

---

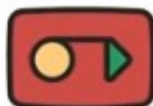
# КАК СТАТЬ НАСТАВНИКОМ ПРОЕКТОВ

---

Юрий Молодых

Как найти партнеров и заказчиков?

**Лекториум**  
lektorium.tv



по заказу  
Академии наставников

2019

Проектная команда при реализации проекта всегда начинается со взаимодействия с заказчиком. При организации детско-взрослых проектов, как правило, проще работать с организациями, которые заинтересованы в образовательном результате участников. Если же организация нацелена на продуктовый результат, ей проще нанять для работы профессионалов.

Признаки, по которым можно найти партнеров:

- Наличие «живых» студенческих практик
- Наличие кафедры/факультета в вузе
- Любые формы работы со школьниками
- Стажировки / работа с интернами

Нужно помнить, что выстраивание отношений с партнером занимает несколько месяцев (в лучших случаях — пару месяцев). В начале работы необходимо сформировать дорожную карту отношений с партнером, которая включала бы все этапы вплоть до утилизации продукта кружка (от дедлайнов с учетом специфики образовательного учреждения до утилизации результата, к которому придут школьники).

Этими задачами может заниматься как наставник, так и третье лицо (например, носитель практик будущего, представитель площадки).

### Как найти партнеров и заказчиков?

Тип компании	Цели	Ресурсы
Крупный бизнес	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Профориентация и формирование интереса к сфере своей деятельности</li> <li>• Формирование кадров для отрасли в целом, «обогрев Вселенной»</li> <li>• GR федерального уровня</li> <li>• «Прокачивание» внутренних кадров через внешние образовательные программы и корпоративную социальную ответственность (КСО)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бюджеты в области кадровой политики, КСО</li> <li>• Политическое влияние, особенно в регионах присутствия, моногородах и т. п.</li> <li>• Большое число потенциальных наставников</li> </ul>
Средний технологический бизнес	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Решение конкретных кадровых потребностей, формирование воронки отбора, в том числе на конкретные проекты</li> <li>• GR, участие в гос. программах, в том числе образовательных</li> <li>• Популяризация в нишевых направлениях</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Целевое финансирование кадровых программ (хакатоны, акселераторы и т. п.)</li> <li>• Серьезная технологическая экспертиза (но часто неготовность пускать в свои практики будущего)</li> </ul>
Малый бизнес	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Инвестиционная и GR-привлекательность</li> <li>• Выход на новые рынки (в том числе окологосударственные)</li> <li>• Формирование собственного «кадрового насоса»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Технологический энтузиазм</li> <li>• Экспертиза и близость к практикам будущего</li> <li>• Иногда даже работа на своей площадке</li> </ul>

Если вы имеете опыт сотрудничества с компаниями из одной категории и никогда не пробовали взаимодействовать с другими, постарайтесь понять, кто для вашего проекта сможет стать потенциальным партнером в той или иной категории.