



Pakiet zajęć pozalekcyjnych w zakresie finansowania i przejrzystego rozliczania inicjatyw młodzieżowych: **FINANSE I FUNDRAISING**

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy

wspieramy podlaskie od 30 lat



podlaskie **FORUM MŁODZIEŻY**

PODLASKIE FORUM KOMPETENTNEJ MŁODZIEŻY - rozwój samorządów szkół zawodowych: **BEZPIECZNA PRZYSZŁOŚĆ**

Program zajęć pozalekcyjnych dla uczniów szkół zawodowych: finanse i fundraising

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Fundusz
Młodzieżowy



leadership and vision
Instytut Zarządzania Uniwersytetu w Białymstoku



1. Wprowadzenie

Cel główny

Celem programu jest przygotowanie uczniów szkół zawodowych do skutecznego zarządzania finansami inicjatyw młodzieżowych, planowania budżetu, pozyskiwania funduszy oraz przejrzystego ich rozliczania. Program łączy teorię z praktyką, umożliwiając uczestnikom nabycie kompetencji kluczowych w prowadzeniu projektów społecznych, edukacyjnych i biznesowych.

Program zajęć

Cel główny programu

- Skutecznego zarządzania finansami inicjatyw młodzieżowych,
- Planowania budżetu i kosztorysowania projektów,
- Pozyskiwania środków finansowych (fundraising),
- Przejrzystego zarządzania i rozliczania środków,
- Ewaluacji projektów oraz prezentacji opracowanych rozwiązań.

Program łączy teorię z praktyką, kładąc nacisk na rozwijanie kompetencji analitycznych, negocjacyjnych oraz komunikacyjnych w kontekście prowadzenia projektów społecznych, edukacyjnych i biznesowych.

Moduł 1: Wprowadzenie do finansów i fundraisingu

Cele modułu:

- Zrozumienie podstawowych pojęć finansowych w kontekście projektów młodzieżowych.
- Poznanie różnych źródeł finansowania oraz metod ich wykorzystania.
- Analiza przykładowych inicjatyw pod kątem finansowym.

Kompetencje nabywane:

- Rozumienie terminologii finansowej (budżet, koszty, przychody, rezerwa finansowa).
- Identyfikacja źródeł finansowania (dotacje, sponsoring, crowdfunding, fundusze publiczne).
- Umiejętność analizy budżetów projektów.

1.1 Część teoretyczna (30 minut):

- Wprowadzenie do podstaw finansów: definicje, kluczowe pojęcia.
- Przegląd źródeł finansowania inicjatyw młodzieżowych – przykłady i case study.

rok założenia 1991

- Dyskusja na temat roli finansów w planowaniu i realizacji projektów.

1.2 Ćwiczenia praktyczne (60 minut):

- Praca w grupach: analiza krótkich studiów przypadku – uczniowie oceniają, jakie źródła finansowania byłyby najbardziej odpowiednie dla danych inicjatyw.
- Tworzenie mini-prezentacji z rekomendacjami finansowymi.

1.3 Debata/podsumowanie (30 minut):

- Moderowana dyskusja: „Dlaczego warto znać podstawy finansów przy realizacji projektów?”.
- Podsumowanie kluczowych wniosków i omówienie prezentacji.

Moduł 2: Planowanie budżetu i kosztorysowanie

Cele modułu:

- Opanowanie zasad planowania budżetu projektu.
- Umiejętność sporządzania kosztorysu zgodnie z wymaganiami finansowymi.
- Zrozumienie roli rezerwy finansowej i kategoryzacji wydatków.

Kompetencje nabywane:

- Tworzenie szczegółowego budżetu projektu.
- Dokładne szacowanie kosztów poszczególnych elementów projektu.
- Zarządzanie wydatkami i przewidywanie ryzyka finansowego.

2.1 Część teoretyczna (30 minut):

- Omówienie etapów planowania budżetu: identyfikacja kosztów stałych i zmiennych.
- Zasady kosztorysowania – przykłady i metody szacowania kosztów.
- Znaczenie rezerwy finansowej w projektach.

2.2 Ćwiczenia praktyczne (60 minut):

- Praca w grupach: uczniowie otrzymują scenariusz projektu i sporządzają przykładowy budżet wraz z kosztorysem.
- Ćwiczenia w kalkulacjach – wykorzystanie arkusza kalkulacyjnego lub papierowych formularzy.

2.3 Debata/podsumowanie (30 minut):

- Prezentacja opracowanych budżetów i omówienie różnic w podejściu.
- Dyskusja: „Jakie elementy budżetu są najtrudniejsze do oszacowania i dlaczego?”.

rok założenia 1991

- Podsumowanie i refleksja nad metodami kosztorysowania.

Moduł 3: Pozyskiwanie środków – strategie fundraisingowe

Cele modułu:

- Poznanie metod pozyskiwania środków na inicjatywy młodzieżowe.
- Opracowanie skutecznych strategii fundraisingowych.
- Zrozumienie zasad komunikacji z darczyńcami i sponsorami.

Kompetencje nabywane:

- Prowadzenie kampanii fundraisingowej.
- Negocjowanie warunków współpracy ze sponsorami.
- Tworzenie atrakcyjnych ofert dla potencjalnych darczyńców.

3.1 Część teoretyczna (30 minut):

- Przegląd metod pozyskiwania funduszy: dotacje, sponsoring, crowdfunding, eventy charytatywne.
- Kluczowe elementy strategii fundraisingowej: cele, grupa docelowa, komunikacja.
- Przykłady udanych kampanii – analiza case study.

3.2 Ćwiczenia praktyczne (60 minut):

- Praca w grupach: opracowanie mini-kampanii fundraisingowej dla fikcyjnego projektu, w tym przygotowanie krótkiej oferty dla potencjalnych darczyńców.
- Prezentacja opracowanych strategii i dyskusja na temat ich zalet i wyzwań.

3.3 Debata/podsumowanie (30 minut):

- Dyskusja: „Która metoda pozyskiwania środków wydaje się najbardziej efektywna w warunkach szkoły zawodowej?”
- Podsumowanie kluczowych elementów strategii fundraisingowej i refleksja nad praktycznymi rozwiązaniami.

Moduł 4: Transparentne zarządzanie finansami i rozliczenia

Cele modułu:

- Zapoznanie uczniów z zasadami przejrzystego zarządzania finansami.
- Nauka prowadzenia dokumentacji finansowej.
- Zrozumienie konsekwencji błędów w zarządzaniu środkami.

Kompetencje nabywane:

rok założenia 1991

- Prowadzenie dokumentacji finansowej zgodnie z zasadami transparentności.
- Przestrzeganie procedur rozliczeniowych.
- Umiejętność identyfikacji i unikania błędów finansowych.

4.1 Część teoretyczna (30 minut):

- Omówienie zasad transparentności w zarządzaniu finansami – definicje, normy i standardy.
- Przegląd dokumentacji finansowej: faktury, rachunki, raporty.
- Konsekwencje błędów finansowych – przykłady i studia przypadków.

4.2 Ćwiczenia praktyczne (60 minut):

- Praca w grupach: symulacja prowadzenia księgowości projektu – uzupełnianie przykładowej dokumentacji finansowej.
- Analiza przypadków błędów w zarządzaniu budżetem i dyskusja nad metodami ich unikania.

4.3 Debata/podsumowanie (30 minut):

- Moderowana dyskusja: „Jakie korzyści niesie ze sobą transparentność w finansach projektów młodzieżowych?”.
- Podsumowanie zdobytej wiedzy i omówienie najlepszych praktyk w zarządzaniu finansami.

Moduł 5: Monitoring, ewaluacja i finansowa trwałość projektów

Cele modułu:

- Rozwinięcie umiejętności monitorowania i oceny efektywności finansowej projektów.
- Zrozumienie, jak utrzymać finansową trwałość inicjatywy.
- Poznanie narzędzi do ewaluacji i raportowania wyników.

Kompetencje nabywane:

- Umiejętność przeprowadzania monitoringu finansowego.
- Ocenianie efektywności wydatkowania środków.
- Wdrażanie strategii zapewniających trwałość finansową projektu.

5.1 Część teoretyczna (30 minut):

- Wprowadzenie do metod monitoringu i ewaluacji projektów.
- Narzędzia i wskaźniki oceny efektywności finansowej.
- Omówienie strategii utrzymania trwałości finansowej.

rok założenia 1991

5.2 Ćwiczenia praktyczne (60 minut):

- Praca w grupach: analiza przykładowych raportów i wskaźników efektywności projektów.
- Opracowanie propozycji działań naprawczych lub rozwojowych na podstawie fikcyjnych danych finansowych.
- Dyskusja na temat sposobów zapewnienia długofalowej stabilności finansowej.

5.3 Debata/podsumowanie (30 minut):

- Dyskusja: „Jak monitorować efektywność wydatkowania środków i jakie wskaźniki są kluczowe?”.
- Podsumowanie metod ewaluacji i refleksja nad wdrażaniem strategii trwałości.

Moduł 6: Prezentacja projektów, ewaluacja i przyszłe kierunki działań**Cele modułu:**

- Weryfikacja zdobytej wiedzy poprzez prezentację opracowanych projektów finansowych.
- Ewaluacja trudności i sukcesów w planowaniu finansowania.
- Wypracowanie wizji dalszego rozwoju i wdrażania projektów.

Kompetencje nabywane:

- Umiejętność przygotowania i skutecznej prezentacji projektów.
- Samoocena działań i analiza doświadczeń.
- Planowanie przyszłych działań w kontekście rozwoju inicjatyw finansowanych.

6.1 Część teoretyczna (30 minut):

- Przypomnienie kluczowych elementów cyklu projektowego: planowanie, realizacja, monitoring, ewaluacja.
- Omówienie zasad przygotowania prezentacji projektów – struktura, przekaz, argumentacja.
- Wskazówki dotyczące oceny i samoewaluacji działań.

6.2 Ćwiczenia praktyczne (60 minut):

- Praca w grupach: przygotowanie finalnej prezentacji opracowanego projektu finansowego (budżet, strategia fundraisingowa, monitoring, ewaluacja).
- Prezentacje grupowe przed resztą uczestników, symulacja obrony projektu przed "panel ekspercki" (instruktorzy i rówieśnicy).

6.3 Debata/podsumowanie (30 minut):

- Moderowana dyskusja: „Jakie były największe wyzwania i sukcesy podczas planowania projektu?”.

rok założenia 1991



- Refleksja nad zdobytymi kompetencjami, omówienie wniosków oraz planowanie dalszych kroków i możliwości rozwoju.
- Podsumowanie całego cyklu zajęć oraz wręczenie certyfikatów uczestnictwa (opcjonalnie).

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy

wspieramy podlaskie od 30 lat



podlaskie **FORUM MŁODZIEŻY**

PODLASKIE FORUM KOMPETENTNEJ MŁODZIEŻY - rozwój samorządów szkół zawodowych: **BEZPIECZNA PRZYSZŁOŚĆ**

Finanse i fundraising - materiały szkoleniowe

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Fundusz
Młodzieżowy



leadership and vision
Instytut Zarządzania Uniwersytetu Białostockiego



1. Wprowadzenie

Finanse to dziedzina zajmująca się zarządzaniem środkami pieniężnymi, zarówno na poziomie osobistym, jak i organizacyjnym. W kontekście inicjatyw młodzieżowych kluczowe jest poznanie źródeł finansowania, które mogą obejmować granty, dotacje, sponsoring czy crowdfunding. Każda forma finansowania wiąże się z określonymi wymaganiami, takimi jak konieczność przedstawienia szczegółowego budżetu, raportowania wydatków czy spełnienia kryteriów konkursowych.

Budżet to szczegółowy plan finansowy, który określa przychody i wydatki projektu. Powinien być realistyczny, przejrzysty i dostosowany do celów danej inicjatywy. Wyróżniamy koszty stałe (np. opłaty administracyjne) oraz zmienne (np. materiały, wynagrodzenia). Ważnym elementem budżetu jest rezerwa finansowa, która pozwala na elastyczne reagowanie na nieprzewidziane wydatki.

Kosztorysowanie to proces szacowania kosztów w oparciu o rzeczywiste potrzeby projektu. Stworzenie precyzyjnego kosztorysu zwiększa szanse na otrzymanie dofinansowania, ponieważ instytucje wspierające oczekują szczegółowego wykazu planowanych wydatków.

Fundraising obejmuje różnorodne techniki pozyskiwania funduszy. Najczęściej stosowane metody to aplikowanie o granty, organizowanie zbiórek społecznościowych, współpraca z firmami oraz crowdfunding. Aby kampania fundraisingowa była skuteczna, należy określić cel, przygotować atrakcyjny przekaz i skorzystać z odpowiednich narzędzi promocji, takich jak media społecznościowe, wydarzenia networkingowe czy spotkania z potencjalnymi sponsorami. Fundraising to proces pozyskiwania środków na określony cel, np. realizację projektu społecznego. Aby skutecznie zbierać fundusze, konieczne jest określenie strategii, grupy docelowej oraz narzędzi, które pozwolą na przekonanie potencjalnych darczyńców i sponsorów.

Podczas pozyskiwania środków istotna jest także umiejętność negocjowania warunków współpracy. Firmy i instytucje często oczekują świadczeń zwrotnych, takich jak promocja ich marki czy zaangażowanie w wydarzenia organizowane przez młodzież.

Przejrzystość finansowa jest kluczowym elementem skutecznego zarządzania środkami. Obejmuje prowadzenie ewidencji wpływów i wydatków, archiwizowanie dokumentów księgowych oraz przygotowywanie raportów finansowych. Wiele instytucji wymaga szczegółowego rozliczenia środków, dlatego ważne jest, aby wszystkie wydatki były odpowiednio udokumentowane.

Nieprzestrzeganie zasad transparentności finansowej może prowadzić do utraty wiarygodności i trudności w pozyskiwaniu dalszych funduszy. Dlatego organizacje powinny stosować najlepsze praktyki zarządzania finansami, takie jak audyty wewnętrzne, tworzenie planów oszczędnościowych czy regularne monitorowanie budżetu.

Podsumowanie projektu to kluczowy moment w procesie zarządzania finansami. Uczestnicy analizują swoje działania, wskazują na osiągnięcia oraz identyfikują obszary wymagające poprawy. Prezentacja

rok założenia 1991

projektu przed grupą pozwala na weryfikację skuteczności strategii finansowej, a feedback od innych uczestników i prowadzących umożliwia dalszy rozwój kompetencji.

Ewaluacja projektu obejmuje ocenę realizacji budżetu, skuteczność strategii fundraisingowej oraz przejrzystość zarządzania środkami. To cenne doświadczenie, które pomaga przygotować się do prowadzenia kolejnych inicjatyw.

2. Podstawowe zasady fundraisingu

Fundraising to proces pozyskiwania środków finansowych i materialnych na realizację określonych celów społecznych, edukacyjnych, kulturalnych lub charytatywnych. W jego ramach organizacje, grupy społeczne i indywidualni inicjatorzy projektów angażują różne strategie i narzędzia, aby zdobyć fundusze od darczyńców indywidualnych, firm, instytucji grantowych czy poprzez crowdfunding.

Cel fundraisingu

Aby skutecznie pozyskiwać fundusze, konieczne jest precyzyjne określenie celu. Dobry cel fundraisingowy powinien być:

- **Konkretny** – dokładnie określa, na co potrzebne są środki.
- **Mierzalny** – pozwala łatwo określić postępy w jego realizacji.
- **Osiągalny** – realistyczny do spełnienia w określonym czasie.
- **Istotny społecznie** – trafia w rzeczywiste potrzeby beneficjentów.
- **Określony w czasie** – ma jasno wyznaczone ramy realizacji.

Transparentność i wiarygodność

Darczyńcy chętniej wspierają inicjatywy, które są przejrzyste pod względem finansów. Dlatego warto:

- Regularnie publikować raporty z wydatkowania środków.
- Udostępniać historie beneficjentów i przykłady dotychczasowych działań.
- Pokazywać realne efekty wsparcia poprzez zdjęcia, wideo i świadectwa uczestników projektu.

Budowanie relacji z darczyńcami

Fundraising to nie tylko pozyskiwanie środków, ale także budowanie długotrwałych relacji. Należy:

- Dziękować darczyńcom za wsparcie.
- Informować o postępach projektu.
- Wysyłać personalizowane wiadomości zamiast masowych e-maili.
- Organizować spotkania i wydarzenia dla wspierających.

rok założenia 1991

3. Metody pozyskiwania funduszy

Fundraising indywidualny

Polega na pozyskiwaniu środków od osób prywatnych. Do najpopularniejszych metod należą:

- **Kampanie mailingowe i telemarketing** – wysyłanie wiadomości do potencjalnych darczyńców.
- **Zbiórki uliczne i eventy charytatywne** – organizowanie akcji z udziałem wolontariuszy.
- **Programy darowizn cyklicznych** – zachęcanie do regularnych wpłat (np. 10 zł miesięcznie).
- **Crowdfunding** – zbiórki online na platformach takich jak Zrzutka.pl czy GoFundMe.

Fundraising korporacyjny

Polega na pozyskiwaniu wsparcia od firm i instytucji. Popularne formy to:

- **Sponsoring** – firmy finansują wydarzenia lub projekty w zamian za promocję.
- **Darowizny rzeczowe** – przekazywanie sprzętu, materiałów lub usług.
- **Programy odpowiedzialności społecznej (CSR)** – firmy angażują się w działania na rzecz społeczności.

Granty i dotacje

Organizacje i grupy mogą ubiegać się o dofinansowanie w ramach konkursów grantowych. Aby zwiększyć szanse na uzyskanie środków, warto:

- Dokładnie analizować regulamin konkursu.
- Przygotować profesjonalny wniosek z precyzyjnym budżetem.
- Wskazać, jakie efekty przyniesie projekt i kto na nim skorzysta.

Kampanie 1,5% podatku

Organizacje pozarządowe w Polsce mogą korzystać z mechanizmu przekazywania 1,5% podatku przez osoby fizyczne. Kluczowe elementy skutecznej kampanii:

- Prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych.
- Współpraca z mediami lokalnymi.
- Stworzenie prostych instrukcji dla darczyńców.

rok założenia 1991

4. Strategie i narzędzia fundraisingowe

Tworzenie skutecznych kampanii fundraisingowych

Każda kampania powinna obejmować:

- **Silny przekaz emocjonalny** – ludzie wspierają projekty, z którymi mogą się identyfikować.
- **Multimedia** – dobre zdjęcia i wideo zwiększają skuteczność zbiórek.
- **Jasny cel finansowy** – określenie kwoty do zebrania i harmonogramu działań.
- **Kanały promocji** – social media, mailing, plakaty, wydarzenia.

Wykorzystanie mediów społecznościowych

Social media odgrywają kluczową rolę w fundraisingu. Najlepsze praktyki:

- Publikowanie regularnych aktualizacji o kampanii.
- Live streaming i webinary – prezentacja projektu na żywo.
- Kampanie reklamowe na Facebooku i Instagramie – precyzyjne docieranie do darczyńców.
- Hashtagi i wyzwania virale – angażowanie społeczności w zbiórkę.

Networking i współpraca z influencerami

Influencerzy mogą znacząco zwiększyć zasięg kampanii. Warto:

- Szukać osób, które mają autorytet w danej społeczności.
- Proponować współpracę opartą na wspólnym celu.
- Organizować wyzwania i akcje angażujące ich obserwatorów.

5. Dobre praktyki fundraisingowe

- **Transparentność finansowa** – regularne raportowanie o wydatkach zwiększa zaufanie.
- **Budowanie społeczności wokół projektu** – ludzie chętniej wspierają projekty, w które są emocjonalnie zaangażowani.
- **Testowanie różnych metod** – warto eksperymentować z różnymi strategiami fundraisingowymi.
- **Ciągła komunikacja z darczyńcami** – podtrzymywanie relacji pozwala na długofalowe wsparcie.
- **Personalizacja wiadomości** – im bardziej osobiste podejście, tym większa skuteczność.

rok założenia 1991

5. Wyzwania w fundraisingu

- **Konkurencja o fundusze** – wiele organizacji walczy o te same źródła finansowania.
- **Zmęczenie darczyńców** – ludzie mogą być zniechęceni nadmiarem próśb o wsparcie.
- **Zmieniające się trendy** – fundraising online wymaga ciągłego dostosowywania się do nowych technologii.
- **Brak długofalowego planowania** – skuteczny fundraising wymaga strategii rozłożonej w czasie.

6. Podsumowanie

Fundraising to sztuka budowania relacji, angażowania społeczności i skutecznego komunikowania potrzeb. Wymaga strategicznego podejścia, znajomości różnych metod oraz transparentności w zarządzaniu pozyskanymi funduszami. Skuteczne kampanie fundraisingowe opierają się na połączeniu odpowiednich narzędzi – od crowdfundingowych zbiórek po współpracę z biznesem i instytucjami grantowymi. W dobie cyfrowej transformacji warto wykorzystywać nowoczesne technologie i media społecznościowe, aby skutecznie angażować darczyńców i budować trwałe relacje z osobami wspierającymi dany projekt.

7. Fundraising jako metoda finansowania inicjatyw samorządów uczniowskich w szkołach zawodowych

Samorzady uczniowskie w szkołach zawodowych pełnią kluczową rolę w kształtowaniu aktywności społecznej, rozwijaniu kompetencji organizacyjnych i wzmacnianiu poczucia odpowiedzialności młodzieży. Jednak realizacja ich inicjatyw często wymaga dodatkowych środków finansowych. W warunkach ograniczonego budżetu szkolnego fundraising staje się skutecznym narzędziem umożliwiającym zdobycie funduszy na wydarzenia kulturalne, sportowe, projekty edukacyjne oraz działania charytatywne.

Fundraising dla samorządu uczniowskiego polega na aktywnym pozyskiwaniu środków finansowych i materialnych z różnych źródeł, takich jak lokalne firmy, fundacje, instytucje publiczne czy społeczność szkolna. Może przyjmować różne formy – od organizacji wydarzeń charytatywnych po ubieganie się o granty i dotacje.

Korzyści płynące z fundraisingu w szkołach zawodowych:

- Wzmacnianie samodzielności i inicjatywy uczniów.
- Kształtowanie umiejętności organizacyjnych i przedsiębiorczych.

rok założenia 1991

- Zwiększenie integracji i współpracy w środowisku szkolnym.
- Zdobywanie doświadczeń przydatnych na rynku pracy.

Metody pozyskiwania funduszy przez samorząd uczniowski

Organizacja wydarzeń społecznościowych - szkoły zawodowe, ze względu na profil praktyczny, mogą angażować uczniów do działań fundraisingowych w formie wydarzeń, które jednocześnie pozwalają im rozwijać umiejętności zawodowe.

Przykłady inicjatyw:

- **Kiermasze i bazariki** – sprzedaż własnoręcznie wykonanych produktów, np. wypieków, rękodzieła, ozdób.
- **Turnieje sportowe i e-sportowe** – organizacja płatnych wydarzeń, w których mogą brać udział uczniowie i nauczyciele.
- **Pokazy talentów i koncerty** – sprzedaż biletów na wydarzenia organizowane przez społeczność szkolną.
- **Dni tematyczne i festiwale** – np. dzień kuchni świata, w którym uczniowie gastronomii przygotowują potrawy, a zyski przeznaczane są na fundusz samorządu.

Firmy chętnie wspierają inicjatywy szkolne, szczególnie jeśli są to przedsiębiorstwa związane z branżą, w której kształcą się uczniowie.

Formy współpracy:

- **Sponsoring** – lokalne firmy mogą przekazać fundusze na organizację wydarzenia w zamian za reklamę.
- **Darowizny rzeczowe** – np. materiały budowlane dla uczniów technikum budowlanego czy sprzęt gastronomiczny dla przyszłych kucharzy.
- **Partnerstwo przy projektach społecznych** – firmy mogą wspierać uczniów w realizacji akcji na rzecz lokalnej społeczności.

Granty i dotacje dla samorządów uczniowskich - wiele organizacji i fundacji oferuje wsparcie finansowe dla młodzieżowych inicjatyw społecznych.

Przykładowe źródła finansowania:

- **Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji** – programy wspierające aktywność uczniów.
- **Lokalne programy grantowe** – np. budżety obywatelskie i inicjatywy organizowane przez urzędy miast.

rok założenia 1991

- **Programy korporacyjne** – firmy organizujące konkursy na dofinansowanie projektów młodzieżowych.

Crowdfunding i zbiórki internetowe - platformy crowdfundingowe pozwalają samorządom uczniowskim zbierać fundusze na konkretne projekty. Uczniowie mogą stworzyć kampanię online i zachęcać społeczność lokalną do wsparcia.

Najpopularniejsze platformy w Polsce:

- Zrzutka.pl
- Siepomaga.pl
- PolakPotrafi.pl

Programy lojalnościowe i mikrofinansowanie - samorzady mogą wdrożyć proste programy zbierania funduszy w szkole, np.:

- **Pudełko na drobniaki** – ustawione w widocznym miejscu na datki od uczniów i nauczycieli.
- **Subskrypcje wsparcia** – np. miesięczna składka od uczniów w zamian za dodatkowe atrakcje w szkole.

Aby fundraising był skuteczny, warto przestrzegać kilku zasad:

- **Jasny cel** – każda zbiórka powinna mieć konkretny cel i określoną kwotę do zebrania
- **Przejrzystość finansowa** – raportowanie wpływów i wydatków zwiększa zaufanie darczyńców.
- **Zaangażowanie całej społeczności szkolnej** – im więcej osób wspiera akcję, tym większa jej skuteczność.
- **Promocja w social mediach** – aktywna komunikacja na Facebooku, Instagramie czy TikToku pozwala dotrzeć do szerszej grupy darczyńców.
- **Budowanie relacji z darczyńcami** – podziękowania, raporty i informowanie o efektach projektu wzmacniają zaangażowanie wspierających.

Przykład studium przypadku

Projekt: „Zielona Pracownia” – fundraising na nowoczesne wyposażenie sali biologicznej

Cel: Modernizacja pracowni biologicznej w technikum poprzez zakup nowego sprzętu laboratoryjnego.

Źródła finansowania:

- **Crowdfunding:** kampania na Zrzutka.pl, wsparcie od rodziców i absolwentów.
- **Sponsoring:** lokalna firma ekologiczna przekazała 5 000 zł na zakup mikroskopów.
- **Zbiórki szkolne:** uczniowie sprzedawali własnoręcznie wykonane doniczki z roślinami.

rok założenia 1991

- **Grant z urzędu miasta:** dofinansowanie w wysokości 10 000 zł na ekologiczną edukację.
Efekty: Nowoczesna pracownia, zaangażowanie całej społeczności szkolnej i rozwój kompetencji organizacyjnych uczniów.

Fundraising w samorządach uczniowskich szkół zawodowych to nie tylko sposób na zdobycie funduszy, ale także doskonała okazja do nauki zarządzania projektami, przedsiębiorczości i budowania społecznej odpowiedzialności. Dzięki różnorodnym metodom – od organizacji wydarzeń, przez współpracę z biznesem, aż po crowdfunding – uczniowie mogą skutecznie finansować swoje inicjatywy, jednocześnie zdobywając praktyczne doświadczenia, które przydadzą im się w przyszłej pracy zawodowej.

Jak sfinansować naszą inicjatywę krok po kroku?

Sfinansowanie inicjatywy, np. wydarzenia szkolnego, projektu społecznego czy modernizacji pracowni, wymaga planowania i zastosowania odpowiednich metod fundraisingowych. Oto krok po kroku, jak skutecznie zdobyć fundusze na realizację pomysłu.

Krok 1: określenie celu i potrzeb

- **Co chcemy zrealizować?** – precyzyjne określenie projektu, np. organizacja festiwalu zawodów, modernizacja biblioteki, wyjazd edukacyjny.
- **Dlaczego to ważne?** – uzasadnienie wartości inicjatywy dla szkoły i społeczności.
- **Jakie są potrzeby finansowe?** – określenie, ile środków jest wymagane i na co dokładnie zostaną przeznaczone.

Przykład: „Chcemy zorganizować szkolny hackathon technologiczny, który rozwinie umiejętności programowania i współpracy wśród uczniów technikum informatycznego. Potrzebujemy 8 000 zł na wynajem sali, nagrody dla uczestników i catering.”

Krok 2: stworzenie budżetu projektu

Sporządzenie przejrzystego kosztorysu pomoże określić, jakie kwoty są niezbędne.

Budżet powinien zawierać:

- Koszty stałe (np. wynajem sali, transport).
- Koszty zmienne (np. materiały, catering).
- Rezerwę finansową na nieprzewidziane wydatki (ok. 10%).

Przykład kosztorysu dla szkolnego hackathonu:

- Wynajem sali – 2 500 zł
- Nagrody dla uczestników – 3 000 zł
- Catering – 1 500 zł

rok założenia 1991

- Materiały promocyjne – 1 000 zł

Narzędzia pomocne w planowaniu budżetu:

- Arkusze Google (darmowe zarządzanie budżetem)
- Planery finansowe (np. Budżet Domowy)

Krok 3: wybór źródeł finansowania

Zbiórki i wydarzenia szkolne

- Organizacja kiermaszów, loterii, festynów, konkursów z wpisowym.
- Sprzedaż własnoręcznie wykonanych produktów (np. wypieków, gadżetów).
- 2. Sponsoring i współpraca z biznesem
- Pozyskanie lokalnych firm jako sponsorów w zamian za promocję ich działalności (np. logo na materiałach promocyjnych).
- Prośba o wsparcie rzeczowe (np. sprzęt, nagrody dla uczestników).

Granty i dotacje

- Ubieganie się o środki z lokalnych programów grantowych, np.:
 - Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji
 - Programy budżetu obywatelskiego
 - Miejskie programy młodzieżowe

Crowdfunding – zbiórki internetowe

- Założenie kampanii na platformach takich jak:
 - Zrzutka.pl
 - PolakPotrafi.pl
 - Siepomaga.pl

Mikrofinansowanie i akcje wewnętrzne

- Szkolne „pudełko na drobniaki” – zbiórka od uczniów i nauczycieli.
- Subskrypcje szkolne – np. płatne „dni bez mundurka”.

Krok 4: promocja inicjatywy

Jak skutecznie zachęcić do wsparcia?

- Stworzenie chwytliwego hasła promującego akcję.

rok założenia 1991

- Aktywność na mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok).
- Plakaty i ulotki informacyjne w szkole i lokalnej społeczności.
- Prezentacja projektu na zebraniach szkolnych i spotkaniach z rodzicami.
- Nagranie krótkiego wideo promującego inicjatywę.

Przykładowe hasła:

- „Pomóż nam stworzyć nowoczesną pracownię – każda złotówka się liczy!”
- „Zainwestuj w przyszłość młodych informatyków – wesprzyj naszą zbiórkę!”

Krok 5: realizacja i monitoring środków

- Prowadzenie rejestru wpływów i wydatków w arkuszu Google.
- Regularne informowanie darczyńców o postępach projektu.
- Dokumentowanie każdej transakcji i wydatku.

Narzędzia ułatwiające zarządzanie budżetem:

- Excel / Arkusze Google
- Aplikacje do księgowości (np. Money Lover, Mint)

Krok 6: rozliczenie i raportowanie

Po zakończeniu zbiórki i realizacji projektu warto przygotować:

- **Raport finansowy** – podsumowanie wpływów i wydatków.
- **Podziękowania dla sponsorów i darczyńców** – np. dyplomy, posty na social media.
- **Relację z wydarzenia** – zdjęcia, filmiki, podsumowanie efektów.

Przykładowe podziękowanie: „Dzięki Waszemu wsparciu udało się zebrać 8 500 zł i zorganizować hackathon technologiczny! Uczestniczyło w nim 50 uczniów, którzy zdobyli cenne doświadczenie w programowaniu i pracy zespołowej. Dziękujemy wszystkim darczyńcom i sponsorom za zaufanie i wsparcie!”

Aby skutecznie sfinansować inicjatywę w szkole zawodowej:

- Określ cel i budżet projektu.
- Wybierz odpowiednie źródła finansowania.
- Zaplanuj kampanię promocyjną.
- Monitoruj wydatki i prowadź przejrzystą księgowość.
- Rozlicz projekt i podziękuj darczyńcom.

rok założenia 1991



- Zastosowanie tych kroków pozwoli nie tylko zdobyć fundusze, ale także nauczyć uczniów przedsiębiorczości, zarządzania projektami i odpowiedzialności finansowej.

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy

wspieramy podlaskie od 30 lat



podlaskie **FORUM MŁODZIEŻY**

PODLASKIE FORUM KOMPETENTNEJ MŁODZIEŻY - rozwój samorządów szkół zawodowych: **BEZPIECZNA PRZYSZŁOŚĆ**

Analiza SWOT fundraisingu w szkole zawodowej

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Fundusz
Młodzieżowy



leadership and vision
Instytut Zarządzania Uniwersytetu Białostockiego



kompetencje do pracy

1. Wprowadzenie

W zarządzaniu analiza SWOT jest stosowana do analizy wewnętrznego i zewnętrznego otoczenia organizacji, a także analizy projektu czy rozwiązania biznesowego. Jest stosowana jako uniwersalne narzędzie pierwszego etapu analizy strategicznej. Pozwala wykorzystać zgromadzone informacje do opracowania strategii działania opartej na silnych stronach i szansach, przy jednoczesnym eliminowaniu bądź ograniczaniu słabych stron i zagrożeń.

Mocne strony (Strengths)	Słabe strony (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> Praktyczne umiejętności uczniów – możliwość organizacji wydarzeń fundraisingowych związanych z zawodem (np. usługi fryzjerskie, gastronomiczne). Wsparcie nauczycieli i dyrekcji – dostęp do zaplecza szkoły, mentorów i organizacyjnego wsparcia. Lokalna społeczność – firmy, instytucje i mieszkańcy mogą chętnie wspierać młodych ludzi zdobywających zawód. Elastyczność i kreatywność – uczniowie mogą dostosować metody zbiórki do swoich umiejętności. Możliwość współpracy z pracodawcami – potencjalni sponsorzy mogą wspierać uczniów jako przyszłych pracowników. 	<ul style="list-style-type: none"> Brak doświadczenia w pozyskiwaniu funduszy – trudności w pisaniu wniosków, negocjacjach ze sponsorami i promocji działań. Ograniczone zasoby finansowe – trudność w sfinansowaniu startowych kosztów inicjatyw. Niska świadomość fundraisingu – brak nawyku wspierania inicjatyw uczniowskich w niektórych środowiskach. Brak długoterminowej strategii – większość działań fundraisingowych ma jednorazowy charakter. Ograniczone umiejętności marketingowe – trudności w promocji wydarzeń i budowaniu relacji z darczyńcami.
Szanse (Opportunities)	Zagrożenia (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> Programy grantowe – możliwość pozyskania funduszy z instytucji publicznych i organizacji wspierających edukację. Współpraca z firmami – lokalne przedsiębiorstwa mogą inwestować w rozwój uczniów i szkoły. 	<ul style="list-style-type: none"> Konkurencja o środki – inne organizacje i szkoły mogą ubiegać się o te same granty i wsparcie. Brak stabilności finansowej – fundraising może nie zapewniać regularnych środków na działania uczniów.

rok założenia 1991

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Crowdfunding i media społecznościowe – łatwy dostęp do szerokiej grupy potencjalnych darczyńców. • Organizacja wydarzeń społecznych – np. dni otwarte, kiermasze czy pokazy umiejętności uczniów mogą przyciągnąć sponsorów. • Partnerstwa z NGO – współpraca z organizacjami pozarządowymi może ułatwić dostęp do finansowania. | <ul style="list-style-type: none"> • Problemy organizacyjne – brak jasno określonych ról i obowiązków w zespole fundraisingowym. • Nieprzewidywalność – zależność od zainteresowania darczyńców i sponsorów. • Biurokracja – skomplikowane procedury ubiegania się o dofinansowanie i rozliczania środków. |
|--|---|

Dzięki tej analizie uczniowie szkół zawodowych mogą świadomie planować swoje działania fundraisingowe, minimalizować ryzyka i wykorzystywać szanse na skuteczne pozyskiwanie funduszy.

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadry, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
 fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy

wspieramy podlaskie od 30 lat



podlaskie **FORUM MŁODZIEŻY**

PODLASKIE FORUM KOMPETENTNEJ MŁODZIEŻY - rozwój samorządów szkół zawodowych: **BEZPIECZNA PRZYSZŁOŚĆ**

Drzewo decyzyjne do fundraisingu

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Fundusz
Młodzieżowy



leadership and vision
Instytut Zarządzania Uniwersytetu Białostockiego



1. Wprowadzenie

Poniższe drzewo decyzji pomoże określić najlepszą strategię fundraisingową dla inicjatywy uczniowskiej w szkole zawodowej.

2. Drzewo decyzyjne

Pytanie 1: Jaki jest cel fundraisingu?

- Opcja 1: Mały projekt szkolny (np. zakup sprzętu, organizacja wydarzenia) → Przejdź do Pytania 2
- Opcja 2: Długoterminowy projekt (np. modernizacja pracowni, stworzenie programu stypendialnego) → Przejdź do Pytania 3

Pytanie 2: Jak szybko potrzebne są środki?

- Opcja 1: Krótkoterminowe potrzeby (do 3 miesięcy) → Przejdź do Pytania 4
- Opcja 2: Możliwe dłuższe oczekiwanie (powyżej 3 miesięcy) → Przejdź do Pytania 5

Pytanie 3: Czy projekt wymaga dużych środków finansowych?

- Opcja 1: Tak, potrzebujemy dużej sumy (powyżej 10 000 zł) → Skoncentruj się na grantach, partnerstwach z firmami, crowdfundingiem
- Opcja 2: Nie, wystarczy mniejsza suma (do 10 000 zł) → Zastosuj zbiórki lokalne, sponsoring, crowdfunding społecznościowy

Pytanie 4: Czy fundraising może być połączony z aktywnością uczniów?

- Opcja 1: Tak → Organizacja wydarzeń (np. kiermasze, loterie, usługi zawodowe uczniów, np. naprawy, fryzjerstwo, catering)
- Opcja 2: Nie → Zbiórki pieniężne wśród społeczności szkolnej, akcje SMS, drobni sponsorzy

Pytanie 5: Czy mamy możliwość napisania wniosku o dofinansowanie?

- Opcja 1: Tak → Aplikacja o granty lokalne, krajowe i unijne
- Opcja 2: Nie → Partnerstwa z firmami, crowdfunding, działania społeczne

rok założenia 1991

3. Gotowe strategie fundraisingowe w zależności od odpowiedzi

- **Crowdfunding** (np. Zrzutka.pl, Patronite) – gdy cel jest jasno określony, a społeczność jest gotowa do wsparcia.
- **Sponsoring lokalnych firm** – jeśli projekt jest związany z branżą, w której uczniowie się kształcą.
- **Granty i dotacje** – dla dużych i długoterminowych projektów.
- **Wydarzenia szkolne** – dla szybkiego i angażującego fundraisingu.
- **Usługi uczniowskie (np. naprawy, gastronomia)** – jeśli szkoła zawodowa ma profil praktyczny.

To drzewo decyzji pomoże podjąć najlepszą decyzję o metodzie finansowania inicjatywy uczniowskiej

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy

wspieramy podlaskie od 30 lat



podlaskie **FORUM MŁODZIEŻY**

PODLASKIE FORUM KOMPETENTNEJ MŁODZIEŻY - rozwój samorządów szkół zawodowych: **BEZPIECZNA PRZYSZŁOŚĆ**

Metaplan w fundrasingu

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Fundusz
Młodzieżowy



leadership and vision
Instytut Zarządzania Uniwersytetu Białostockiego



1. Wprowadzenie

Metoda Metaplanu to technika dydaktyczna i moderacyjna stosowana w pracy grupowej, szczególnie w edukacji, szkoleniach i warsztatach. Pozwala na efektywne zbieranie, porządkowanie i analizowanie pomysłów uczestników, sprzyjając kreatywnej dyskusji i angażując wszystkich członków grupy.

Założenia metody Metaplanu

- Uczestnicy pracują w małych grupach, a ich opinie są zapisywane na kartkach (np. samoprzylepnych) lub planszach.
- Wszystkie pomysły są widoczne dla grupy, co pozwala na swobodną wymianę myśli.
- Moderator pełni rolę organizatora dyskusji, ale nie narzuca odpowiedzi.
- Ważna jest anonimowość wypowiedzi – uczestnicy nie podpisują swoich kartek, co sprzyja otwartości.

Przebieg pracy z Metaplanem

- Formułowanie pytania lub problemu – jak zebrać fundusze na naszą inicjatywę?
- Zbieranie pomysłów – uczestnicy zapisują swoje odpowiedzi na osobnych kartkach.
- Grupowanie i kategoryzacja – moderator układa odpowiedzi w logiczne bloki tematyczne.
- Analiza i dyskusja – uczestnicy omawiają powstałe kategorie, uzupełniają je i oceniają.
- Podsumowanie – sformułowanie wniosków, które mogą stać się podstawą dalszych działań.

Zastosowanie Metaplanu

- W edukacji: analiza problemów, refleksja nad procesem uczenia się.
- W szkoleniach: generowanie pomysłów, ocena strategii, tworzenie planów działania.
- W zarządzaniu: konsultacje zespołowe, podejmowanie decyzji w grupie.

To metoda, która świetnie sprawdza się w nauczaniu, ponieważ aktywizuje uczestników, pozwala na demokratyczne podejście do omawianych zagadnień i ułatwia wyciąganie wspólnych wniosków.

2. Metaplan

1. Jak jest? (diagnoza rzeczywistości)

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy

Obecnie fundraising w szkołach zawodowych jest realizowany sporadycznie i często bez długofalowej strategii. Inicjatywy samorządów uczniowskich oraz nauczycieli zazwyczaj ograniczają się do jednorazowych zbiórek, kiermaszy czy współpracy z lokalnymi sponsorami. Brakuje systematycznego podejścia do pozyskiwania funduszy, a uczniowie często nie mają wiedzy na temat skutecznych metod fundraisingu. Problemy, które utrudniają skuteczne zbieranie środków, to:

- brak świadomości dostępnych źródeł finansowania (granty, crowdfunding, dotacje),
- niska aktywność uczniów i nauczycieli w pozyskiwaniu środków,
- brak umiejętności pisania wniosków grantowych i prowadzenia kampanii fundraisingowych,
- ograniczone kontakty z biznesem i organizacjami pozarządowymi,
- brak długoterminowej strategii finansowania inicjatyw uczniowskich.

2. Jak powinno być? (stan docelowy)

Fundraising powinien stać się integralnym elementem działalności samorządów uczniowskich i społeczności szkolnej. Idealny model finansowania inicjatyw uczniowskich w szkołach zawodowych obejmuje:

- Zorganizowane podejście do fundraisingu – uczniowie, nauczyciele i dyrekcja wspólnie opracowują strategię pozyskiwania środków.
- Edukację w zakresie fundraisingu – organizacja warsztatów i szkoleń dla uczniów w zakresie pisania wniosków, organizowania zbiórek i nawiązywania współpracy z firmami.
- Wykorzystanie różnorodnych źródeł finansowania – dotacje, crowdfunding, sponsorzy, programy unijne.
- Regularne działania fundraisingowe – nie tylko jednorazowe akcje, ale długoterminowa strategia budowania relacji z darczyńcami i partnerami.
- Zaangażowanie uczniów i społeczności – aktywne uczestnictwo uczniów w planowaniu i realizacji działań fundraisingowych.

3. Dlaczego nie jest tak, jak powinno być? (przyczyny problemu)

- Brak wiedzy i kompetencji – uczniowie i nauczyciele często nie znają skutecznych metod pozyskiwania funduszy.
- Niedostateczne wsparcie systemowe – brak mechanizmów wspierających szkolny fundraising, takich jak gotowe materiały, szkolenia czy sieciowanie.

rok założenia 1991

- Ograniczony czas i zasoby – nauczyciele i uczniowie mają inne obowiązki, które utrudniają poświęcenie wystarczającej ilości czasu na fundraising.
- Trudności w nawiązywaniu partnerstw – mała aktywność w budowaniu relacji z firmami, organizacjami i samorządami lokalnymi.
- Brak długofalowej strategii – fundraising często jest prowadzony chaotycznie, bez planu i wyznaczonych celów.

4. Co dalej? (wnioski i rekomendowane rozwiązania)

- Edukacja i szkolenia – organizowanie warsztatów z pisania wniosków grantowych, prowadzenia kampanii crowdfundingowych, negocjacji z potencjalnymi sponsorami.
- Tworzenie zespołów fundraisingowych – powołanie w szkołach grup uczniów i nauczycieli odpowiedzialnych za pozyskiwanie środków.
- Budowanie relacji z biznesem i organizacjami – nawiązywanie partnerstw z lokalnymi firmami, organizacjami pozarządowymi i instytucjami, które mogą wspierać finansowo inicjatywy uczniowskie.
- Wykorzystanie różnych źródeł finansowania – aplikowanie o granty, organizowanie zbiórek internetowych, tworzenie stałych partnerstw z darczyńcami.
- Promowanie dobrych praktyk – dzielenie się sukcesami fundraisingowymi wśród uczniów i nauczycieli, aby inspirować kolejne inicjatywy.
- Wprowadzenie systematycznego planowania – opracowanie strategii fundraisingowej na cały rok szkolny, uwzględniającej różne metody i cele zbiórek.

Sukces fundraisingu w szkołach zawodowych wymaga świadomego podejścia, edukacji oraz budowania długoterminowych relacji z darczyńcami i partnerami. Przyjęcie metodycznego planowania i stałego angażowania uczniów sprawi, że fundraising stanie się skutecznym narzędziem finansowania inicjatyw uczniowskich.

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy

wspieramy podlaskie od 30 lat



podlaskie **FORUM MŁODZIEŻY**

PODLASKIE FORUM KOMPETENTNEJ MŁODZIEŻY - rozwój samorządów szkół zawodowych: **BEZPIECZNA PRZYSZŁOŚĆ**

Kształtowanie postaw obywatelskich u uczniów szkół zawodowych

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Fundusz
Młodzieżowy



leadership and vision
Instytut Zarządzania Uniwersytetu Białostockiego



Wprowadzenie

Kształtowanie postaw obywatelskich u uczniów szkół zawodowych jest kluczowe, aby przygotować młodzież do aktywnego, odpowiedzialnego i świadomego uczestnictwa w życiu społecznym, politycznym i gospodarczym. Postawy obywatelskie obejmują takie wartości jak szacunek dla innych, odpowiedzialność za wspólne dobro, aktywność społeczna, świadomość praw i obowiązków obywatelskich, a także zdolność do rozwiązywania problemów na poziomie lokalnym i krajowym.

W kontekście szkół zawodowych, które kształcą przyszłych pracowników wielu branż, kształtowanie postaw obywatelskich powinno być uzupełnione o rozwój kompetencji finansowych i organizacyjnych. Zdolność do pozyskiwania i przejrzystego rozliczania funduszy na inicjatywy młodzieżowe jest kluczowym elementem aktywności społecznej i zawodowej.

Obszary powiązane z postawami obywatelskimi i kompetencjami finansowymi

Edukacja o prawach i obowiązkach obywatelskich

- Zapoznanie uczniów z podstawami systemu prawnego, funkcjonowaniem instytucji państwowych oraz prawami i obowiązkami obywatelskimi.
- Nauka świadomego korzystania z praw wyborczych i wpływu na lokalne decyzje.
- Omówienie znaczenia płacenia podatków i ich roli w budżecie państwa oraz samorządu.

Rozwijanie kompetencji społecznych i komunikacyjnych

- Kształtowanie umiejętności efektywnej komunikacji, negocjacji i pracy w grupie.
- Organizacja warsztatów z wystąpień publicznych i prezentowania własnych pomysłów.
- Nauka rozwiązywania konfliktów i podejmowania decyzji w grupie.

Wychowanie do odpowiedzialności społecznej

- Udział w inicjatywach społecznych, wolontariacie i projektach charytatywnych.
- Organizacja wydarzeń i projektów wspierających lokalną społeczność.
- Kształtowanie postaw odpowiedzialności za środowisko i działania ekologiczne.

Współpraca z lokalną społecznością

- Nawiązywanie współpracy z organizacjami pozarządowymi, samorządami i instytucjami publicznymi.
- Organizacja wspólnych projektów i inicjatyw społecznych z lokalnymi partnerami.
- Uczestnictwo w wydarzeniach społecznych i obywatelskich.

Uczenie szacunku dla demokracji i różnorodności

rok założenia 1991

- Promowanie wartości demokratycznych, takich jak równość, tolerancja i szacunek dla różnorodności.
- Organizacja debat na tematy społeczne i obywatelskie.
- Aktywny udział w wyborach szkolnych i lokalnych projektach obywatelskich.

Rozwijanie kompetencji finansowych i przedsiębiorczych w inicjatywach młodzieżowych

1) Podstawy pozyskiwania funduszy na inicjatywy młodzieżowe

- Wprowadzenie do mechanizmów finansowania projektów społecznych i kulturalnych.
- Pozyskiwanie środków z grantów, funduszy samorządowych, crowdfundingowych i sponsorów.
- Tworzenie skutecznych wniosków o dofinansowanie – struktura, argumentacja, cele projektu.

2) Organizacja i budżetowanie wydarzeń

- Planowanie kosztów i tworzenie budżetu wydarzenia.
- Monitorowanie wydatków i odpowiedzialne zarządzanie środkami.
- Omówienie przykładów dobrze i źle zarządzanych projektów finansowych.

3) Transparentność i rozliczanie środków

- Znaczenie przejrzystości w zarządzaniu funduszami.
- Przygotowywanie raportów finansowych i rozliczanie projektów.
- Dokumentacja i kontrola wydatków – jak prawidłowo prowadzić księgowość projektową.

4) Praktyczne warsztaty z zarządzania projektami młodzieżowymi

- Tworzenie zespołu projektowego i podział ról.
- Planowanie działań i harmonogram realizacji.
- Symulacja projektów młodzieżowych – od pomysłu do rozliczenia.

Aktywne uczestnictwo w życiu szkoły

- Wzmacnianie roli samorządu uczniowskiego jako organizacji podejmującej decyzje i zarządzającej projektami.
- Organizacja kampanii wyborczych i szkoleń dla samorządu uczniowskiego.
- Budowanie platformy współpracy między uczniami a nauczycielami i dyrekcją szkoły.

Promowanie idei wolontariatu i zaangażowania obywatelskiego

- Tworzenie lokalnych grup wolontariackich w szkole.
- Organizowanie akcji społecznych, takich jak pomoc seniorom, działania charytatywne, ekologiczne czy edukacyjne.
- Udział w ogólnopolskich programach wolontariackich i projektach obywatelskich.

Metody realizacji programu

- **Warsztaty interaktywne** – praktyczne ćwiczenia i symulacje.

rok założenia 1991

- **Projekty zespołowe** – organizowanie wydarzeń społecznych i kulturalnych.
- **Spotkania z ekspertami** – współpraca z przedstawicielami organizacji pozarządowych, samorządów i instytucji finansujących.
- **Wizyty studyjne** – odwiedzanie instytucji publicznych i organizacji pozarządowych.
- **Debaty i dyskusje** – omawianie kluczowych zagadnień związanych z obywatelstwem i finansami.
- **Case study** – analiza rzeczywistych projektów i ich finansowania.

Rezultaty programu

Po zakończeniu programu uczniowie będą:

- świadomi swoich praw i obowiązków obywatelskich,
- potrafili efektywnie współpracować w grupie i podejmować decyzje,
- aktywnie uczestniczyli w życiu szkoły i społeczności lokalnej,
- zdolni do planowania i organizacji wydarzeń społecznych oraz kulturalnych,
- znali mechanizmy pozyskiwania funduszy i umieli je przejrzysto rozliczać,
- mieli doświadczenie w przygotowywaniu budżetów i zarządzaniu środkami finansowymi.

Ewaluacja programu

- **Ankiety wśród uczestników** – ocena efektywności i satysfakcji z zajęć.
- **Ocena realizacji projektów młodzieżowych** – liczba zgłoszonych i zrealizowanych inicjatyw.
- **Analiza jakości przygotowanych budżetów i rozliczeń** – sprawdzenie poprawności dokumentacji finansowej.
- **Podsumowanie efektów podczas spotkania finałowego** – prezentacja osiągnięć uczestników.

Podsumowanie

Program „Kształtowanie postaw obywatelskich i kompetencji finansowych” ma na celu nie tylko rozwój świadomości obywatelskiej, ale również nauczenie uczniów praktycznych umiejętności organizacyjnych i finansowych. Dzięki zajęciom młodzież będzie przygotowana do aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym, realizacji projektów młodzieżowych oraz przejrzystego zarządzania funduszami.

rok założenia 1991

wspieramy podlaskie od 30 lat



podlaskie **FORUM MŁODZIEŻY**

PODLASKIE FORUM KOMPETENTNEJ MŁODZIEŻY - rozwój samorządów szkół zawodowych: **BEZPIECZNA PRZYSZŁOŚĆ**

Rozwijanie kompetencji świadomości i ekspresji kulturalnej

rok założenia 1991

Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, tel (085) 653 77 00
fax (085) 732 95 05, NIP 542-20-98-509, e-mail: fundacja@bfkk.pl, www.bfkk.pl

kompetencje do pracy



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Fundusz
Młodzieżowy



leadership and vision
Instytut Zarządzania Uniwersytetu Białostockiego



1. Wprowadzenie

Program zajęć pozalekcyjnych ma na celu rozwój świadomości i ekspresji kulturalnej uczniów poprzez ich aktywne uczestnictwo w różnorodnych wydarzeniach artystycznych, warsztatach i projektach twórczych. Program obejmuje również naukę finansowania i rozliczania inicjatyw młodzieżowych, co pozwoli uczniom na efektywne planowanie i realizowanie własnych działań artystycznych.

W ramach zajęć uczniowie będą angażować się w zespoły muzyczne, happeningi, koncerty charytatywne, konkursy artystyczne, a także uczestniczyć w lekcjach muzealnych, wykładach, zwiedzaniu wystaw i spotkaniach z wybitnymi artystami.

2. Cele programu

Cele ogólne:

- Rozwijanie kreatywności i umiejętności artystycznych uczniów.
- Poszerzanie świadomości kulturowej poprzez aktywne uczestnictwo w wydarzeniach artystycznych.
- Kształtowanie umiejętności organizacji, finansowania i rozliczania projektów młodzieżowych.
- Aktywizacja uczniów poprzez ich udział w różnorodnych inicjatywach pozalekcyjnych i pozaszkolnych.

Cele szczegółowe:

- Pogłębianie wiedzy o sztuce, muzyce i kulturze w praktyczny sposób.
- Kształtowanie umiejętności autoprezentacji i wystąpień publicznych.
- Nauka pozyskiwania środków finansowych na realizację projektów artystycznych.
- Rozwijanie zdolności organizacyjnych i zarządzania wydarzeniami kulturalnymi.
- Wspieranie współpracy z instytucjami kultury oraz udział w wydarzeniach artystycznych i konkursach..

3. Struktura programu

Moduł	Tematyka	Metody pracy	Czas realizacji
I. Świadomość kulturalna	<ul style="list-style-type: none"> • Rola kultury w życiu społecznym 	<ul style="list-style-type: none"> • Warsztaty dyskusyjne • Wykłady, prezentacje 	4 spotkania (8h)

rok założenia 1991

	<ul style="list-style-type: none"> • Tradycje i współczesność w kulturze lokalnej • Ekspresja artystyczna jako narzędzie komunikacji 	<ul style="list-style-type: none"> • Spotkania z artystami • Wizyty w instytucjach kultury 	
II. Twórcza ekspresja – warsztaty artystyczne	<ul style="list-style-type: none"> • Tworzenie sztuki – zajęcia praktyczne (teatr, muzyka, plastyka) • Organizacja i udział w koncertach, występach solowych, happeningach • Przygotowanie własnych projektów artystycznych 	<ul style="list-style-type: none"> • Warsztaty praktyczne • Praca w grupach • Organizacja szkolnych występów • Udział w przeglądach artystycznych 	6 spotkań (12h)
III. Organizacja i finansowanie wydarzeń kulturalnych	<ul style="list-style-type: none"> • Planowanie i zarządzanie projektem artystycznym • Pozyskiwanie funduszy (granty, sponsorzy, crowdfunding) • Podstawy budżetowania i rozliczania inicjatyw młodzieżowych 	<ul style="list-style-type: none"> • Case study • Praca projektowa • Warsztaty z ekspertami ds. finansowania kultury 	5 spotkań (10h)
IV. Udział w inicjatywach pozaszkolnych	<ul style="list-style-type: none"> • Możliwości zaangażowania w działania organizacji i instytucji kultury • Wolontariat w wydarzeniach kulturalnych • Tworzenie własnych projektów i zgłaszanie inicjatyw 	<ul style="list-style-type: none"> • Wizyty studyjne • Spotkania z przedstawicielami instytucji kultury • Praca nad własnymi pomysłami 	4 spotkania (8h)

4. Metody pracy

- **Warsztaty kreatywne** – rozwijanie umiejętności artystycznych, teatralnych, muzycznych i plastycznych.
- **Praca projektowa** – uczniowie będą samodzielnie planować i realizować wydarzenia kulturalne.
- **Spotkania z ekspertami** – osoby zajmujące się kulturą i finansowaniem projektów podzielą się doświadczeniem.
- **Spotkania z artystami** – poznanie kulisy pracy w kulturze i sztuce.
- **Case study** – analiza przykładów udanych projektów kulturalnych.
- **Wizyty studyjne** – wyjścia do muzeów, teatrów, domów kultury, galerii sztuki, spotkania z lokalnymi twórcami.
- **Zajęcia praktyczne** – organizacja własnych wydarzeń kulturalnych w szkole i społeczności lokalnej.

5. Przykładowe działania w ramach programu

1. **Organizacja szkolnego festiwalu kultury**, podczas którego uczniowie zaprezentują swoje talenty i projekty artystyczne.

rok założenia 1991

2. **Tworzenie kampanii promującej kulturę lokalną** – posty w mediach społecznościowych, wystawy, reportaże.
3. **Udział w miejskich wydarzeniach kulturalnych** jako wolontariusze lub współorganizatorzy.
4. **Przygotowanie projektu kulturalnego i pozyskanie środków na jego realizację** – np. wystawa fotograficzna, koncert, spektakl teatralny.
5. **Współpraca z lokalnymi artystami i instytucjami kultury**, np. domem kultury, biblioteką, teatrem.
6. **Warsztaty z zakresu pisania projektów**, pozyskiwania funduszy i budżetowania inicjatyw artystycznych.

6. Rezultaty programu

Po zakończeniu programu uczniowie będą:

- świadomi roli kultury w społeczeństwie i swoich możliwości twórczych,
- potrafili organizować wydarzenia kulturalne i pozyskiwać na nie fundusze,
- znać podstawy finansowania i rozliczania inicjatyw młodzieżowych,
- umieli efektywnie współpracować z instytucjami kultury i organizacjami,
- posiadali rozwinięte umiejętności pracy zespołowej, autoprezentacji i zarządzania projektami.

7. Ewaluacja programu

- **Ankiety ewaluacyjne** na początku i końcu zajęć, mierzące poziom wiedzy i satysfakcję uczniów.
- **Analiza zaangażowania uczniów w projekty** – liczba zgłoszonych i zrealizowanych inicjatyw.
- **Opinia partnerów zewnętrznych** – ocena współpracy z instytucjami kultury i ekspertami.
- **Prezentacja efektów prac uczniów** podczas finałowego wydarzenia podsumowującego program.

8. Podsumowanie

Program pozwoli uczniom szkoły zawodowej nie tylko rozwijać swoje talenty artystyczne, ale także zdobyć praktyczne umiejętności w zakresie organizacji, finansowania i rozliczania wydarzeń kulturalnych. Uczestnicy będą angażować się w działania twórcze, brać udział w konkursach i przeglądach artystycznych oraz uczyć się, jak skutecznie planować i realizować własne inicjatywy.

rok założenia 1991