

Kogo uczymy przedsiębiorczości?

Who do we teach entrepreneurship?

Michał Furmanik

IV Liceum Ogólnokształcące im. Tadeusza Kościuszki w Krakowie

PRZEDMIOT I CELE PRACY:

Referat pt. „Kogo uczymy przedsiębiorczości?” dotyczy wyników badania przeprowadzonego na grupie 205 uczniów rozpoczynających naukę przedmiotu „podstawy przedsiębiorczości” w liceum.

Autor badania (nauczyciel i doktorant) pragnął sprawdzić czy uczniowie postrzegają samych siebie za osoby przedsiębiorcze, czy przedsiębiorczość wiąże z wrodzonymi cechami charakteru czy też traktują jako cechę nabywaną. Badacz pyta dzieci o ich plany na przyszłość, szuka paradygmatów dotyczących ich przekonań względem natury ludzkiej, kwestii zaufania, hierarchii wartości, a także szuka związku pomiędzy chęcią założenia własnej działalności a płcią badanych lub doświadczeniem ich rodzin w zakładaniu i prowadzeniu firmy. Dzieci dzielą się swoją oceną trudności prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.

Dodatkowym celem autora jest wykorzystanie metody action research w pracy nauczyciela, aby mógł on lepiej dostosować sposoby i treści nauczania/motywowania do uczniów, z którymi pracuje.

ZASTOSOWANE METODY:

Action research, badanie ankietowe za pomocą kwestionariusza składającego się z 11 pytań zamkniętych.

NAJISTOTNIEJSZE WNIOSKI:

W pracy z uczniami należy wskazywać im przejawy przedsiębiorczości w zachowaniu/pracy ponieważ ponad 1/3 uczniów uznaje się za osoby, które nie są przedsiębiorcze.

Należy wzmacniać w uczniach przekonanie dotyczące tego, że przedsiębiorczość można rozwijać niezależnie od posiadanych cech i płci.

Warto przybliżyć uczniom wiedzę na temat własnych predyspozycji zawodowych, wskazywać konsekwencje wynikające z samozatrudnienia i innych form zatrudnienia, jak również prowokować ich do refleksji dotyczącej zaufania względem ludzi (większość badanych opowiada się za twierdzeniem, że ludziom nie można ufać) i hierarchii wartości.

Zdaniem autora referatu w skutecznym nauczaniu podstaw przedsiębiorczości istotne jest poznanie uczniów oraz ich przeświadczeń na temat rzeczywistości. Jego zdaniem lekcje tego przedmiotu stwarzają doskonałą okazję ku motywowaniu uczniów do refleksji nad własnym samorozwojem i wzmacnianiu świadomej pracy nad nim, a przez to rozwijaniu przedsiębiorczości.

Przy okazji w autor ukazuje wartość metody action research w pracy nauczyciela.

Organizatorzy / Organisers:



Zakład Przedsiębiorczości
i Gospodarki Przestrzennej
Instytut Geografii
Uniwersytet Pedagogiczny
w Krakowie



Komisja Geografii Przemysłu
Polskiego Towarzystwa
Geograficznego



Fundacja „Edukacja
dla Społeczeństwa”
w Warszawie



Wydawnictwo
„Nowa Era”