- *Zrozumieniu, że istnieją kody zachowań dla grup ludzi*

Warto wspomnieć że korzyści edukacyjne, jak te wyżej wymienione, należą do “ukrytych” i są dostarczane dzieciom poprzez różne, lecz maksymalnie atrakcyjne działania – jestem pewna że się nam to udało.

Dziękuję jeszcze raz w imieniu własnym i dzieci,

Z pozdrowieniami,

Dominika

