

Studentų pilietinių, mokslinių, verslumo, kūrybinių ir sportinių projektų  
lėšų skyrimo, panaudojimo ir atsiskaitymo už panaudotas lėšas tvarkos  
aprašo  
3 priedas

### PROJEKTO SANTRAUKA

<b>Projekto pavadinimas</b>	<b>Tarptautinis socialinio verslo situacijų konkursas „Creative Shock“</b>
<b>Projekto vykdytojas</b>	<b>ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto studentų atstovybė</b>
<b>Projekto įgyvendinimo laikotarpis</b>	2021/10/04 – 2021/11/28
<b>Projekto poreikio pagrindimas</b>	<p>Socialinis verslas – tai unikalus verslo modelis, kuris geba suderinti aktualių socialinių problemų sprendimą su užtikrintu finansiniu verslo patvarumu. Daugelyje pasaulio šalių ši netradicinė verslo koncepcija yra gan nauja, todėl organizacijos susiduria ne tik su vidiniais iššūkiais, tokiais kaip balansavimas tarp vertybinių ir materialinių įmonės tikslų dirbant su skirtingomis socialinėmis grupėmis, bet ir santykinai per mažu visuomenės ir žiniasklaidos dėmesiu, konservatyviu požiūriu į naujus verslo modelius bei inovacijas, socialinio verslo neapibrėžtumu teisinėje sistemoje.</p> <p>Prie naujo verslo modelio populiarinimo Lietuvoje ženkliai prisidėjo autoritetingos nevyriausybines organizacijos bei viešosios įmonės, tarp jų ir „Geri norai“, „NVO Avily“, „Versli Lietuva“ ir kita. Socialinio verslo plėtrą Lietuvoje taip pat remia bei gerą patirtimi dalinasi Britų taryba Lietuvoje. Nors Lietuvos valdžios pagalba socialinių verslų bei juos palaikančių organizacijų šalyje vis daugėja, deja, šio verslo modelio žinomumas, ypač jaunimo tarpe, vis dar yra nedidelis.</p> <p>Atsižvelgdami į esamą situaciją Lietuvoje ir atstovaudami vadybos ir ekonomikos universitetui, tarptautiniu socialinio verslo situacijų sprendimo konkursu „Creative Shock“ ir jo finaline konferencija Vilniuje siekiame skatinti socialinį verslumą Lietuvoje, kviečiame jaunas žmones, socialines organizacijas bei socialinius verslus dirbti išvien. Šio konkurso metu studentai iš viso pasaulio sprendžia realias socialinio verslo rinkodaros, finansų, strateginio valdymo bei kitas problemas pritaikydami universitete įgytas žinias ir tuo pačiu socialinio verslo atstovams pateikia problemų sprendimo būdus. „Creative Shock“ konkurso dalyvių laukia dveji nuotoliniai atrankiniai etapai, po jų 10 geriausiai pasirodžiusių komandų pateks į Lietuvoje vyksiantį finalinį etapą, kurio preliminarini data yra lapkričio 25-28 dienomis, o 5 geriausios komandos varžysis dėl pagrindinio prizo. Visą projektą tradiciškai vainikuoja socialinio verslo konferencija, kurios metu Lietuvos bei užsienio socialinio verslo atstovai dalinasi savo socialinio verslo sėkmės istorijomis</p>

	<p>Neretai jauni žmonės savo studijuojamose srityse ir pasirinktose karjerose ieško realios pridėtinės vertės kūrimo bendruomenėms, ką gali pasiūlyti socialinis verslas. Geroji patirtis rodo, jog socialinės organizacijos bei gabūs jaunuoliai, susipažinę su socialinio verslo problematika, suvieniję jėgas gali išspręsti daug verslo organizacijų problemų, užtikrinti finansinį stabilumą, stiprinti socialinį pokytį visuomenėje.</p> <p>Per „Creative Shock“ gyvavimo metus sukūrėme daug partnerysčių su įvairiomis organizacijomis, socialinio verslo profesionalais iš viso pasaulio, kurių patirtis ir įžvalgos ženkliai praturtina jaunus žmones, besiruošiančius kurti Lietuvos ateitį.</p> <p>Dėl šių priežasčių norime sukurti kuo patrauklesnį konkursą bei konferenciją, supažindinti į įvairias sritis besigilinančius jaunus žmones su socialinio verslo modeliu, pateikti socialinį verslą kaip įdomų iššūkį ir potencialią karjeros galimybę (turime pavyzdžių, kuomet buvę konkurso dalyviai įsidarbina socialiniame versle arba patys įkuria savo socialinį verslą savo šalyse).</p>
<b>Projekto tikslas</b>	<p><b>Šviesti studentus ir jaunus žmones socialinio verslo tema, suteikti bazines žinias apie jo įkūrimą, patirčių perdavimą bei skatinti prisidėti prie socialiai atsakingos Lietuvos ir tarptautinės bendruomenės kūrimo. Taip pat raginti studentus pasirinkti socialinį verslą kaip karjeros galimybę.</b></p>
<b>Projekto dalyviai, dalyvių skaičius</b>	<p><b>Projekto tikslinė auditorija yra ekonomikos, finansų ir verslo studijų krypties studentai. Planuojama sulaukti 2000 studentų registracijų, iš kurių 40 geriausiai pasirodžiusių studentų bus pakviesti į finalinį etapą.</b></p>
<b>Projekto veiklos</b>	<p><b>Sudaryti detalią ir informatyvią konferencijos programą;</b>  <b>Pakviesti 4 socialiniame versle dirbančius lektorius iš viso pasaulio;</b>  <b>Bendradarbiaujant su socialinėmis organizacijomis ir intelektualiais partneriais paruošti finalinio etapo savaitgalio veiklas. Top 10 komandų laukia finalinė verslo situacija socialinį verslą, taip pat seminarai apie socialinio verslo įkūrimą bei jo veiklos vykdymą;</b>  <b>Sukurti patrauklią ir veiksmingą, šviečiamąją viešųjų ryšių strategiją;</b>  <b>Užtikrinti efektyvią su renginiu susijusios informacijos sklaidą Vilniaus mieste bei įvairiose medijose.</b></p>
<b>Laukiami projekto įgyvendinimo rezultatai</b>	<p><b>„Creative Shock“ konferencijoje dalyvaujantys 4 profesionalūs pranešėjai iš sėkmingų socialinių verslų, savo pranešimais konferencijos žiūrovams suteikiantys daug reikalingos ir įkvepiančios informacijos apie socialinį verslą, jo pradžią bei savo sėkmę (socialinis verslas akcentuojamas kaip puiki karjeros galimybė, leidžianti įgyvendinti tiek asmeninius tikslus, tiek siekti pridėtinės vertės bendruomenei);</b>  <b>Paruoštos 4 finalinio etapo savaitgalio partnerių veiklos socialinio verslo tema;</b>  <b>Aktyvesnė komunikacija LinkedIn, Facebook, Instagram platformose, 2 informaciniai ir šviečiamieji straipsniai naujienų portale „Delfi“. Sukurta viešųjų ryšių kampanija ne tik kviečia dalyvauti konferencijoje, bet ir šviečia socialinio verslo tema bei skatina imtis naujų iniciatyvų. Aktyvios ir tikslingos komunikacijos pagalba į finalinę</b></p>

	<b>konferenciją pritraukta 200 žiūrovų.</b>
<b>Projekto partnerių pavadinimai</b>	<b>ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas</b>

**Vadovas ar jo įgaliotas asmuo**

*(vardas, pavardė)*