



Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego

Platforma Kształcenia Społecznościowego – WeLearning

Temat innowacyjny: Nowe modele kształcenia przez całe życie, w tym integrowanie funkcjonujących modeli kształcenia ustawicznego

Nazwa projektodawcy: Wyższa Szkoła Europejska im. ks. Józefa Tischnera

Tytuł projektu: Platforma Kształcenia Społecznościowego – WeLearning

Numer umowy: UDA-POKL.04.01.01-00-307/11-00

Opracowanie:

Paulina Biedrońska

Małgorzata Grzelewska

Łukasz Leszczyński

Anna Łokcik

Alicja Ortynecka

Marta Siuta-Darocho

Konrad Szpak

Kraków 2013

Spis treści

I. Uzasadnienie	3
II. Cel wprowadzenia innowacji	7
III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego	10
V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa	21
VI. Strategia upowszechniania.....	24
VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki.....	32
VIII. Kamienie milowe drugiego etapu projektu	36
IX. Analiza ryzyka.....	37
ZAŁĄCZNIKI	42

I. Uzasadnienie

1.1 Opis problemów

Projekt „Platforma Kształcenia Społecznościowego – We-Learning” odpowiada na dwa główne problemy: niedostosowanie oferty uczelni do zmian społeczno-ekonomicznych (niż demograficzny) oraz niski udział w kształceniu osób pracujących (25-64 l.), które docelowo powinny stać się jednymi z głównych odbiorców działań uczelni.

Zachodzące od 2002 r. zmiany demograficzne szczegółowo przeanalizowane przez Instytut Sokratesa w raporcie „Demograficzne Tsunami” (2011) wymagają od uczelni stworzenia oferty dla osób, które do tej pory nie były głównymi odbiorcami ich działań (dotąd byli to studenci studiów I i II stopnia i słuchacze studiów podyplomowych). Do 2025 r. zmniejszy się liczba osób w przedziale wiekowym 20-24 l. (na podstawie „Warunki funkcjonowania WSE”, badania własne, 2010). W związku z trendami demograficznymi uczelnie powinny upatrywać szansy w kształceniu podyplomowym i innych formach Life Long Learning i w tym celu wykorzystywać istniejącą infrastrukturę akademicką oraz kadrę naukową (na podst. opracowań: Centrum Analiz i Ewaluacji Polityki Publicznej UJ, 2009). Uczelnie nie posiadają tymczasem mechanizmów utrzymujących w dalszym kształceniu osoby, które ukończyły edukację formalną, tj. osoby, z których większość ukończyła 25 l. i jest aktywna zawodowo. Z punktu widzenia uczelni, rynkowym problemem jest brak systemowych programów pozwalających utrzymać klientów; tymczasem praktyka i badania wskazują, że dużo trudniejsze – i mniej efektywne kosztowo – jest pozyskanie nowych klientów niż utrzymanie dotychczasowych.

Jeśli chodzi o udział w kształceniu os. pracujących (25-64 lat), to choć aż 45% z nich deklaruje udział w jakichkolwiek formach kształcenia w ciągu ostatniego roku, to aż dla 31% było to głównie kształcenie nieformalne o charakterze samokształceniowym tj. m.in. czytanie książek, magazynów, pomoc przyjaciół (GUS 2009, „Kształcenie dorosłych”). Tylko 7% deklaruje udział w kształceniu formalnym m.in. studia, szkoła zawodowa, certyfikacje, a 26% pozaformalnym: m.in. szkolenia otwarte, e-learning, coaching (przy czym aż 93% uczestniczy w takiej formie kształcenia tylko raz na 12 msc). Dodatkowo udział w kształceniu spada wraz z wiekiem: 40-44 l.-21%, 45-49 l.-18%, 50-54-13%, 55-59-7%, 60-64-4% (GUS, 2009). Potwierdzają to też statystyki własne Wyższej Szkoły Europejskiej (2004-11): 31-35 l.-18%, 36-40-7%, 41-45-2%, 46-50-1,5%, 51-65-1,3%). W w/w grupie występuje różnica pomiędzy mieszkańcami wsi – edukację w różnych formach kontynuuje 25% i miast - 42%. Nie występuje natomiast istotna różnica pomiędzy kobietami i mężczyznami – edukację

kontynuuje 36% kobiet i 35% mężczyzn (GUS, 2009).

1.2 Przyczyny występowania opisanych problemów.

Oferta uczelni nie jest dostosowana do potrzeb rynku pracy, co wynika z niskiej aktywności w budowaniu współpracy z podmiotami zewnętrznymi oraz braku kultury szkoleń praktycznych połączonych z praktyką gospodarczą i społeczną (raport Międzyresortowego Zespołu Life Long Learning). Stosowane na uczelniach metody nauczania nie są też efektywne w odniesieniu do osób pracujących (25-64 l.). Zgodnie z prognozowanymi trendami w kształceniu osób dorosłych konieczne będzie zwiększenie zastosowania nowoczesnych metod: m.in. e-learning, blended learning, social-learning (Institut fur Medien-Und Kompetenzforschung, 2011). Uczelnie nie są też postrzegane jako ośrodki Life Long Learning. Aktualnie organizatorami kursów i szkoleń dla pracujących os. dorosłych są ośr. szkoleniowe i centra doskonalenia zawodowego (50%), pracodawcy (20%), zaś szkoły/universytety/instytuty naukowe – tylko 13% (GUS, 2009). Brak również nastawienia rynkowego zorientowanego na potrzeby klienta oraz rozwiązań administracyjno-infrastrukturalnych. Przyniesione wnioski potwierdzają badania przeprowadzone w projekcie. Zgodnie z raportem „Analiza danych zastanych w zakresie praktyk stosowanych w polskich i zagranicznych uczelniach” (2012; badania porównawcze - benchmarking) polskie uczelnie rozwijają ofertę wykorzystującą nowoczesne metody kształcenia, jednak w głównej mierze działania te są adresowane do uczestników studiów I i II stopnia oraz studiów podyplomowych, a ich funkcją jest przeniesienie do świata wirtualnego wybranych treści programowych. Oferta kursów i szkoleń e-learningowych, adresowanych do osób powyżej 25 r. ż. i nie uczestniczących w różnego typu studiach występuje bardzo sporadycznie (z grupy 8 przebadanych największych uczelni w kraju m.in. UJ, AGH, SGH, tego typu kursy oferowane są tylko przez Uniwersytet Warszawski). Rozwiązania aktualnie oferowane przez polskie uczelnie wciąż nie zapewniają też efektywności kształcenia. Zdaniem uczestników badań, których wnioski opisano w raporcie „Pracownicy uczelni o e-learningu. Raport z wywiadów eksperckich z pracownikami uczelni” (2012; wywiady eksperckie typu In-Depth Interview z udziałem 18 pracowników z 3 uczelni z woj. lubelskiego, małopolskiego i podkarpackiego), narzędzia e-learningowe mają obecnie charakter książek – „(...) są to na razie tylko podręczniki, z których można korzystać przez Internet”. Podkreślano też wątpliwą jakość zawartych treści oraz problematyczność weryfikacji wiedzy. W dostępnych na rynku rozwiązaniach brakuje też podejścia opartego na koncepcji uczenia się w społecznościach, rekomendowanego w dokumencie „Pedagogika Web 2.0” przygotowanego na zlecenie Komisji Europejskiej.

Niski udział osób w wieku 25-64 l. w kształceniu ustawicznym wynika m.in. z braku mechanizmów motywujących do udziału i utrzymania tych osób w systemie Life Long Learning, braku świadomości konieczności podnoszenia kompetencji, niedostosowanych form kształcenia do potrzeb różnych grup (m.in. mała oferta krótkich i elastycznych form kształcenia, w tym dla osób na dalszych etapach kariery – na podst. raportu Międzyresortowego Zespołu Life Long Learning, „Perspektywa uczenia się przez całe życie”, 2011), braku narzędzi diagnozujących potrzeby i indywidualizacji ścieżek kształcenia. Brak wewnętrznej motywacji do udziału w kształceniu ustawicznym potwierdzają dane – 82% kursów i szkoleń jest związanych z pracą zawodową, przy czym aż 92% z nich jest finansowanych przez pracodawcę (GUS, 2009). Bariery utrudniające udział w kształceniu dorosłych to: bariery finansowe, czasowe, konieczność godzenia życia zawodowego z osobistym, wykluczenie cyfrowe (tylko 25% osób w przedziale wieku 60-65 l. korzysta z komputera; na podst. GUS), odległość od ośrodka kształcenia.

Konieczność kontynuowania kształcenia wśród osób z grupy 25-64 l. potwierdziły przeprowadzone badania, których wyniki opisano w raporcie „Pracodawcy o e-learningu” (2012; wywiady typu IDI z udziałem 10 specjalistów social media i IT). Pracodawcy poszukują pracowników posiadających konkretne umiejętności, deklarując przy tym, że nie ma dla nich znaczenia, w jakim trybie kompetencje te zostały zdobyte (e-learning vs. tradycyjne formy kształcenia). Badani wskazywali jednocześnie, że e-learning jest „rozwiązaniem przyszłości” i pozytywnie oceniali wszelkie formy kształcenia na odległość. Zalety metod distance learning podkreślali także studenci i absolwenci objęci badaniami przeprowadzonymi w projekcie (2012, raport „Studenci i absolwenci o e-learningu”; 18 grupowych wywiadów fokusowych z udziałem 137 osób z 3 ośrodków akademickich: Kraków, Rzeszów, Zamość). Do korzyści wynikających z takich form kształcenia badani zaliczali wygodę, oszczędność, elastyczność, łatwość dostępu.

Zdiagnozowane i opisane problemy potwierdzają konieczność realizacji projektu w formie zaproponowanej w strategii i wniosku projektowym. Takie podejście jest również zgodne z aktualnymi priorytetami polityk – „zachodzi potrzeba kształtowania polityki obejmującej kompleksowo wszystkie formy uczenia się, wszystkie okresy w rozwoju człowieka i wszystkie poziomy efektów uczenia się, a jednocześnie ukierunkowanie na zapewnienie spójności między wszystkimi formami, etapami i poziomami uczenia się. W Polsce nie zdefiniowano dotychczas w sposób kompleksowy i spójny polityki na rzecz uczenia się przez całe życie (Międzyresortowy Zespół Life Long Learning, jw.)”

1.3 Skala występowania opisanych problemów i ich konsekwencje

W Polsce dominuje model uczenia się do 25. roku życia. Uczestnictwo w kształceniu formalnym lub pozaformalnym osób w wieku powyżej 25 r. ż. należy do najniższych w UE i sięga zaledwie ok. 5% (źródło: MNiSW). W efekcie obserwuje się wzrastające niedopasowanie kwalifikacji pracowników, zwłaszcza starszych, do potrzeb rynku pracy, co odbija się na ogólnym wskaźniku niskiego poziomu zatrudnienia (64,8% w Polsce przy średniej dla UE 68,6% w grupie wiekowej do 64. roku życia). Potwierdzają to wyniki raportu „2010 Update of the European Inventory on Validation of Non-formal and Informal Learning”, które pod względem stopnia wdrożenia systemów zaliczania kwalifikacji nieformalnych w procesie uczenia się przez całe życie, dzielą kraje członkowskie na cztery grupy. Polska znajduje się w grupie państw najmniej zaawansowanych we wdrażaniu tych systemów.

Brak dostosowania oferty uczelni do potrzeb osób 25-64 r. ż. skutkować będzie spadkiem liczby studentów, spowodowanym zmianami demograficznymi (do roku akademickim 2022/23 liczba studentów spadnie z 1674 tys. do 1262 tys.os., źródło: MNiSW). Uczelnie nie staną się również ośrodkami kształcenia ustawicznego, będącymi motorem rozwoju gospodarczego i łączącego edukację z praktyką życia gospodarczego.

II. Cel wprowadzenia innowacji

2.1 Cel główny

Celem głównym projektu, a zarazem celem wprowadzenia innowacji jest – zgodnie z zapisami wniosku o dofinansowanie – *poprawa jakości i dostosowanie oferty kształcenia oferty polskich uczelni do zmian społeczno-ekonomicznych poprzez opracowanie innowacyjnego modelu kształcenia ustawicznego i jego włączenie do polityk do 08.2015 r.*

Wskaźnikami potwierdzającymi osiągnięcie celu głównego, a więc zakończenie projektu z sukcesem będą:

Wskaźnik pomiaru celu	Wartość docelowa wskaźnika			Źródło weryfikacji / pozyskania danych do pomiaru wskaźnika oraz częstotliwość pomiaru
	K	M	O	
Liczba opracowanych, przetestowanych oraz wdrożonych modeli kształcenia ustawicznego, społecznościowego	0	0	1	Protokoły odbioru, raport z zewnętrznej ewaluacji, walidacja KIW; pomiar wielokrotny, na zakończenie poszczególnych zadań
Liczba uczelni w skali kraju, w których upowszechniono model kształcenia ustawicznego	0	0	470*	Lista wysyłkowa / protokoły odbiorów materiałów na zakończenie seminarium, baza mailingowa / raport z mailingu, pomiar jednokrotny na zakończenie projektu
Liczba uczelni w skali kraju, w których wdrożono model kształcenia ustawicznego	0	0	3	Protokół przekazania systemu, pomiar jednokrotny na zakończenie projektu
Liczba odbiorców projektu, którzy pozytywnie ocenili jakość form / materiałów kształcenia	98	52	150	Ankiety na wyjściu i raport (sukces – średnio 4 w skali 1-6) w momencie zakończenia udziału w projekcie; pomiar wielokrotny zgodnie z etapami testowania

*Wskaźnik na poziomie 470 przyjęty został na podstawie informacji MNiSW o liczbie funkcjonujących uczelni publicznych oraz prywatnych. Jeśli liczba uczelni ulegnie zmianie, wskaźnik ten zostanie zaktualizowany.

2.2 Cele szczegółowe

Cel szczegółowy nr 1: Zwiększenie dostępu odbiorców do dostosowanych do indywidualnych potrzeb materiałów/form kształcenia ustawicznego oferowanych przez uczelnie do 08.2015 r.

Wskaźnik pomiaru celu	Wartość docelowa wskaźnika			Źródło weryfikacji / pozyskania danych do pomiaru wskaźnika oraz częstotliwość pomiaru
	K	M	O	
Liczba osób, które skorzystały z minimum 15 form/materiałów kształceniowych	98	52	150	Wewnętrzny system statystyk na platformie; pomiar miesięczny
Liczba nowych form/materiałów zastosowanych w modelu kształcenia ustawicznego	0	0	180	Protokoły odbioru/moment oddania i akceptacji materiału/pomiar jednorazowy
Liczba osób, które pozytywnie oceniły jakość testowanych form/materiałów	98	52	150	Ankiety na wyjściu (sukces – średnio 4 w skali 1-6)/ w momencie zakończenia udziału w projekcie; pomiar dwukrotny – w trakcie i na zakończenie

Cel szczegółowy nr 2: wzrost poziomu aktywności odbiorców w obszarze kształcenia ustawicznego dzięki zastosowaniu efektywnych materiałów/form kształcenia do 08.2015 r.

Wskaźnik pomiaru celu	Wartość docelowa wskaźnika			Źródło weryfikacji / pozyskania danych do pomiaru wskaźnika oraz częstotliwość pomiaru
	K	M	O	
Liczba osób, które skorzystały z minimum 15 form/materiałów kształceniowych	98	52	150	Wewnętrzny system statystyk na platformie; pomiar miesięczny
Liczba osób, które ocenią, że korzystanie z materiałów/form motywuje je do dalszego kształcenia	88	47	135	Ankieta ewaluacyjna; pomiar jednorazowy w trakcie etapu testowania

Cel szczegółowy nr 3: Wzrost poziomu wiedzy pracowników uczelni na temat mechanizmów i uwarunkowań realizacji kształcenia ustawicznego oraz jego rozwoju do 08.2015 r.

Wskaźnik pomiaru celu	Wartość docelowa wskaźnika			Źródło weryfikacji / pozyskania danych do pomiaru wskaźnika oraz częstotliwość pomiaru
	K	M	O	
Liczba pracowników uczelni, którzy uczestniczyli w seminariach	100	20	120	Deklaracje uczestnictwa, listy obecności; pomiar w dniu zakończenia seminarium
Liczba pracowników uczelni, u których w wyniku udziału w seminariach wzrósł poziom wiedzy nt. rozwoju oferty kształcenia	80	16	96	Ankieta ewaluacyjna przed / pomiar w dniu zakończenia seminarium
Liczba uczelni, których pracownicy otrzymają podręczniki do modelu kształcenia	0	0	470	Lista wysyłkowa, protokół odbioru na zakończenie seminarium / pomiar jednorazowy na zakończenie projektu

Dodatkowymi rozwiązaniami umożliwiającymi jakościową ocenę realizacji wskaźników będzie rozbudowany system monitoringu i ewaluacji, w tym m.in. wywiady fokusowe (FGI) z uczestnikami projektu, wywiady fokusowe (FGI) z pracownikami WSE, system wywiadów nieformalnych on-line i w czasie wydarzeń na Uczelni, ocena procesu obsługi klienta i jakości oferty w oparciu o metodę Mystery Shopping, ewaluację zewnętrzną oraz inne rozwiązania, o których szerzej w rozdziale IV i V niniejszego dokumentu. Za prowadzenie bieżącego monitoringu i ewaluację projektu odpowiada koordynator ds. monitoringu i ewaluacji.

III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

3.1 Na czym polega innowacja i jakie będzie obejmować elementy

Innowacja polega na opracowaniu produktu innowacyjnego w formie modelu ustawicznego kształcenia społecznościowego (social e-learning) rozumianego jako sieciowy i zdecentralizowany system kształcenia ustawicznego w obrębie uczelni, zróżnicowany pod względem form (kształcenie formalne, nieformalne, pozaformalne), oparty na logice social media i modyfikowalnych narzędzi opensource. Jest to model, w którym uczestnicy są traktowani nie tylko jako odbiorcy szkoleń i innych form kształcenia, ale również ich inicjatorzy i twórcy, zgodnie ze swoimi kompetencjami. Produkt finalny obejmować będzie następujące elementy:

- a) 1 platformę internetową welearning.edu.pl (opartą na rozwiązaniach e-learningowych oraz społecznościowych) z dokumentacją techniczną oraz pakietem materiałów dydaktycznych,
- b) 4 systemy wraz z instrukcjami (1 instrukcja wdrażania platformy, 1 instrukcja do systemu diagnozy potrzeb, 1 instrukcja do systemu kontroli jakości i obsługi klienta, 1 instrukcja do systemu motywacji),
- c) 1 e-Podręcznik „Model Ustawicznego Kształcenia Społecznościowego”,
- d) 1 e-Podręcznik do tworzenia innowacyjnych materiałów dydaktycznych.

Produktami niższego rzędu będą również: 4 raporty z badań jakościowych przeprowadzonych na początkowym etapie projektu (badania fokusowe, wywiady indywidualne, benchmarking), zestaw materiałów dydaktycznych (22 kursy e-learningowe, 34 case studies, 18 prezentacji multimedialnych, 11 podcastów, 14 videotutoriali, 14 wykładów multimedialnych, 9 infografik, 7 aplikacji m-learning, 22 artykuły specjalistyczne, 18 programów szkoleń, 32 inne materiały własne WSE tj. case studies, kursy e-learningowe itp.) oraz pakiet usług (szkolenia wyjazdowe i stacjonarne: jedno- i wielodniowe; spotkania z doradcą zawodowym; sesje coachingowe; spotkania z Mistrzem). Elementy produktu finalnego stanowią załączniki do niniejszego dokumentu.

Należy zaznaczyć, że w odniesieniu do założeń wskazanych we wniosku nastąpiły trzy zmiany. Po pierwsze, zrezygnowano z budowania platformy w oparciu o system Elgg. Pogłębiona analiza technologiczna i funkcjonalna rozwiązań opracowywanej platformy pod kątem dostępnych na rynku polskim rozwiązań opensource, wskazała na rozwiązanie łączące Moodle oraz Joomla (większa penetracja polskiego rynku, a zatem większy dostęp do specjalistów i usług IT). W/w narzędzia ciągle się rozwijają i są dynamicznie modernizowane. Drugą zmianą w odniesieniu do założeń wniosku

aplikacyjnego jest minimalna liczba załozonych we wniosku materiałów: wartość załozona we wniosku – 180, liczba materiałów zrealizowanych na dzień składania strategii – 164. Pomimo powtarzanej kilkakrotnie procedury zasady konkurencyjności, na minimum 16 materiałów nie zgłosili się żadni potencjalni autorzy (Instytucja Pośrednicząca została poinformowana). Projektodawca planuje przesunięcie środków na etap testowania oraz modyfikację formy/zakresu tematycznego; oczywiście zgodnie ze stosowanymi procedurami i w porozumieniu z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju. Ostatnią z prowadzonych zmian jest liczba instrukcji - we wniosku zaplanowano bowiem opracowanie 6 instrukcji, przy czym dwie z nich (kontroli jakości i obsługi klienta oraz wdrażania) miały być opracowane w dwóch wersjach (wstępnej i pełnej). Projektodawca po głębszej analizie postanowił dokonać syntezy i do każdego z systemów powstała tylko jedna instrukcja. Jest to rozwiązanie wyłącznie o charakterze pragmatycznym, nie wpływające w żaden sposób na zawartość merytoryczną czy zakres tematyczny systemów i instrukcji do nich.

Zastosowane w projekcie podejście spełnia 3 wymogi innowacyjności:

Wiodącym jest wymóg wsparcia, który polega na wykorzystaniu najnowocześniejszych trendów w kształceniu dorosłych opartych na sieciach społecznościowych, kształceniu społecznościowym, grywalizacji, rapid learningu, crowdsourcingu i metodologii blended learning. Rozwiązania takie pozwalają na zintegrowanie różnych form kształcenia ustawicznego, w tym bazującego na presumpcji tj. sytuacji, w której uczestnicy procesu kształcenia są nie tylko odbiorcami form wsparcia, ale również dobrowolnie generują własny контент rozwojowy z tematyki, w której czują się kompetentni. Opracowany model będzie łączył efektywność naturalnego środowiska rozwoju i uczenia się, również wzajemnego (portale społecznościowe, kręgi koleżeńskie, grupy absolwenckie – po szkoleniach, po studiach podyplomowych) z bardziej tradycyjnymi, sprawdzonymi metodami kształcenia (np. szkolenia stacjonarne, doradztwo, coaching). Z kolei rozwiązania systemowe implementowane w modelu kształcenia (ankieta potrzeb szkoleniowych, Indywidualny Plan Rozwoju, doradztwo) pozwolą na indywidualizację kształcenia, pod kątem realnych potrzeb użytkownika, w tym wynikających z potrzeb rynku pracy; kompleksowość wsparcia i długofalowe myślenie o użytkowniku podnosi prawdopodobieństwo długoletniego utrzymania go w nurcie Life Long Learning i w orbicie macierzystej uczelni.

Innowacyjność w wymiarze grupy docelowej odnosi się do wskazania społeczności osób pracujących w przedziale wieku 25-64 l. (ze względu na szerokie grono odbiorców nie jest możliwe podanie ich rzeczywistej liczby). Choć jest to najliczniejsza grupa wskazana w politykach edukacyjnych,

to dotychczas nie były do tej zbiorowości adresowane kompleksowe działania mające na celu zmotywowanie do zaangażowania się w Life Long Learning. Dotychczasowe projekty innowacyjne adresowane były do specyficznych, wąsko zdefiniowanych grup: osób 50+ (wykluczenie cyfrowe), niepełnosprawni (aktywizacja zawodowa), bezrobotni (podnoszenie kwalifikacji) (na podstawie „Czas innowacji”, KIW, 2011; analiza danych zastanych na podstawie rejestru projektów KIW). Wypracowane w projekcie elementy modelu zakładają indywidualne podejście zgodne z założeniami polityki kształcenia ustawicznego sformułowanej w Strategii Rozwoju Edukacji, kładącej nacisk na rozwijanie praktycznych umiejętności absolwentów uczelni wyższych i podnoszenie kompetencji pracowników, jako liderów postępu w gospodarce. Zgodnie z dokumentem „Perspektywa uczenia się przez całe życie” (2011) kształcenie ustawiczne powinno dotyczyć osób nie będących dotychczas w centrum zainteresowania tradycyjnymi politykami edukacyjnymi tj. pracujących.

Innowacyjność w wymiarze problemu: brak kompleksowych polityk, mechanizmów i narzędzi związanych z kształceniem ustawicznym, które służyłyby wzrostowi liczby osób w wieku 25-64 l. biorących udział w procesie Life Long Learning. Dokument „Ocena sytuacji w szkolnictwie wyższym w Polsce w zakresie problematyki uczenia się przez całe życie” (2010) wskazuje na brak strategii dotyczącej LLL na szczeblu centralnym; w obrębie POKL realizowane są tylko jednorazowe projekty oferujące punktowe wsparcie (udział w szkoleniu, studiach podyplomowych etc.), przy tym często są niedostosowane do potrzeb i barier osób pracujących (czas, forma, tematyka). Częstym problemem jest również marginalizacja przez uczelnie kształcenia ustawicznego na rzecz oferty studiów I. i II. stopnia („Koncepcja LLL – wyzwanie dla kształcenia na poziomie wyższym” M. Pluta, WSH). Tymczasem zachodzące zmiany społeczne i demograficzne (wspominane już „Demograficzne tsunami”, 2011) wymagają – z punktu widzenia instytucji akademickich – dywersyfikacji aktywności dydaktycznej i maksymalnej orientacji na stosunkowo liczny i obiecujący klient z przedziału 25-64 l. O tym jak wiele jest do zrobienia w tej mierze pokazują statystyki GUS, wg których głównymi organizatorami kursów i szkoleń dla pracujących osób dorosłych są ośrodki doskonalenia zawodowego (50%) i pracodawcy (20%); udział uczelni w tym sektorze usług kształceniowych to tylko 13%.

Myśląc o innowacyjności projektu w kontekście typologii innowacji, można wyróżnić:

- innowacje produktowe – platforma dedykowana do kształcenia społecznościowego, oparta na czterech systemach i zintegrowana z typowymi aktywnościami uczelni (np. szkolenia, konferencje, seminaria, spotkania panelowe);

- innowacje procesowe – formuła tworzenia i udostępniania oferty kształceniowej uczelni, indywidualizacja oferty, utrzymywanie klientów w procesie LLL – mocne zorientowanie na klienta;
- innowacje organizacyjne – zmiana sposobu myślenia uczelni o otoczeniu i bazująca na tym modernizacja w zakresie oferty LLL, obsługi klienta, premiowania najlepszych;
- innowacje marketingowe – oparcie działań wizerunkowo-reklamowych na rozwiązaniach grywalizacyjnych (a więc mechanizmach znanych z gier, umożliwiającym modyfikowanie zachowań ludzi w sytuacjach niebędących wprost grami).

Innowacyjność w skali całego modelu można uznać za innowacyjność społeczną, ze względu na ogromną rolę mechanizmów społecznych w obrębie modelu ustawicznego kształcenia społecznościowego (w tym m.in. sieci społecznościowe, crowdsourcing, motywacja, decentralizacja i demokratyzacja kształcenia i doradztwa).

3.2 Do kogo skierowana jest innowacja i komu ma służyć (grupa docelowa)

Grupą odbiorców w projekcie są osoby pracujące, w przedziale wiekowym 25-64 l. związane z uczelnią. To absolwenci studiów, I i II stopnia, studiów podyplomowych, aktualni słuchacze studiów podyplomowych, absolwenci szkoleń organizowanych przez uczelnię, klienci Biura Karier. Na etapie testowania zaplanowano w projekcie udział 150 przedstawicieli grupy odbiorców – 98 kobiet i 52 mężczyzn (proporcje w odniesieniu do płci oszacowane na podstawie struktury dotychczasowych klientów korzystających z oferty WSE); będą to w głównej mierze osoby korzystające dotychczas z oferty WSE, ale grupa zostanie rozszerzona o min. 20 osób, które z Uczelnią nie miały dotąd kontaktu (jest to różnica w stosunku do założeń wskazanych we wniosku o dofinansowanie; zdaniem Projektodawcy taka modyfikacja pozwoli przetestować produkt w sposób bardziej wszechstronny i wiarygodny).

Grono użytkowników produktów projektu stanowią wszystkie polskie uczelnie publiczne i niepubliczne, wtórnie również centra kształcenia ustawicznego oraz Uniwersytety Trzeciego Wieku. W procesie testowania zaplanowano udział 1 instytucjonalnego przedstawiciela grona użytkowników tj. WSE; na etapie upowszechniania zaplanowano zaangażowanie 100% instytucji-użytkowników tj. 470 polskich uczelni (na podstawie informacji ze strony www Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego).

3.3 Efekty, jakie może przynieść zastosowanie innowacji

Efektom podejścia zaplanowanego w projekcie powinno być w głównej mierze rozbudowanie

i równoczesne uelastycznienie oferty uczelni, a przez to wzmocnienie jej pozycji rynkowej. Oczekiwany jest również wzrost zaangażowania grupy docelowej w aktywności z nurtu LLL, w szczególności w zakresie kształcenia społecznościowego, wzajemnego. Istotną, choć nie najważniejszą misją projektu jest też zmiana postaw w zakresie postrzegania klientów uczelni; chodzi o dostrzeżenie w nich prosumentów, a więc osób równocześnie eksploatujących ofertę uczelni (produkty, usługi), ale też kreujących własne materiały, w tym rozwiązania szkoleniowe (poradniki, blogi, videotutoriale, etc.).

Wartości dodane innowacyjne:

- 1) Możliwość kompleksowej integracji funkcjonujących modeli kształcenia ustawicznego realizowanego przez inne podmioty (np. ośrodki kształcenia ustawicznego czy Uniwersytety Trzeciego Wieku) – komplementarność wsparcia obejmuje wszystkich członków społeczeństwa;
- 2) Networking i gromadzenie wiedzy i praktycznych doświadczeń w jednym miejscu (platforma) umożliwi rozwój kapitału ludzkiego, co może wspierać rozwój innowacyjności społecznej i technologicznej;
- 3) Rozbudowa statystyk związanych z kształceniem ustawicznym dzięki wdrożonym systemom badania potrzeb kształceniowych przez uczelnie;
- 4) Kształcenie ustawiczne innych grup społecznych nie będących odbiorcami produktu projektu oraz innych użytkowników (ośrodki kształcenia ustawicznego) poprzez darmowy dostęp do platformy i otwarte zasoby edukacyjne.

3.4 Warunki, jakie muszą być spełnione, aby innowacja działała właściwie

Aby w pełni wykorzystać innowację, spełnione muszą zostać następujące warunki:

a/ władze uczelni muszą podjąć świadomą decyzję o wdrożeniu zmiany rozwojowej w zakresie organizacji kształcenia (uchwała, zarządzenie zgodnie z wizją i strategią rozwoju uczelni), b/ powołać należy zespół projektowy z koordynatorem o szerokich pełnomocnictwach w zakresie zarządzania zmianą na uczelni, który odpowiadać będzie za wdrożenie rozwiązań przewidzianych instrukcjami opracowanymi w projekcie (w tym m.in. szkolenia przedwdrożeniowe, zmiany w procedurach uczelnianych, być może modernizacja struktury organizacyjnej), c/ uczelnia zapewnić musi odpowiednie zaplecze techniczne, w tym: serwer, oprogramowanie antywirusowe, system backupów, dostęp do panelu administracyjnego platformy (parametry serwera zastosowanego w ramach projektu: 96 GB pamięci RAM lub więcej, serwer musi być przystosowany do obsługi 512

GB pamięci RAM lub więcej) d/ konieczne będzie zabezpieczenie niezbędnego potencjału merytorycznego (kadry: moderator i administrator platformy, kadra szkoleniowa, recenzenci, specjaliści odpowiedzialni za prowadzenie działań zgodnie z przyjętymi systemami instrukcjami) – wdrożenie innowacji wymagać może przeszkolenia osób, w których kompetencjach będzie nadzór na rozwoju LLL na uczelni, e/ komputery prywatne użytkowników platformy z dostępem do Internetu. Szacowany czas wdrożenia: 8 miesięcy: ok. 2 miesiące – prace wdrożeniowe (analiza przedwdrożeniowa, zakup serwerów i oprogramowania, jeśli konieczne), 2 miesiące – instalacja i konfiguracja systemu, 4 miesiące wprowadzanie treści, materiałów dydaktycznych etc. Należy przy tym zaznaczyć, że zaplecze wdrożeniowe – z punktu widzenia optymalizacji kosztowej – powinno wykorzystywać istniejące na uczelni rozwiązania (infrastrukturę sprzętową, strukturę organizacyjną i osoby odpowiedzialne za rozwój uczelni, pracowników i współpracowników merytorycznych, partnerów i patronów etc.).

3.5 Koszty zaniechania wdrożenia innowacji

Wśród najbardziej dotkliwych konsekwencji zaniechania wdrożenia innowacji należy wymienić:

- a) niewykorzystanie szansy rozwojowej, jakie stwarza uczelniom nowy, wypracowany w projekcie model kształcenia ustawicznego, co w kontekście pogłębiającego się niżu demograficznego może osłabić stabilność finansową wielu uczelni;
- b) zahamowanie (spowolnienie procesu) inwestycji w kapitał intelektualny Polski (zmniejszony przepływ know-how pomiędzy uczelnią a praktyką; zmniejszony dostęp do najnowszych osiągnięć, wiedzy *state-of-the-art*; ograniczona liczba osób podnoszących swoje kwalifikacje);
- c) osłabienie wizerunku polskich uczelni na arenie międzynarodowej i postrzeganie ich jako instytucji zamkniętych na współpracę, kształcących w sposób tradycyjny, mało postępowych.

IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

4.1 Dobór użytkowników i grup odbiorców do testowania

Na etapie testowania zaplanowano w projekcie udział min. 150 przedstawicieli grupy docelowej (odbiorców), których podział na kobiety i mężczyzn odpowiadać będzie dotychczasowemu podziałowi klientów projektodawcy (98 kobiet, 52 mężczyzn). Osoby te powinny być związane z WSE (a więc korzystać wcześniej, przed przystąpieniem do projektu, z oferty Uczelni; weryfikacja na podstawie deklaracji uczestników i zawartości rejestrów uczelnianych) oraz pracować (weryfikacja na podstawie umowy, w tym umów cywilnoprawnych lub odpisów z ewidencji działalności gospodarczej w przypadku osób prowadzących własną działalność gospodarczą). Projektodawca na etapie pogłębionej analizy problemu uznał, że aby zapewnić pełną wiarygodność procesu testowania, w projekcie powinny móc wziąć również osoby niezwiązane z WSE. Aby zagwarantować udział w testowaniu przedstawicieli wszystkich istotnych z punktu widzenia projektodawcy podgrup tj. 1) studenci i absolwenci studiów I i II stopnia, 2) słuchacze i absolwenci studiów podyplomowych, 3) uczestnicy i absolwenci szkoleń oferowanych przez WSE, 4) odbiorcy wsparcia oferowanego przez Biuro Karier WSE, w tym również pracodawcy (absolwenci prowadzący działalność gospodarczą oraz firmy zewnętrzne, które rekrutują/szkolą studentów Uczelni – m.in. międzynarodowe koncerny, firmy rekrutacyjne i outsourcingowe, biznes lokalny, start-upy), 5) osoby niezwiązane dotychczas z WSE – każda z w/w podgrup zagwarantowane będzie mieć min. 20 miejsc dla swoich przedstawicieli. W procesie testowania najistotniejsze jest bowiem zaangażowanie przedstawicieli wszystkich podgrup i przetestowanie ich aktywności w obrębie modelu kształcenia, w drugiej kolejności istotna jest motywacja użytkowników, zaś w mniejszym stopniu istotne jest odwzorowanie struktury i proporcji między poszczególnymi podgrupami.

Rekrutacja do udziału w projekcie będzie bazowała na kontakcie osobistym, mediach i kanałach informacyjnych Uczelni, bazach kontaktów, którymi WSE zarządza (obejmujących m.in. absolwentów, pracodawców, partnerów, instytucje patronackie) oraz spotkaniach informacyjnych (3 spotkania, każde średnio po 2 godziny; 7-10.2013). Chętni do udziału w projekcie będą składać dokumenty zgodne z PEFS, deklaracje udziału w projekcie, a w przypadku uczestników szkoleń dwu- lub wielodniowych również podpisywać umowy szkoleniowe. Udział grupy docelowej zostanie zapewniony przez cały okres testowania. Nad przebiegiem procesu rekrutacji (pod kątem operacyjnym, formalno-prawnym, archiwizacyjnym) będzie czuwał(a) specjalista(ka) ds. procesu

rekrutacji. W skład Komisji Rekrutacyjnej zatwierdzającej uczestników projektu wejdą: asystentka dyrektora projektu, ekspertka ds. jakości kształcenia, specjalistka ds. wdrożenia produktu innowacyjnego, ekspert ds. kształcenia społecznościowego. Formuła wsparcia, z jakiego korzystać będą uczestnicy projektu, umożliwi zaangażowanie kolejnych uczestników praktycznie w każdym momencie procesu testowania, niewystarczająca frekwencja nie stanowi więc istotnego ryzyka.

W efekcie pogłębionych analiz koncepcji testowania, projektodawca postanowił też rozszerzyć – w porównaniu do zapisów we wniosku o dofinansowanie – grupę docelową testowania (odbiorcy i użytkownicy) o 20 dodatkowych osób. Będą to osoby reprezentujące Wyższą Szkołę Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie (10 osób) oraz Wyższą Szkołę Zarządzania i Administracji w Zamościu (10 osób). Są to uczelnie, w których na etapie upowszechniania i mainstreamingu będzie wdrażany model wypracowywany w projekcie. Włączenie przedstawicieli w/w uczelni będzie nie tylko zgodne z duchem upowszechniania i mainstreamingu, ale również pozwoli spojrzeć na funkcjonowanie modelu niejako z zewnątrz, tym samym podnosząc jego elastyczność i efektywność oraz ułatwi – już w decydującym momencie – rozpoczęcie prac wdrożeniowych na WSiZ i WSZiA. Tryb rekrutacji przedstawicieli użytkowników i odbiorców z powyższych uczelni będzie analogiczny do wyżej omówionego z pominięciem spotkań informacyjnych. Dodatkowo zagwarantowany zostanie dostęp pracowników w/w uczelni (min. 5 miejsc).

4.2 Opis przebiegu testowania

Jednym z pierwszych etapów w procesie testowania będzie przygotowanie zaplecza badawczego umożliwiającego pełną analizę procesu i efektów testowania (opracowane zostaną procedury, ankiety, kwestionariusze, inne narzędzia, wytyczne do badań fokusowych, scenariusze spotkań, szczegółowy harmonogram etc.). Za opracowanie zaplecza odpowiadać będzie koordynatorka ds. monitoringu i ewaluacji w porozumieniu z ekspertem ds. jakości kształcenia.

Najbardziej obszernym etapem w procesie testowania będą działania szkoleniowo-doradcze online i offline wraz z animowaniem aktywności użytkowników (10.2013-11.2014). To na tym etapie sprawdzone zostaną założenia teoretyczne modelu jako całości, ale też poszczególnych jego komponentów – od funkcjonalności platformy po skuteczność czterech systemów. W tym okresie realizacji projektu uczestnicy projektu będą mogli skorzystać nie tylko z zasobów dydaktycznych zgromadzonych na platformie e-learningowej (min. 180 jednostek, w tym kursy e-learningowe, case study, artykuły, filmy edukacyjne), ale również generować swoje materiały (np. kursy e-learningowe,

mikroszkolenia, infografiki, konsultacje zdalne; trudno na tym etapie prognozować ilość materiałów przygotowanych przez samych uczestników projektu, projektodawca zakłada jednak minimum 30 kolejnych jednostek opracowanych przez odbiorców). Każdy z uczestników projektu będzie mógł skorzystać także z elektronicznego narzędzia diagnostycznego do tworzenia Indywidualnego Planu Rozwoju (z możliwością powtórnej diagnozy po upływie określonego czasu) i spotykać się z doradcą zawodowym i/lub coachem (łącznie 240 godzin: 120 h w 2013 r., kolejnych 120 h w 2014 r.) w celu dokładniejszej analizy swojego potencjału i planów rozwojowych. W ramach testowania procesów społecznościowych w obrębie platformy przewidziano również trzy konkursy na najlepszy materiał szkoleniowy wygenerowany przez uczestników projektu (01,05,09.2014). Odbiorcy będą mogli uczestniczyć w szkolenia dwu- i wielodniowych (łącznie 16 szkoleń), otwartych Spotkaniach z Mistrzem (łącznie 27 godzin spotkań z inspirującymi przedstawicielami różnych branż i środowisk, w tym biznesu/pracodawców, NGO, rozpoznawalnymi specjalistami z branży etc.), a także oceniać przydatność materiałów i kursów z punktu widzenia weryfikowalności wiedzy i umiejętności (szczególnie cenne będą opinie środowiska pracodawców zaangażowanych w projekt) itp. System ocen materiałów oraz funkcjonalności umożliwiające komentowanie oraz zgłaszanie błędów/działań niezgodnych z prawem umożliwią bieżącą modyfikację zawartości merytorycznej platformy i udoskonalanie jej. Na bieżąco będą również usuwane wszystkie błędy o charakterze technicznym. Szczegółowy harmonogram większych wydarzeń (szkolenia, Spotkania z Mistrzem) zostanie opracowany na przełomie 08-09.2013, po ukształtowaniu się harmonogramu zajęć na studiach I i II stopnia (dziennych/zaocznych) oraz podyplomowych. Pozwoli to zagwarantować potencjalnym odbiorcom równy dostęp do wszystkich działań projektowych.

Ostatnim etapem w okresie testowania będzie modyfikacja produktów (07-11.2014) projektu w oparciu o doświadczenia z testowania i przedłożenie finalnej wersji do walidacji przez KIW i KST (12.2014-01.2015). Finalnej modyfikacji produktów poddane zostaną głównie duże komponenty modelu kształcenia, których – ze względu na skalę lub strukturę – nie dało się modyfikować na bieżąco (np. rozbudowa funkcjonalności platformy, modyfikacje procedur uczelnianych itp.); liczba mniejszych zmian będzie zapewne śladowa – będą wprowadzane na bieżąco. Zakres korekt projektu możliwych do przeprowadzenia to: aktualizacja oprogramowania, rozbudowa/modyfikacja funkcjonalności platformy, rozbudowa infrastruktury technicznej (w przypadku np. przeciążenia serwera), przebudowa 4 systemów wraz z instrukcjami (nie przekraczająca jednak 50-60% dotychczasowej koncepcji), przeprofilowanie tematyczne lub formalne materiałów dydaktycznych. Uczestnicy (zarówno użytkownicy jak i odbiorcy) będą więc mieć zapewniony współdział

w nadawaniu kształtu produktowi finalnemu, ich opinie (zarówno cząstkowe – na podstawie np. komentarzy na platformie, jak i globalne – w oparciu o wywiady fokusowe) będą brane pod uwagę w procesie modyfikacji produktu na każdym etapie testowania. Pozwoli to na zwiększenie wpływu uczestników na rozwój projektu oraz ich poczucie odpowiedzialności za ostateczny kształt produktów, a docelowo przyczyni się do wzmocnienia jego wymiaru społecznościowego.

4.3 Sposób monitorowania przebiegu testowania

Podstawą systemu monitorowania rezultatów projektu będzie matryca logiczna agregująca wszystkie zaplanowane w projekcie rezultaty, wskaźniki ich realizacji oraz źródła weryfikacji. Za monitorowanie realizacji projektu odpowiadać będzie koordynator ds. monitoringu i ewaluacji (operacyjnie) w porozumieniu z dyrektorem projektu (strategicznie). Proces monitorowania będzie realizowany w sposób ciągły i systemowy. Rezultaty miękkie (wzrost motywacji, zmiany w zakresie postaw/umiejętności/wiedzy, ocena jakości materiałów itp.) będą weryfikowane w oparciu o rozwiązania on-line (ankiety w Indywidualnym Planie Rozwoju, statystyki użytkowników) oraz badania ankietowe, którym poddawani będą uczestnicy projektu przed i po udzieleniu wsparcia (całość grupy testującej). Bieżący monitoring będzie realizowany również poprzez czynne zaangażowanie zespołu projektowego, w tym koordynatora ds. monitoringu i ewaluacji oraz ekspertów merytorycznych, w aktywności na platformie kształcenia społecznościowego – takie rozwiązanie pozwoli na bieżąco monitorować aktywność uczestników projektu, animować wybrane działania itp. Dodatkowym rozwiązaniem służącym pogłębionej analizie postępu projektu i efektywności wdrażanego modelu, będą trzy kolejne fale (02/06/10.2014) wywiadów fokusowych z uczestnikami (4 wywiady) oraz pracownikami uczelni (2 wywiady); rekomendacje wynikające z raportów po kolejnych badaniach będą wdrażane na bieżąco. Innym komponentem umożliwiającym jakościową ocenę realizacji projektu będą badania metodą tajemniczego klienta (jakość obsługi, jakość szkoleń, komunikacja na platformie etc. – rozmowy telefoniczne, aktywność na platformie, udział w szkoleniach) w skali ok. 40 godz. łącznie (średnio 4 godziny/miesiąc). Dodatkowym wsparciem procesu monitorowania postępów projektu będzie system statystyk w obrębie platformy (czas spędzony na platformie, częstotliwość logowania, wybierane materiały itp.). Ocena rezultatów projektu będzie podejmowana nie tylko w skali całego projektu, ale również w podziale na cztery główne grupy interesariuszy oraz pojedynczych uczestników projektu. W zakresie elektronicznych narzędzi pomagających monitorować projekt, koordynatora ds. monitoringu i ewaluacji wspierał będzie specjalista ds. wdrożenia i administracji platformy (odpowiedzialny także za bieżące modyfikacje techniczne).

4.4 Charakterystyka materiałów, jakie otrzymają uczestnicy

Uczestnicy będą posiadać w głównej mierze dostęp do materiałów w wersji elektronicznej on-line (kursy e-learningowe, artykuły specjalistyczne, infografiki, filmy edukacyjne/videotutoriale, podcasty), część z możliwością pobrania na dysk twardy. W przypadku szkoleń realizowanych offline oraz Spotkań z Mistrzem uczestnicy będą otrzymywać dodatkowo wydrukowane materiały szkoleniowe.

Poza rozszerzeniem grupy testującej, dotychczasowe analizy nie wykazały konieczności znaczącej modyfikacji założeń związanych z procesem testowania produktu.

V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

W celu sprawdzenia czy proponowana w projekcie innowacja działa, przewidziano przeprowadzenie ewaluacji wewnętrznej oraz zewnętrznej. Ewaluacja wewnętrzna (on-going) o charakterze formatywnym/kształtującym będzie służyć poprawie i usprawnieniu zarządzania oraz procesu wdrażania innowacji. Celem planowanej ewaluacji zewnętrznej będzie bezstronna ocena rzeczywistych efektów wdrażania innowacji oraz udzielenie odpowiedzi na pytanie „czy wypracowany produkt jest lepszy, skuteczniejszy i bardziej efektywny kosztowo od stosowanych dotychczas podejść do rozwiązywanego w projekcie problemu”. Badanie ewaluacyjne zbudowane będzie w oparciu o 5 kryteriów: trafności, efektywności, skuteczności, użyteczności i trwałości. Wyniki ewaluacji mają służyć modyfikacji przygotowywanego produktu przed jego ostateczną walidacją.

5.1 Sposób oceny wyników testowania

Podstawę ewaluacji wewnętrznej stanowią będą m.in. bieżące arkusze ewaluacyjne oraz recenzje opracowanych składowych produktu umieszczane przez grupę odbiorców/użytkowników na platformie PKS, miesięczne raporty cząstkowe opracowywane przez poszczególnych koordynatorów zawierające ocenę przebiegu projektu, raporty z badań fokusowych przeprowadzonych wśród użytkowników oraz pracowników WSE. Wnioski oraz rekomendacje z badań zostaną sformułowane i przedstawione w raporcie zbiorczym, który zostanie przekazany zespołowi projektowemu. Zgromadzone w raporcie dane będą także udostępnione ewaluatorowi zewnętrznemu dla celów właściwego przygotowania procesu badawczego oraz oceny produktu finalnego.

5.1.1 Zakres ewaluacji wewnętrznej

W ramach ewaluacji wewnętrznej analizie podlegać będą m.in. następujące aspekty:

- czy i w jakim stopniu realizowane są cele projektu?
- w jaki sposób przebiega zarządzanie projektem?
- czy i w jakim stopniu realizowana jest zasada *empowerment*?
- jak przebiega proces testowania (czy pojawiają się problemy/bariery)?

Ewaluacja wewnętrzna pozwoli na zbadanie pierwszych efektów innowacji oraz jej bieżącą modyfikację zgodnie z oczekiwaniami użytkowników i odbiorców produktu.

5.1.2 Zakres ewaluacji zewnętrznej

Proces ewaluacji zewnętrznej przebiegać będzie w oparciu o następujące pytania badawcze:

- w jakim stopniu projekt odpowiada na realne potrzeby?
- czy wypracowany produkt jest lepszym rozwiązaniem niż stosowane dotychczas (także bardziej wydajnym finansowo)?
- czy jest skuteczny?
- czy jest zgodny z aktualnymi potrzebami grup docelowych?
- czy możliwe jest zachowanie produktu po zakończeniu finansowania?

5.1.3 Wybór ewaluatora zewnętrznego

Wybór realizatora badania nastąpi w oparciu o następujące kryteria:

- Ocena wiedzy eksperckiej w obszarze interwencji projektu;
- Ocena doświadczenia praktycznego w obszarze interwencji projektu;
- Doświadczenie w realizacji badań ewaluacyjnych (referencje);
- Jakość proponowanego badania (w tym m.in. adekwatność koncepcji badania oraz technik i metod badawczych do celów badania, adekwatność metod i technik badawczych do pytań badawczych, sposób organizacji badania - przejrzystość sposobu prezentacji wyników i planu pracy).

Przy wyborze wykonawcy WSE będzie się kierować obowiązującymi przepisami, w tym zasadą konkurencyjności i efektywnością zarządzania. Ewaluator zobowiązany będzie do przedstawienia raportu końcowego, w którym sformułowane zostaną kluczowe zalecenia i wnioski dotyczące produktu.

5.2. Efekty zastosowania innowacji

Efekty zastosowania innowacji zostaną uznane przez Projektodawcę za wystarczające, aby warto było ją wdrożyć, jeżeli :

- min. 70% odbiorców projektu pozytywnie oceni produkty projektu przyznając im w ankietach /recenzjach średnią ocenę na poziomie 4 (w skali 1-6);
- min. 70% odbiorców zadeklaruje, że korzystanie z innowacji (materiałów/ form/ systemów) motywuje je do dalszego kształcenia;
- min. 20% odbiorców z własnej inicjatywy zaangażuje się w tworzenie autorskich materiałów dydaktycznych;

- min. 20% odbiorców pozostanie aktywnymi uczestnikami kształcenia w modelu wypracowanym w projekcie i w trakcie lub po zakończeniu testowania skorzysta z innych propozycji w ramach oferty WSE (kontynuacja kształcenia w formie formalnej, nieformalnej lub pozaformalnej);
- co najmniej 30% osób będzie się logować na platformie regularnie;
- min. 30% pracowników uczelni, którzy wzięli udział w seminarium zadeklaruje chęć wdrożenia produktu lub wybranych jego komponentów w swoich strukturach w kolejnym roku.



VI. Strategia upowszechniania

Działania upowszechniające będą prowadzone przez cały okres realizacji projektu od momentu powstania wstępnej wersji produktu oraz opracowania strategii wdrażania projektu innowacyjnego. Początkowe działania upowszechniające będą miały na celu wzmocnienie działań testujących, zaangażowanie odbiorców i użytkowników w proces testowania, ocenę użyteczności produktu oraz przekazywanie informacji o bieżących wynikach testowania. Największa intensywność działań upowszechniających przewidziana jest na etapie „upowszechniania i włączenia do głównego nurtu” (Etap II, Faza 4), bezpośrednio po pozytywnej walidacji produktu finalnego przez ST.

6.1 Szczegółowe cele działań upowszechniających

- rozpowszechnienie wiedzy na temat wypracowanego produktu wśród możliwie szerokiej grupy odbiorców;
- rozpowszechnienie wiedzy na temat wypracowanego produktu wśród instytucji zainteresowanych podnoszeniem jakości kształcenia na polskich uczelniach, w instytucjach edukacyjnych, organizacjach pozarządowych działających w obszarze edukacji/kształcenia oraz pozostałych placówkach edukacyjnych na terenie Polski;
- skuteczne zjednanie adresatów dla idei innowacyjności w obszarze kształcenia ustawicznego;
- pozyskanie jak najszerszej grupy zwolenników/ użytkowników produktu;
- upowszechnienie wiedzy o instytucji beneficjenta (dalsze wzmocnienie pozycji WSE na rynku edukacyjnym);
- zbudowanie podstaw skutecznego mainstreamingu horyzontalnego (zmiany wprowadzane przez instytucje zajmujące się podobnymi problemami) oraz mainstreamingu wertykalnego (zmiany o charakterze administracyjnym, politycznym, legislacyjnym, systemowym);
- zwiększenie zaangażowania decydentów w proces wypracowania produktu finalnego;
- upowszechnienie informacji odnośnie obecnych niedoskonałości (deficytów, potrzeb) w zakresie kształcenia ustawicznego i sposobów nauczania z jednoczesnym wskazaniem na rozwiązania istniejących problemów.

6.2 Grupy adresatów działań upowszechniających:

Grupa adresatów	Liczba	Charakter zaangażowania	Cel działania
Wyższa Szkoła Europejska im. Ks. J. Tischnera	1	Beneficjent	Poprawa jakości i dostosowanie oferty kształcenia do obecnych zmian społeczno-ekonomicznych
Studenci uczelni beneficjenta, słuchacze studiów podyplomowych, absolwenci (w tym przedsiębiorcy), pracownicy	5000	Odbiorcy	Współdziałanie w tworzeniu produktu (<i>empowerment</i>), promocja idei kształcenia przez całe życie, zmiana sposobu zdobywania wiedzy
Studenci pozostałych uczelni	10000	Odbiorcy	Współdziałanie w tworzeniu produktu (<i>empowerment</i>), promocja idei kształcenia przez całe życie, zmiana sposobu zdobywania wiedzy
Osoby zainteresowane rozwijaniem swoich kompetencji, pozyskiwaniem nowych umiejętności	500	Odbiorcy	Promocja nowego modelu uczenia się przez całe życie
Uczelnie prywatne i publiczne na terenie Polski	470*	Użytkownicy	Upowszechnienie platformy oraz podręcznika opisującego model ustawicznego kształcenia społecznościowego
Trenerzy	200	Użytkownicy	Podniesienie kompetencji dzięki udziałowi w społeczności i możliwości dostępu do materiałów
Fundacje i stowarzyszenia edukacyjne / kształceniowe	10	Patron	Wsparcie w działaniach, wymiana doświadczeń
Ośrodki kształcenia ustawicznego	5	Patron	Wsparcie w działaniach, wymiana doświadczeń

Inne ośrodki wspomagające rozwój i nowoczesną edukację osób dorosłych	5	Patron	Wsparcie w działaniach, wymiana doświadczeń, rozpowszechnianie produktu
Media	30	Patron	Popularyzacja efektów projektu
Pracodawcy-partnerzy biznesowi beneficjanta	100	Patron	Wymiana doświadczeń, podniesienie kompetencji pracowników, popularyzacja innowacji i najlepszych praktyk stosowanych w przedsiębiorstwach dzięki platformie PKS.

*Wskaźnik na poziomie 470 został przyjęty na podstawie informacji MNiSW o liczbie funkcjonujących uczelni publicznych oraz prywatnych.

6.3 Plan działań i ich charakterystyka wraz ze wskazaniem, w jakiej fazie wdrażania projektu działania te będą realizowane.

Plan działań	Faza
<ul style="list-style-type: none"> wydawanie komunikatów prasowych do mediów lokalnych i ogólnopolskich zwłaszcza do działów zajmujących się edukacją i pracą (średnio raz w miesiącu 01-04.2013), informacje w newsletterze Beneficjanta; średnio raz na miesiąc (01-04.2013); 3 artykuły w mediach (Gazeta Wyborcza, Gazeta Krakowska, gazeta.pl) (01-04-2013); dystrybucja ulotek oraz prezentacja projektu w ramach Educamp Kraków (08.05.2013); 	<p>Opracowanie wstępnej wersji produktu oraz strategii wdrażania projektu innowacyjnego</p>

<ul style="list-style-type: none"> • wydawanie komunikatów prasowych do mediów lokalnych i ogólnopolskich zwłaszcza do działów zajmujących się edukacją i pracą (średnio raz w miesiącu 07.2013-06.2014); • organizacja cyklu spotkań informacyjnych dla odbiorców – 3 spotkania (07-10.2013); • organizacja konferencji prasowej związanych z realizacją wybranych kamieni milowych w projekcie (06.2014); • regularne zamieszczanie na stronie internetowej projektu aktualnych wyników badań dot. problemu, informacji dotyczących postępu prac nad produktem, zaangażowania decydentów, itd.; minimum dwa razy w miesiącu (07.2013-06.2014); • promocja platformy poprzez profile społecznościowe uczelni na Facebooku (1700 fanów na dwóch fanpage'ach), Twitterze (23), Goldenline, Pinterest (34); średnio raz na dwa tygodnie (07.2013-06.2014); • informacje w newsletterze Beneficjenta; średnio raz na miesiąc (07.2013-06.2014); • promocja platformy poprzez fora internetowe tematycznie powiązane z materiałami szkoleniowymi i ofertą szkoleń np. dla kadry zarządzającej, grafików, specjalistów ds. PR i promocji etc., obecność na takich portalach jak: Goldenline, LinkedIn, Digart, Gazeta.pl, Sprawny Marketing, itp. (07.2013-06.2014); • pozyskanie patronów projektu wśród fundacji, stowarzyszeń, mediów edukacyjnych, instytucji zajmujących się nowoczesną edukacją (np. Fundacja Nowoczesna Polska, Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego, członkowie Krajowej Sieci Tematycznej, blog www.2edu.pl etc.) (07-10.2013); • regularne zamieszczanie informacji o projekcie w kanałach informacyjnych partnerów uczelni oraz patronów/partnerów uczelni i projektu (m.in. Stowarzyszenie Wiosna, PKPP Lewiatan, Onet.pl, Konsorcjum Akademickie, Klub Jagielloński; w ich wydawnictwach, biuletynach, newsletterach, mailingach, na stronach internetowych) – średnio raz na 2 miesiące (07.2013-06.2014); 	<p>Testowanie opracowanego produktu</p>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> • dystrybucja broszur informacyjnych (2500 szt.) w placówkach patronów/partnerów, podczas konferencji prasowych, spotkań informacyjnych, w siedzibie Projektodawcy oraz partnerów uczelni, w szczególności przy okazji wydarzeń związanych z edukacją i kształceniem (07.2013-06.2014); • udział w konferencjach, spotkaniach i seminariach poświęconych zagadnieniom związanym z rozwojem kształcenia ustawicznego, które służyć mają prezentacji innowacyjnych produktów decydującym (w tym organizowanym przez KIW w ramach KST Edukacja i Szkolnictwo Wyższe, a także w ramach cyklicznych spotkań Małopolskiego Partnerstwa na rzecz Kształcenia Ustawicznego, organizowanych przez WUP-Kraków) (07.2013-11.2014); 	
<ul style="list-style-type: none"> • wydawanie komunikatów prasowych do mediów lokalnych i ogólnopolskich zwłaszcza do działów zajmujących się edukacją i pracą (średnio raz w miesiącu 07-09.2014); • regularne zamieszczanie na stronie internetowej projektu aktualnych wyników badań dot. problemu, informacji dotyczących postępu prac nad produktem, zaangażowania decydujących, itd.; minimum dwa razy w miesiącu (07-09.2014); • upowszechnianie platformy poprzez profile społecznościowe uczelni na Facebooku, Twitterze, Goldenline, Pinterest; średnio raz na dwa tygodnie (07-09.2014); • regularne zamieszczanie informacji o projekcie w kanałach informacyjnych partnerów uczelni oraz patronów/partnerów projektu (w wydawnictwach, biuletynach, newsletterach, mailingach, na stronach internetowych) (07-09.2014); • udział w konferencjach, spotkaniach i seminariach poświęconych zagadnieniom związanym z rozwojem kształcenia ustawicznego, które służyć mają prezentacji innowacyjnych produktów decydującym (w tym organizowanym przez KIW w ramach KST Edukacja, a także w ramach cyklicznych spotkań Małopolskiego Partnerstwa na rzecz kształcenia ustawicznego, organizowanych przez WUP-Kraków) (07-09.2014); 	<p>Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu</p>

<ul style="list-style-type: none"> • wydawanie komunikatów prasowych do mediów lokalnych i ogólnopolskich zwłaszcza do działów zajmujących się edukacją i pracą (średnio raz w miesiącu 10-11.2014), • regularne zamieszczanie na stronie internetowej projektu aktualnych wyników badań dot. problemu, informacji dotyczących postępu prac nad produktem, zaangażowania decydentów, itd.; minimum dwa razy w miesiącu (10-11.2014); • promocja platformy poprzez profile społecznościowe uczelni na Facebooku, Twitterze Goldenline, Pinterest; średnio raz na dwa tygodnie (10-11.2014); • informacje w newsletterze Beneficjenta; średnio raz na miesiąc (10-11.2014); • udział w konferencjach, spotkaniach i seminariach poświęconych zagadnieniom związanym z rozwojem kształcenia ustawicznego, które służyć mają prezentacji innowacyjnych produktów decydentom (w tym organizowanym przez KIW w ramach KST Edukacja, a także w ramach cyklicznych spotkań Małopolskiego Partnerstwa na rzecz kształcenia ustawicznego, organizowanych przez WUP-Kraków) (10-11.2014); • upowszechnianie informacji o projekcie przy wsparciu i za zgodą KIW (w wydawanych przez KIW kwartalnych biuletynach prezentujących projekty innowacyjne czy bezpośrednio na portalu KIW w zakładce „Projekty o sobie”) (10-11.2014); 	<p>Opracowanie produktu finalnego</p>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> • organizacja konferencji prasowej podsumowującej projekt (06.2015); • konkurs dla uczelnianych reprezentacji (pracownicy, współpracownicy, studenci, absolwenci itp.) na najlepszy materiał dydaktyczny (02-05.2105); • 6 seminariów w regionach (NUTS-1) dla przedstawicieli uczelni na temat produktu i jego implementacji (02-08.2015); • kampania Google AdWords (02-08.2015); • kampania mailingowa do głównych grup użytkowników i odbiorców projektu zachęcająca do aktywności na platformie, a w przypadku przedstawicieli uczelni – do implementacji produktu lub jego komponentów w macierzystych jednostkach (04.2015); • cykl 5 (1 w Katowicach, 1 w Zamościu, 1 w Rzeszowie, 2 w Krakowie; każde potrwa 16 godzin) spotkań dla pracowników i pracodawców poświęconych użyteczności produktu (02-08.2015) • wydawanie komunikatów prasowych do mediów lokalnych i ogólnopolskich zwłaszcza do działów zajmujących się edukacją i pracą (średnio raz w miesiącu 02-08.2015); • organizacja cyklu spotkań informacyjnych dla odbiorców – 3 spotkania (02-08.2015); • regularne zamieszczanie na stronie internetowej projektu aktualnych wyników badań dot. problemu, informacji dotyczących postępu prac nad produktem, zaangażowania decydentów, itd.; minimum dwa razy w miesiącu (02-08.2015); • promocja platformy poprzez profile społecznościowe uczelni na Facebooku (1700 fanów na dwóch fanpage'ach), Twitterze (23), Goldenline, Pinterest (34); średnio raz na dwa tygodnie (02-08.2015); • informacje w newsletterze Beneficjenta; średnio raz na miesiąc (02-08.2015); • promocja platformy poprzez fora internetowe tematycznie powiązane z materiałami szkoleniowymi i ofertą szkoleń np. dla kadry zarządzającej, grafików, specjalistów ds. PR i promocji etc., obecność na takich portalach jak: Goldenline, LinkedIn, Digart, Gazeta.pl, Sprawny 	<p>Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu</p>
--	---

<p>Marketing, itp. (02-08.2015);</p> <ul style="list-style-type: none"> • regularne zamieszczanie informacji o projekcie w kanałach informacyjnych partnerów uczelni oraz patronów/partnerów uczelni i projektu (m.in. Stowarzyszenie Wiosna, PKPP Lewiatan, Onet.pl, Konsorcjum Akademickie, Klub Jagielloński; w ich wydawnictwach, biuletynach, newsletterach, mailingach, na stronach internetowych) – średnio raz na 2 miesiące (02-08.2015); • dystrybucja broszur informacyjnych (2500 szt.) w placówkach patronów/partnerów, podczas konferencji prasowych, spotkań informacyjnych, w siedzibie Projektodawcy oraz partnerów uczelni, w szczególności przy okazji wydarzeń związanych z edukacją i kształceniem (02-08.2015); • udział w konferencjach, spotkaniach i seminariach poświęconych zagadnieniom związanym z rozwojem kształcenia ustawicznego, które służyć mają prezentacji innowacyjnych produktów decydentom (w tym organizowanym przez KIW w ramach KST Edukacja i Szkolnictwo Wyższe, a także w ramach cyklicznych spotkań Małopolskiego Partnerstwa na rzecz Kształcenia Ustawicznego, organizowanych przez WUP-Kraków) (02-08.2015); 	
--	--

O sukcesie działań upowszechniających świadczyć będzie:

- 1) wysłanie Informacji o projekcie i jego produktach do wszystkich uczelni w kraju (470);
- 2) 200 zarejestrowanych użytkowników platformy spoza WSE;
- 3) Min. 20 publikacji dot. projektu w mediach tradycyjnych i internetowych;
- 4) 10 pozytywnych pisemnych rekomendacji platformy wystawionych przez przedstawicieli innych uczelni, pracodawców, NGO, inne instytucje z grupy docelowej.

VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

7.1 Cel działań mainstreamingowych:

- doprowadzenie do jak najszerszego wykorzystania produktów projektu w praktyce – tj. do ich zastosowania przez możliwie najszerszy krąg przedstawicieli grup docelowych oraz interesariuszy projektu;
- uzyskanie przychylności dla idei projektu oraz jego produktów wśród przedstawicieli polskich uczelni – nakłonienie do pogłębionej refleksji na temat rynkowej oferty uczelni i relacji z klientami zewnętrznymi;
- promowanie idei projektu oraz jego produktów wśród instytucji publicznych mających wpływ na rozwijanie kształcenia ustawicznego (m.in. MRR, NCBiR, MNiSW, MEN).

7.2 Grupy docelowe, do których skierowane będą działania mainstreamingowe:

Działania włączające w projekcie będą prowadzone poprzez mainstreaming horyzontalny i wertykalny i będą adresowane do następujących grup odbiorców:

	Odbiorcy działań mainstreamingowych	Liczba	Uzasadnienie wyboru
Mainstreaming horyzontalny	Władze/przedstawiciele uczelni publicznych i niepublicznych na terenie Polski (prorektorzy odpowiedzialni za kształcenie, kierownicy studiów podyplomowych, osoby odpowiedzialne za politykę szkoleniowo-kształceniową)	470	Uczelnie są głównymi użytkownikami produktu. To one zadecydują o jego ostatecznym wykorzystaniu i trwałości efektów projektu.

	instytucje oświatowe (prywatne i publiczne; m.in. kuratoria, centra doskonalenia nauczycieli)	40	Instytucje oświatowe prowadzące różnego typu formy kształcenia mogą być zainteresowane kompleksowym wdrożeniem produktu innowacyjnego lub jego elementów składowych (na różnych etapach edukacji).
	inne ośrodki wspomagające rozwój i nowoczesną edukację osób dorosłych	50	Projekt oferuje nowoczesne, innowacyjne rozwiązania w zakresie kształcenia dorosłych, które mogą wesprzeć bieżącą działalność edukacyjną tych ośrodków i służyć realizacji założeń krajowych w tym obszarze.
	organizacje pozarządowe aktywne na polu wdrażania nowoczesnych rozwiązań na poziomie lokalnym i regionalnym, w tym towarzystwa naukowe, koła studenckie itp.	200	Opracowany produkt może stanowić źródło inspiracji dla działań edukacyjnych na poziomie lokalnym i poprzez jego zastosowanie w praktyce upowszechniać ideę kształcenia ustawicznego w regionach.
mainstreaming wertykalny	instytucje publiczne, np. MRR, NCBiR, MNiSW, MEN	5	Przedstawiciele instytucji odpowiedzialnych za kształtowanie polityk, w tym strategii rozwoju w obszarze edukacji i szkolnictwa wyższego mogą wskazać projekt jako przykład dobrej praktyki w zakresie kształcenia ustawicznego, a w szczególności integrowania różnych form kształcenia i uznawalności kwalifikacji.

Konferencja Akademyk Szkół Polskich oraz Konferencja Zawodowych Szkół Polskich, Konferencja Rektorów Uniwersytetów polskich	Rektorów 50	Przedstawiciele Konferencji Rektorów mają bezpośredni wpływ na wdrożenie zmian nie tylko na uczelniach, które reprezentują, ale także na poziomie polityk, w których kształtowaniu pośrednio uczestniczą.
---	-------------	---

Działania mainstreamingowe:

Działania włączające	Liczba odbiorców	Zasięg	Termin	Faza wdrażania projektu
osobiste spotkania z przedstawicielami instytucji odpowiedzialnych za wprowadzenie produktu do głównego nurtu polityk	Min. 10 osób	wojewódzki, ogólnopolski	07.2013-08.2015	Testowanie opracowanego produktu, Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu, Opracowanie produktu finalnego, Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu
zapraszanie decydentów na konferencje prasowe, spotkania informacyjne	Min. 50 decydentów	regionalny	07.2013-08.2015	Testowanie opracowanego produktu, Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu, Opracowanie produktu finalnego, Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu
publikacje w prasie branżowej, lokalnej i ogólnopolskiej	Min. 50 publikacji	ogólnopolski	07.2013-08.2015	Testowanie opracowanego produktu, Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu, Opracowanie produktu finalnego, Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu
regularny kontakt z decydentami oraz odbiorcami (telefony, faksy, listy, kontakty nieformalne)	Min. 100 decydentów	ogólnopolski	07.2013-08.2015	Testowanie opracowanego produktu, Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu, Opracowanie produktu finalnego, Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu

komunikacja pośrednia (za pośrednictwem organizacji, instytucji)	Min. 100 decydentów	ogólnopolski	07.2013-08.2015	Testowanie opracowanego produktu, Analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu, Opracowanie produktu finalnego, Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu
6 seminariów w regionach (NUTS-1) dla przedstawicieli uczelni na temat produktu i jego implementacji	Min. 120 przedstawicieli uczelni	ogólnopolski	02-08.2015	Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu
udostępnianie produktu finalnego poprzez wysyłkę mailową oraz tradycyjną do placówek oświatowych	Min. 300 placówek	ogólnopolski	02-08.2015	Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu
Dystrybucja podręczników dot. modelu-produktu do m.in. uczelni	470 adresatów	ogólnopolski	02-08.2015	Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu

7.3 Kryteria sukcesu działań mainstreamingowych

O sukcesie działań włączających świadczyć będzie:

- 1) 10 pozytywnych pisemnych rekomendacji platformy wystawionych przez pracowników innych uczelni, instytucji decyzyjnych, stowarzyszeń akademickich;
- 2) Deklaracja wdrożenia platformy przez min. 2 uczelnie (WSliZ Rzeszów oraz WSZiA Zamość)

VIII. Kamienie milowe drugiego etapu projektu

Drugi etap projektu Platforma Kształcenia Społecznościowego WeLearning został zaplanowany na okres 07.2013-11.2014 r. Najważniejsze elementy realizacji przedsięwzięcia zestawiono w Tabeli 1.

Tabela 1. Kamienie milowe drugiego etapu projektu PKS WeLearning

LP.	ZADANIE	DATA
0	Pozytywna opinia KIW i KST nt. strategii wdrażania	05-06.2013
1	Rozpoczęcie rekrutacji uczestników / grupy testującej	07.2013
2	Budowa narzędzi badawczych służących testowaniu systemu	07.2013
3	Rozpoczęcie naboru do zespołu ekspertów	3 kw. 2013
4	Rozpoczęcie testowania Platformy PKS	07.2013
5	Rozpoczęcie badań fokusowych wśród uczestników i pracowników WSE	3 kw. 2013
6	Zakończenie testowania Platformy PKS	06/11.2014
7	Przeprowadzenie ewaluacji zewnętrznej produktu	10-11.2014
8	Opracowanie produktu finalnego	4 kw. 2014
9	Walidacja produktu finalnego przez KIW i KST	12.2014-01.2015

IX. Analiza ryzyka

W celu zdefiniowania najważniejszych zagrożeń w projekcie dokonano oceny ryzyka na podstawie poniższej tabeli (przemnożenie punktów przyznanych w kategorii „prawdopodobieństwo wystąpienia” oraz „wpływ ryzyka na realizację projektu”).

„Prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka” – skala od 1 do 3 (1 – niskie prawdopodobieństwo, 3 – wysokie prawdopodobieństwo)

„Wpływ ryzyka na realizację projektu” – skala od 1 do 3 (1 – niski wpływ, 3 – wysoki wpływ)

Lp	Ryzyko	Prawdopodobieństwo wystąpienia	Wpływ ryzyka na realizację projektu	Ocena ryzyka
1.	Trudności w pozyskaniu testerów wynikające z mniejszego, niż to wynikało z analizy potrzeb, zainteresowania produktem finalnym	2	2	4
2.	Wystąpienie problemów technicznych związanych z budową platformy społecznościowej oraz jej bieżącym funkcjonowaniem	2	2	4
3.	Wystąpienie problemów związanych z prawami autorskimi umieszczanych materiałów (m.in. w świetle porozumienia ACTA)	1	1	1
4.	Niższa, niż zakładano, aktywność odbiorców projektu na platformie kształcenia społecznościowego	2	2	4
5.	Wystąpienie barier mentalnych, (opór przed zmianami) użytkowników platformy, co będzie skutkowało brakiem zainteresowania wdrożeniem produktu finalnego	2	2	4
6.	Niekompatybilność proponowanych rozwiązań z istniejącymi w uczelni systemami (bariery techniczne)	1	2	2

7.	Wystąpienie barier instytucjonalnych: brak potrzeby działań na rzecz kształcenia ustawicznego ze strony władz)	1	2	2
8.	Negatywna ocena produktu finalnego przez przedstawicieli grupy docelowej	1	3	3
9.	Niezaakceptowanie strategii wdrażania produktu innowacyjnego przez IP	1	3	3
10.	Rezygnacja – w trakcie testowania – użytkowników PKS z uczestnictwa w projekcie	1	2	2
11.	Nieosiągnięcie zakładanych rezultatów projektu	1	3	3
12.	Brak płynności finansowej projektu	2	2	4
13.	Zmiana przepisów prawnych / zewnętrznych	1	1	1
14.	Ryzyko związane z niską jakością zamieszczanych przez użytkowników na platformie materiałów dydaktycznych	1	2	2
15.	Ryzyko niedokładnego dopasowania IPR (Indywidualny Plan Rozwoju) do potrzeb użytkownika platformy	1	2	2
16.	Ryzyko niezrealizowania wszystkich założonych funkcjonalności platformy – niekompletność produktu innowacyjnego	1	2	2
17.	Ryzyko niedokładnego/niewłaściwego wykonania zadań przez ewaluację zewnętrzną	1	2	2

Ryzyka, których iloczyn prawdopodobieństwa wystąpienia i wpływu na realizację projektu wyniósł 4 i więcej tworzą listę zidentyfikowanych ryzyk kluczowych.

Sposoby ograniczenia najważniejszych zagrożeń, wskazanych w tabeli:

Trudności w pozyskaniu testerów wynikające z mniejszego, niż to wynikało z analizy potrzeb, zainteresowania produktem finalnym

Na etapie rekrutacji testerów prowadzona będzie bieżąca analiza oraz monitoring tego procesu, które pozwolą reagować na występujące ryzyko na bieżąco. W przypadku wystąpienia trudności w pozyskaniu testerów, WSE podejmie dodatkowe działania promocyjne, angażując do współpracy uczelnie partnerskie w Rzeszowie (WSliZ) i Zamościu (WSZiA) oraz uruchomi dodatkowy system motywacyjny (w ramach projektu opracowany został tzw. system motywacji oraz kompleksowa instrukcja do systemu, które definiują katalog elementów motywujących do podejmowania aktywności w ramach platformy).

Wystąpienie problemów technicznych związanych z budową platformy społecznościowej oraz jej bieżącym funkcjonowaniem

Wybór wykonawcy platformy nastąpił w oparciu o zasadę konkurencyjności. Szczegółowe kryteria wyboru wykonawcy ustalone na etapie tworzenia zapytania ofertowego oraz przewidziane w nim spotkania/prezentacje zapewniły wybór zespołu posiadającego odpowiedni potencjał oraz doświadczenie.

Zespół projektowy zabezpiecza odpowiednie zaplecze techniczne (Platforma Kształcenia Społecznościowego będzie bazowała na rozwiązaniach typu opensource) oraz we współpracy z Wykonawcą wprowadzone będą rozwiązania minimalizujące ryzyko w tym zakresie, takie jak: rozbudowany system kopii zapasowych, e-mail awaryjny/helpdesk, naprawa/odzyskiwanie danych w oparciu o back-up itp.

Dodatkowo zespół projektowy na bieżąco obserwuje oraz monitoruje proces rozbudowy platformy oraz jej funkcjonalności, dzięki specjalnym profilom/kontom w strefie klienta, które umożliwiają bieżący wgląd w postęp prac zespołu wykonawczego (ze szczegółowością do 5% wykonania danego zadania). Rozwiązanie pozwala na kontrolowanie zgodności prac z przyjętym harmonogramem.

Niższa niż zakładano, aktywność odbiorców projektu na platformie kształcenia społecznościowego

Specyfikacja Przedmiotu Zamówienia dotycząca platformy przewidywała rozbudowany system do rejestrowania aktywności użytkowników na platformie. Dostęp do statystyk i analiz ruchu na platformie będzie stanowił źródło informacji/weryfikacji m.in. tych obszarów aktywności

użytkowników, w których należy podjąć wzmocnione działania motywujące/aktywizujące.

W celu przeciwdziałania ewentualnym spadkom aktywności użytkowników na platformie przez cały okres testowania produktu innowacyjnego na platformie będą dostępne atrakcyjne, interaktywne materiały dydaktyczne, dostęp do materiałów będzie łatwy i szybki (ograniczenie do minimum formalności technicznych związanych z zalogowaniem się na platformę oraz stworzeniem własnego profilu). Użytkownicy platformy będą mieli możliwość wymiany wiedzy i dzielenia się zasobami, a stworzenie portfolio (automatycznie generowane przez system) będzie dawało możliwość rejestrowania (oraz aktualizowania na bieżąco) własnych osiągnięć edukacyjnych.

W przypadku aktywności poniżej oczekiwanego poziomu podjęte zostaną na platformie akcje aktywizujące (system motywacji zostanie rozbudowany o dodatkowe działania/mechanizmy motywujące, rejestr planowanych form aktywności określa szczegółowo Instrukcja do systemu motywacji) np. przyznawanie dodatkowych talentów, poszerzenie dostępu o dodatkowe materiały dydaktyczne.

Wystąpienie barier mentalnych (opór przed zmianami) użytkowników platformy co będzie skutkowało brakiem zainteresowania wdrożeniem produktu finalnego

Produkt finalny opiera się na rozwiązaniach typu opensource, dzięki czemu może zostać przyjęty w całości lub dostosowany do potrzeb konkretnej uczelni i jej specyfiki.

Zastosowane rozwiązania będą na tyle przyjazne użytkownikowi, a poruszanie się po platformie intuicyjne, że nowi użytkownicy nie powinni mieć problemów z odnalezieniem się w środowisku platformy. Czynności niezbędne do stworzenia profilu na platformie zredukowane zostaną do minimum, tak aby maksymalnie ułatwić dostęp do zasobów platformy.

Przez cały okres testowania produktu innowacyjnego podejmowane będą działania zapewniające bieżące wsparcie techniczne, a także merytoryczne dla użytkowników (Helpdesk techniczny oraz merytoryczny, bieżące reagowanie na trudności, wskazywanie alternatywnych rozwiązań, „opieka” administratora nad nowymi użytkownikami).

Dla użytkowników dostępny będzie przewodnik po platformie, który w przystępny i przyjazny sposób, krok po kroku wskazywał będzie kolejność i strukturę działań na platformie z punktu widzenia nowego użytkownika. Na platformie dostępne będą również cztery kompleksowe Instrukcje dotyczące systemów funkcjonujących w obrębie platformy, a także dwa podręczniki (dotyczące tworzenia materiałów dydaktycznych oraz społecznościowego kształcenia ustawicznego).

Brak płynności finansowej projektu

W przypadku opóźnień z wypłatą kolejnych transz dofinansowania, Projektodawca zabezpiecza realizację poszczególnych działań w projekcie z własnych środków. Dodatkowo każda zawierana w ramach projektu umowa opatrzona jest zapisem o uzależnieniu wypłaty od dostępności środków na koncie projektowym.

W celu zapewnienia pomyślnej realizacji projektu i zminimalizowania ryzyk innych niż wyżej zdiagnozowane, Beneficjent wypracował system wewnętrznej kontroli oraz przepływu informacji, który ma czuwać nad realizacją działań zgodnie z założeniami oraz harmonogramem, a także diagnozować i zapobiegać lub zminimalizować zagrożenia.

System zakłada sprawną komunikację pomiędzy członkami zespołu: regularne spotkania zespołu projektowego, bieżącą ewaluację działań zespołu na podstawie raportów cząstkowych oraz zbiorczych od członków zespołu, bieżącą wymianę informacji pomiędzy koordynatorem ds. monitoringu i ewaluacji a Dyrektorem projektu (aktualizowanie wskazówek/zaleceń po analizie raportów).

Beneficjent posiada wieloletnie doświadczenie w realizacji projektów, które pozwala na sprawne i skuteczne zarządzanie ryzykiem w projekcie.

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik 1 „Studenci i absolwenci o e-learningu” Raport z wywiadów eksperckich

Załącznik 2 „Pracownicy uczelni o e-learningu” Raport z wywiadów eksperckich

Załącznik 3 „Pracodawcy o e-learningu” Raport z wywiadów eksperckich

Załącznik 4 „Kształcenie na odległość” Analiza danych zastanych w zakresie praktyk stosowanych na polskich i zagranicznych uczelniach

Załącznik 5 Pakiet materiałów dydaktycznych przygotowanych do procesu testowania

Załącznik 6 Wymagania funkcjonalne systemu

Załącznik 7 Instrukcja do systemu wdrażania

Załącznik 8 Instrukcja do systemu motywowania

Załącznik 9 Instrukcja do kontroli jakości i obsługi klienta

Załącznik 10 Instrukcja do systemu diagnozy potrzeb szkoleniowych

Załącznik 11 e-Podręcznik „Tworzenie innowacyjnych materiałów dydaktycznych”

Załącznik 12 e-Podręcznik „Model ustawicznego kształcenia społecznościowego”

