

**STRATEGIA WDRAŻANIA  
PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO**



**UNIWERSYTET  
PRZYRODNICZY  
WE WROCŁAWIU**

**TEMAT INNOWACYJNY:**

*Prowadzenie monitoringu losów absolwentów w celu podniesienia jakości i lepszego dostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb gospodarki opartej na wiedzy i wymogów rynku pracy.*

**NAZWA PROJEKTODAWCY:**

**UNIWERSYTET PRZYRODNICZY WE WROCŁAWIU**

**TYTUŁ PROJEKTU:**

*„PI – Monitoring losów absolwentów w kontekście dostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb gospodarki opartej na wiedzy i wymogów rynku pracy”*

**NUMER UMOWY: UDA-POKL.04.01.01-00-291/11-00**

**WROCŁAW, MAJ 2013**



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



## SPIS TREŚCI

---

1	UZASADNIENIE.....	3
2	CEL WPROWADZENIA INNOWACJI .....	6
3	OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO .....	8
4	PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO .....	14
5	SPOSÓB SPAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA .....	18
6	STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA .....	20
7	STRATEGIA WŁĄCZENIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI.....	25
8	KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU .....	29
9	ANALIZA RYZYKA.....	30
10	ZAŁĄCZNIKI .....	34

Realizacja przedmiotowego projektu odpowiada na główny problem, którym jest brak **systemu identyfikacji potrzeb absolwentów i pracodawców, na bazie którego możliwe będzie kształtowanie oferty edukacyjnej Uczelni. Zasadniczą przyczynę tego stanu stanowi niska jakość prowadzonych działań w zakresie monitoringu losów absolwentów.** Wskaźnikiem skuteczności kształcenia na poziomie wyższym jest sukces zawodowy absolwentów danej uczelni (...)<sup>1</sup>. Zauważalne jest, iż coraz częściej absolwenci mają problem z rozpoczęciem pracy w zdobytym zawodzie. Z badań przeprowadzonych w II edycji projektu Uczelnia Przyjazna Pracodawcom wynika, że jedynie 54% absolwentów Uczelni Wyższych podejmuje pierwszą pracę w wyuczonym zawodzie<sup>2</sup>. Wyniki badań przeprowadzone w ramach niniejszego projektu wykazały, że 40 % absolwentów uważa, iż brak pracy w zawodzie spowodowany jest konkurencją w zawodzie (dużo osób po tym samym kierunku)<sup>3</sup>. Z badań dotyczących oceny absolwentów Uczelni wyższych przez pracodawców, wynika iż istnieje duża dysproporcja pomiędzy wiedzą teoretyczną a praktyczną absolwentów. Aż 42 % pracodawców określiło jako deficytową umiejętność zastosowania teorii w praktyce<sup>4</sup>. Przyczyną opisanych powyżej problemów jest m.in. brak korelacji między systemem kształcenia na poziomie wyższym a realnymi potrzebami rynku pracy.

### Problemy uczelni i ich skala

Głównym problemem Uczelni jest brak **odpowiednich metod i narzędzi, które w efektywny sposób pozwalająby monitorować losy zawodowe absolwentów.** Nowelizacja ustawy o szkolnictwie wyższym narzuciła obowiązek monitorowania losów przez Uczelnie nie określając zunifikowanych narzędzi i sposobów prowadzenia badań w tym zakresie. Na potrzeby niniejszego projektu przeprowadzone zostały badania (pogłębione wywiady telefoniczne) wśród Uczelni publicznych o profilu przyrodniczo – rolniczo – technicznym, gdyż projekt, zgodnie z celem głównym, w pierwszej kolejności dedykowany jest dla tej grupy Uczelni. Wśród 9 Uczelni<sup>5</sup>, ponad 40 % z nich prowadzi badania za pomocą ankiety wysyłanej drogą tradycyjną lub elektroniczną (poprzez wysłanie linku do ankiety na adres e-mailowy absolwenta). Trzy Uczelnie posiadają narzędzia informatyczne. Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie i Uniwersytet Warmińsko – Mazurski w Olsztynie w postaci platformy internetowej zintegrowanej z systemem ewidencji studentów oraz SGGW – portal Biura Karier z modułem ankietowym. Nieznany jest także respons ankiet. Jest to prawdopodobnie spowodowane tym, iż Uczelnie te prowadzą badania stosunkowo krótko – od 2012r. Większość Uczelni zaczęła przygotowania od roku 2011. Przygotowania polegały m.in. na zbieraniu od studentów/absolwentów zgody na przetwarzanie danych osobowych do celów monitoringu losów absolwentów, umiejscowienia zespołu badawczego w strukturach Uczelni itd. Wyniki badań potwierdziły także, że nie wszyscy wiedzą jak takie badanie prowadzić i korzystają z doświadczeń od innych Uczelni. Skala problemu zdefiniowanego na wstępie jest duża i ma zasięg ogólnopolski, co potwierdzają wyniki badań raportu - „Raport z badania systemów monitorowania losów zawodowych absolwentów w Polsce i zagranicą”. Dostarczył on min. nowych danych o problemach Uczelni związanych z monitoringiem. Obszar badawczy obejmował diagnozę i analizę: stanu faktycznego, istniejących problemów, stosowanych narzędzi (w tym IT) przez Uczelnie (polskie i zagraniczne) w zakresie monitorowania absolwentów, określenie potrzeb Uczelni w zakresie wprowadzanych zmian oraz możliwości zaadaptowania (w całości lub części) funkcjonujących na świecie narzędzi do monitoringu losów absolwentów. Zastosowaną w raporcie metodą badań była triangulacja metodologiczna, zastosowana w celu zminimalizowania stopnia wpływu specyficzności każdej z metod z osobna. Zastosowano następujące metody i techniki: analiza danych zastanych (desk reserch) – przebadano 59 krajowych uczelni publicznych, 106 krajowych uczelni niepublicznych (w raporcie szczegółowo opisano 7 uczelni publicznych), 18 uczelni i organizatorów zagranicznych; pogłębione wywiady jakościowe prowadzone telefonicznie – łącznie wykonano 69 wywiadów w kraju i za granicą (29 Uczelni i instytucje, 25 absolwenci, 15 pracodawcy); badanie ilościowe ogólnopolskie – technika CATI – standaryzowana ankieta

---

<sup>1</sup> art. pt., Wykształcenie wyższe – czy zwiększa szansę absolwentów na rynku pracy? źródło: [www.rynekpracy.pl](http://www.rynekpracy.pl); opracowanie Sedlak & Sedlak 08.05.2013r.).

<sup>2</sup> „Raport z badań w II edycji projektu Uczelnia Przyjazna Pracodawcom – Absolwenci Uczelni na rynku pracy” – opracowanie eDialog sp. z o.o. i Instytut Pracy i Spraw Socjalnych (Warszawa, 2012).

<sup>3</sup> „Raport z badania systemów monitorowania losów zawodowych absolwentów w Polsce i zagranicą” – sporządzone przez KERALLA RESEARCH INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B dla Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu (Wrocław, styczeń 2013).

<sup>4</sup> „Raport z badań w II edycji projektu Uczelnia Przyjazna Pracodawcom – Absolwenci Uczelni na rynku pracy” – opracowanie eDialog sp. z o.o. i Instytut Pracy i Spraw Socjalnych (Warszawa, 2012).

<sup>5</sup> Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu, Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie (SGGW), Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich w Bydgoszczy, Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie (ZUT), Uniwersytet Przyrodniczo – Humanistyczny w Siedlcach, Uniwersytet Warmińsko – Mazurski w Olsztynie (UWM).

telefoniczna - absolwenci (łącznie 530 os. z Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu (UP), SGGW i UP w Lublinie), pracodawcy – 40 szt. Analiza 165 Uczelni krajowych (szczegółowo opisanych 7 Uczelni) wykazała, iż tylko nieliczni prowadzą badania jakości kształcenia od wielu lat (np. Uniwersytet Jagielloński od 2007r., Akademia Górniczo – Hutnicza od 2008r.). Większość Uczelni rozpoczęła badanie wraz z powstaniem obowiązku prawnego.

Wg raportu obecnie (stan na styczeń 2013) większość przebadanych Uczelni organizuje się do prowadzenia monitoringu, tj. pozyskuje zgody na przetwarzanie danych osobowych od absolwentów, aktualizuje/tworzy bazy kontaktów, opracowuje narzędzia i metodologie badawcze, niektóre prowadzą pilotaż. Problemem dla większości uczelni są zmiany organizacyjne. Najczęściej monitoring prowadzony jest w Biurach Karier. Problem staje się poważny w sytuacji gdy Biuro jest jednoosobowe. Mając na uwadze systematyczne prowadzenie badań, na dość dużej grupie respondentów (kilka tysięcy), jest to zadanie bardzo trudne, niosące ze sobą zagrożenia np. związane z jego efektywnością, miarodajnością wyników, a w rezultacie z jakością danych, które docelowo mają posłużyć do kształcenia oferty edukacyjnej Uczelni. Kwestią utrudniającą właściwe działanie jest także niskie przygotowanie specjalistyczne kadry prowadzącej badania (m.in. brak przygotowania socjologicznego, doświadczenia w prowadzeniu tego typu badań). Priorytetem jest dotarcie i uzyskanie informacji od jak najszerszego grona absolwentów danej Uczelni. Przeprowadzona analiza wskazała trudności w interpretacji ustawy o ochronie danych osobowych, w zakresie sposobu pozyskiwania od absolwentów zgody na przetwarzanie tych danych, a także celu i zakresu ich przetwarzania. Uczelnie różnie interpretują zapisy ustawy posiłkując się opiniami prawnymi, które często prezentują odmienne stanowiska. W tym miejscu konieczne jest określenie jasnych procedur (zmian legislacyjnych) dla Uczelni w zakresie możliwości zobligowania absolwentów do informowania Uczelni o swoich losach zawodowych, po ukończeniu szkoły. Bądź w przypadku braku możliwości narzucenia obowiązku lub długotrwałych procesów legislacyjnych, stworzenia systemu motywującego absolwentów do chęci dzielenia się informacjami z przebiegu kariery zawodowej. Problem istnieje, na co wskazują wyniki raportu z badań. W 2012r. na Uniwersytecie Jagiellońskim ponad 21% absolwentów nie wyraziło zgody na przetwarzanie danych osobowych dla celów monitoringu, do 15% nie udało się dotrzeć z formularzem zgody. Jedną z przyczyn jest to, iż absolwenci nie mają wiedzy na temat monitoringu i jego znaczenia dla Uczelni. Ponad 50 % ankietowanych absolwentów odpowiedziało, że Uczelnia nie informowała ich o celu i zamiarze prowadzenia badania monitoringu losów absolwentów. Stąd istnieje konieczność informowania przyszłych absolwentów o celach badania. Integrowanie ich wokół tematu losów absolwentów i tworzenie więzi pomiędzy studentem a Uczelnią w długofalowej perspektywie pozwoli na pozyskanie informacji, które posłużą do kształtowania oferty edukacyjnej Uczelni. Najczęstszym narzędziem wykorzystywanym do badania jest ankieta do samodzielnego wypełniania, dostępna w formie elektronicznej. Większość badanych Uczelni wysyła drogą mailową link z ankietą i monituje ich zwrot. Z prezentowanych w raporcie Uczelni, w 5 na 7, zwrot ankiet jest nieznanym bądź brak jest na ten temat danych. W pozostałych dwóch zwrot kształtuje się na poziomie ok. 60%. Aktualnie uczelnie nie mają narzędzi do efektywnego zbierania informacji. Te, które zdecydowały się na narzędzia w postaci systemów informatycznych (np. system informatyzacji Uczelni wraz z modułem do monitoringu, platformy/portale internetowe) nie mogą jeszcze ocenić ich efektywności, ponieważ dopiero rozpoczynają proces monitorowania. Analiza wykazała, iż Uczelnie nie stosują żadnych zachęt dla absolwentów w celu pozyskania od nich informacji, choć zdecydowana większość ma świadomości problemu z dotarciem i zwrotem informacji od absolwentów, w szczególności po 3 i 5 latach od zakończenia studiów. Narzędzia informatyczne oraz sposoby badania losów absolwentów praktycznie nie przewidują lub przewidują bardzo ograniczony udział pracodawców w procesie kształtowania oferty edukacyjnej. Wówczas rola pracodawcy głównie sprowadza się do publikacji ofert pracy, staży, praktyk. Uczelnie nie pozyskują informacji zwrotnej od pracodawców nt. umiejętności i wiedzy ich pracowników będących absolwentami danej Uczelni. Nie ma ani odpowiednich narzędzi i określonej ścieżki/procedury przekazywania informacji ani systemu zachęcającego pracodawcę do aktywnego udziału w procesie kształcenia. Dane przekazane przez absolwentów, w połączeniu z informacjami od pracodawców, powinny dać efektywny system oceny sytuacji i wytyczne w zakresie zmian systemu kształcenia. Sytuacja ta wskazuje na brak kompleksowych rozwiązań integrujących wszystkie grupy: studentów/absolwentów, pracodawców i Uczelnie. Taka konfiguracja współpracy i wymiany informacji pozwoliłaby na uzyskanie pełnowartościowej oceny sytuacji, według której należałoby planować zmiany w ofercie edukacyjnej Uczelni.

### **Problemy studentów/absolwentów i ich skala**

**Problem niedostosowania programów kształcenia ma odzwierciedlenie w liczbie bezrobotnych absolwentów szkół wyższych.** W I kwartale 2012 roku stopa bezrobocia w tej grupie wyniosła 21,3%. W stosunku do poprzedniego kwartału wzrosła o nieco ponad 3 punkty procentowe<sup>6</sup>. Z badań przeprowadzonych przez eDialog sp. z o.o. i Instytut

---

<sup>6</sup> art. „Bezrobotny Absolwent”; [www.rynekpracy.pl](http://www.rynekpracy.pl); opracowanie Sedlak & Sedlak na podstawie danych GUS-u (07.08.2012r.)

Pracy i Spraw Socjalnych, wynika że 46 % absolwentów zmuszona była podjąć pracę w innym zawodzie niż wyuczony. Przyczyną tego problemu jest min. niewystarczające wsparcie studentów/absolwentów ze strony Uczelni udzielane w zakresie wchodzenia na rynek pracy. Akademickie Biuro Karier, które powinno stanowić połączenie pomiędzy studentem/absolwentem a pracodawcą, zdaniem studentów nie jest instytucją, która wprowadza ich na rynek pracy. Tezę potwierdzają wyniki badań przeprowadzonych przez eDialog sp. z o.o. i Instytut Pracy i Spraw Socjalnych<sup>7</sup> - studenci rzadko korzystają z usług świadczonych przez Akademickie Biura Karier (34% badanej populacji studentów zadeklarowało, że korzystało z usług ABK), mimo iż aż 84% respondentów stwierdziło, że na ich uczelni działa/działa Akademickie Biuro Karier, a tylko 14% nie dysponowało wiedzą w tym zakresie). Wśród najslabiej ocenionych działań ABK, studenci wskazują min.: informowanie o sytuacji na regionalnym rynku pracy, pomoc w organizacji stażu. Wyniki badań<sup>8</sup> potwierdzają tezę, iż jedyną formą wsparcia przez uczelnię jest zamieszczanie na stronie Biura Karier aktualnych ogłoszeń o pracę i staży. Potwierdziło to 65 % ankietowanych. Ponad 25 % badanych wskazało, iż nie miało żadnych ułatwień ani pomocy ze strony Uczelni. Tylko ok. 14 % odpowiedziało, że istnieje dostęp do bazy pracodawców.

### **Problemy pracodawców i ich skala**

**Problemem pracodawców jest brak wykwalifikowanej kadry odpowiadającej ich oczekiwaniom.** Przy relatywnie wysokiej stopie bezrobocia rejestrowanego w Polsce (14%)<sup>9</sup>, ok. 75 %<sup>10</sup> pracodawców ma problemy ze znalezieniem wykwalifikowanej kadry. Organizacje zrzeszające pracodawców, w oparciu o doświadczenia swoich członków, definiują swoje postulaty w zakresie zmian dotyczących systemu kształcenia na wszystkich poziomach edukacji: konieczność podniesienia kompetencji i kwalifikacji, zwiększenie zapotrzebowania na kompetencje ogólne (sprawności komunikacyjnej w językach obcych, umiejętności organizacji pracy indywidualnej i zespołowej, dobrą organizację pracy), ukształtowanie umiejętności „miękkich” (zdolności uczenia się, umiejętności współpracy w grupie, łatwości nawiązywania kontaktów z otoczeniem). Powyższe zapotrzebowanie potwierdzają wyniki badań prowadzonych w ramach niniejszego projektu. Najlepiej pracodawcy ocenili przygotowanie teoretyczne absolwentów (ponad 2/3 badanych respondentów). Najslabiej – przygotowanie praktyczne do zawodu (35%) oraz znajomość języków obcych (25 %) i kompetencje miękkie (25%). Stąd konieczne jest uzyskanie od pracodawców informacji na temat absolwentów oraz danych dotyczących zapotrzebowania rynku pracy na konkretnych absolwentów.

Pomimo, iż na wielu uczelniach funkcjonują ciała doradcze w postaci Rad Biznesu, Rad Pracodawców, to wciąż brak wymiernych efektów deklarowanej współpracy pomiędzy Uczelnią a biznesem w odniesieniu do zaspokojenia wzajemnych potrzeb.

### **Przyczyny problemów**

Przyczyny występowania opisanych powyżej problemów, w odniesieniu do grup użytkowników i odbiorców, zdefiniowano w następujących obszarach:

#### **Formalno – prawne:**

- Uczelnia - brak aktów prawnych (m.in. rozporządzeń ministerialnych) określających sposób, metodykę prowadzenia badania monitorowania losów absolwentów;
- Studenci/absolwenci – brak procedur włączających studentów w działania monitoringowe, brak wymiernych korzyści dla absolwentów z uczestniczenia w badaniach;
- Pracodawcy - brak jasno określonych procedur przekazywania Uczelniom informacji nt. oceny pracowników;

#### **Kulturowo – społeczne:**

- Uczelnia - zbyt niskie zainteresowanie ze strony Uczelni jej absolwentami;
- Wszyscy - brak efektywnej współpracy na linii Uczelnia – Absolwent-Pracodawca;
- Studenci/absolwenci - niewiedza na temat celowości badania, brak utożsamiania się studentów/absolwentów z Uczelnią;

#### **Techniczno – ekonomiczne:**

- Uczelnia - brak środków finansowych na wdrożenie skutecznych narzędzi do prowadzenia badań;

---

<sup>7</sup> „Raport z badań w II edycji projektu Uczelnia Przyjazna Pracodawcom – Absolwenci Uczelni na rynku pracy” – opracowanie eDialog sp. z o.o. i Instytut Pracy i Spraw Socjalnych (Warszawa, 2012).

<sup>8</sup> „Raport z badania systemów monitorowania losów zawodowych absolwentów w Polsce i zagranicą” – sporządzone przez KERALLA RESEARCH INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B dla Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu (Wrocław, styczeń 2013).

<sup>9</sup> Dane GUS – na koniec kwietnia 2013r.

<sup>10</sup> „Bilans Kapitału Ludzkiego” (badania prowadzone przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w Warszawie, Uniwersytet Jagielloński w Krakowie – 2010,2011)

- Studenci/absolwenci – brak narzędzi ułatwiających utrzymywanie kontaktu z Uczelnią po zakończeniu edukacji oraz brak systemu zachęt aktywności w zakresie przekazywania informacji;
- Pracodawcy - brak skutecznych narzędzi ułatwiających komunikację z Uczelnią w zakresie przekazywania informacji zwrotnych na temat jakości kształcenia – oceny kwalifikacji i umiejętności absolwentów.

### Konsekwencje istnienia zidentyfikowanych problemów

W dłuższej perspektywie skutki pozostawienia problemów bez rozwiązania będą groźne dla wszystkich stron.

**Uczelnie** – niedostosowanie oferty edukacyjnej spowoduje brak napływu nowych studentów, co przy prognozowanym niżu demograficznym oraz stosunkowo wysokiej liczbie uczelni i szkół wyższych w Polsce (ok. 470), może w konsekwencji prowadzić do sukcesywnego zamykania Uczelni. Taka sytuacja niejako wymusza na Uczelniach, aby były bardziej konkurencyjne i dostosowywały swoje systemy kształcenia do dynamicznie zmieniającej się gospodarki. Aby temu przeciwdziałać istnieje konieczność wzajemnej współpracy pomiędzy Uczelnią, jej absolwentami i pracodawcami, dla których Uczelnie kształcą kadry.

**Studenci/absolwenci** – skutki dla tej grupy to: brak pracy w wyuczonym zawodzie, długi okres poszukiwania pracy, konieczność doksztalcenia, konieczność przekwalifikowania się, wysoka konkurencja na rynku pracy (osoby po tym samym kierunku studiów).

**Pracodawcy** - skutki dla tej grupy to: brak wykwalifikowanych pracowników, konieczność ponoszenia kosztów na przyuczanie do zawodu nowozatrudnionych pracowników, nieefektywność zatrudniania wynika z niekompetencji pracowników a w konsekwencji konieczność poszukiwania pracowników za granicą.

Wybrane wyniki badań prowadzonych na potrzeby niniejszego projektu potwierdzające potrzebę jego realizacji<sup>11</sup>:

- ponad 79 % absolwentów oceniło jako „dobry” pomysł stworzenia portalu internetowego kojarzącego absolwentów i pracodawców;
- ponad 87% absolwentów popiera ideę zamieszczania informacji o rynku pracy np. zatrudnienie po wybranym kierunku studiów;
- ponad 90% badanych pracodawców pozytywnie oceniło pomysł stworzenia portalu internetowego, który umożliwi im wyszukiwanie pracowników po kierunkach przyrodniczo – technicznych;
- 80% pracodawców jest skłonna dzielić się z uczelnią informacjami nt. pożądanych przez nich kompetencji pracowniczych;
- 80% badanych pracodawców jest skłonna do współpracy z uczelniami i chętnie dzieliłaby się z nimi informacjami na temat prognozowanego zapotrzebowania na konkretne specjalizacje w najbliższym czasie (np. perspektywa roku);
- ponad 80 % pracodawców od współpracy z Uczelnią (Akademickie Biura Karier) najbardziej oczekuje bezpośredniego docierania do absolwentów.

## 2 CEL WPROWADZENIA INNOWACJI

Cel wprowadzenia innowacji jest tożsamy z celem głównym projektu, który brzmi: *"Poprawa jakości działań w zakresie monitorowania losów absolwentów wśród uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo – technicznym poprzez wypracowanie, przetestowanie, upowszechnienie i włączenie do polityki produktu – innowacyjnego portalu internetowego oraz dostosowanie oferty edukacyjnej uczelni do potrzeb gospodarki opartej na wiedzy i wymogów rynku pracy w okresie 10.2012 – 05.2015"*

### Wskaźniki pomiaru celu głównego:

Nazwa wskaźnika	Wartość docelowa wskaźnika	Źródło weryfikacji/pozyskania danych do pomiaru wskaźnika	Częstotliwość pomiaru wskaźnika
Liczba uczelni, u których zostanie przetestowany produkt	3	Umowy pomiędzy Uniwersytetem Przyrodniczym we Wrocławiu, a innymi Uczelniami na przetestowanie produktu	W trakcie testowania w okresie od 10.2013 do 06.2014

<sup>11</sup> „Raport z badania systemów monitorowania losów zawodowych absolwentów w Polsce i zagranicą” – sporządzone przez KERALLA RESEARCH INSTYTUT BADAŃ I ROZWIĄZAŃ B2B dla Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu (Wrocław, styczeń 2013).

Liczba uczelni, które wdrożą produkt finalny	3	Uchwała Senatu Uczelni/Zarządzenie Rektora/Zarządzenie Kanclerza/Umowa pomiędzy Uniwersytetem Przyrodniczym we Wrocławiu, a innymi Uczelniami na wdrożenie portalu	W trakcie upowszechniania produktu finalnego od 12.2014 do 05.2015
Liczba zmodyfikowanych programów kształcenia w wyniku realizacji projektu	1	Uchwała Rady Wydziału Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu/Uchwała Senatu Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu	W trakcie upowszechniania produktu finalnego od 12.2014 do 05.2015
Liczba powstałych narzędzi do monitorowania losów absolwentów	1	Końcowy protokół zdawczo - odbiorczy	06.2014

**Cele szczegółowe projektu oraz wskaźniki do ich pomiaru:**

Lp.	Cel	Wskaźnik pomiaru celu	Wartość docelowa	Źródło weryfikacji/pozyskania danych do pomiaru wskaźnika	Częstotliwość pomiaru wskaźnika
1	Opracowanie na podstawie badań, analiz i pracy ekspertów innowacyjnego portalu internetowego do monitorowania losów absolwentów uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym w okresie: wersja wstępna portalu do 05.2013r, wersja finalna do 06.2014r.	Liczba opracowanych badań dotyczących monitoringu losów absolwentów uwzględniających rozwiązania zagraniczne	1	Protokół zdawczo - odbiorczy	01.2013
		Liczba opracowanych specyfikacji portalu	1	Dokument – specyfikacja portalu	03.2013
		Liczba działających portali	1	Protokół zdawczo - odbiorczy	05.2013
2	Przetestowanie produktu wśród 272 studentów(132) /absolwentów 78/przedstawicieli pracodawców(40)/pracowników uczelni (25) w okresie 10.2013–06.2014	Liczba osób testujących model	Kobiety-190 Mężczyźni-82 Ogółem-272	Umowy z testerami, karty oceny produktu, notatki ze spotkań testerów z ekspertami i firmą informatyczną wykonującą portal internetowy	06.2014
3	Upowszechnienie produktu finalnego i jego zastosowanie przez 3 Uczelnie w okresie do 05.2013r.	Liczba Uczelni które wdrożą w portal	3	Uchwały Senatu Uczelni/Zarządzenie Rektora/Zarządzenie Kanclerza/Umowy/Porozumienia pomiędzy Uniwersytetem Przyrodniczym we Wrocławiu, a innymi Uczelniami na wdrożenie portalu	W trakcie upowszechniania produktu finalnego od 12.2014 do 05.2015
		Liczba użytkowników portalu (studenci - 700/absolwenci - 700/pracodawcy-80/pracownicy Uczelni-20)	1500	Raport z założonych na portalu kont użytkownika	05.2015

### **Pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacji:**

W wyniku realizacji projektu zostanie wypracowany, przetestowany, upowszechniony i wdrożony do praktyki i głównego nurtu polityki, portal internetowy do monitoringu losów absolwentów przeznaczony w głównej mierze dla uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo – technicznym. Nadrzędną rolą portalu jest uzyskanie informacji od absolwentów danej Uczelni na temat ich kariery zawodowej po zakończeniu edukacji. Portal umożliwi także pozyskiwanie informacji od pracodawców m.in. na temat oceny pracowników (absolwentów Uczelni wyższych) oraz potrzeb w zakresie "stworzenia" profilu idealnego absolwenta, który spełni wymogi rynku pracy. W rezultacie dzięki narzędziu opartemu na rozwiązaniach informatycznych umożliwiającym efektywne i rzetelne pozyskiwanie i przetwarzanie informacji nastąpi poprawa jakości działań w zakresie monitoringu losów absolwentów.

#### *Uwaga:*

*Beneficjent otrzymał zgodę Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (pismo z dnia 23.05.2013r. nr DRKN-SWFPOKL.9060.312.2013.TW:2 NK: 9182/05/2013) na przedłożenie pełnej wersji technicznej portalu opracowanego w ramach projektu do dnia 30.09.2013r., czyli przed planowanym terminem rozpoczęcia procesu testowania produktu finalnego (10.2013).*

## **3 OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO**

---

### **Na czym polega innowacja**

W przedmiotowym projekcie założono wypracowanie innowacyjnego produktu, rozumianego jako narzędzie – portal internetowy, którego funkcjonalności i założenia z niego wynikające, tworzą swoistego rodzaju innowacyjny model pozyskiwania danych i informacji oparty na współpracy i długotrwałych relacjach.

Toteż Innowacją w tym przypadku, nie jest wyłącznie sam w sobie portal internetowy, ale model jego funkcjonowania: konstrukcja, funkcjonalności i dobór grup, do których jest skierowany (użytkowników i odbiorców).

### **Wymiary innowacji**

Innowacyjność produktu, wypracowanego w ramach projektu, przejawia się w następujących wymiarach:

**a) Uczestnika projektu.** W wyniku realizacji projektu wsparte zostaną grupy, które dotychczas nie otrzymywały wsparcia w zakresie jaki oferował będzie im projekt. Samo umieszczenie określonych grup na portalu oraz stworzenie sieci wzajemnych zależności i oddziaływania ich na siebie (Uczelnia, Absolwenci, Studenci, Pracodawcy) jest innowacyjne.

Do grup tych należą:

**Absolwenci**, którzy po zakończeniu procesu edukacji nie są wspierani przez swoje macierzyste Uczelnie w procesie poszukiwania pracy i ustawicznego, nieodpłatnego zdobywania wiedzy/kwalifikacji. W ramach portalu udostępnione im zostaną darmowe szkolenia w ramach platformy e-learningowej (która będzie sukcesywnie rozbudowywana) oraz możliwość poszukiwania pracy, kontaktu z pracodawcami, brania udziału w organizowanych za pośrednictwem Uczelni wydarzeniach, zajęciach. Otrzymają również dostęp do bazy wiedzy, która będzie zawierała publikacje branżowe, niedostępne dla ogółu. Zostanie stworzony system stałej współpracy oraz utrzymane długotrwałe relacje.

**Pracodawcy**, których współpraca z Uczelniami obecnie oparta jest w zasadniczej mierze na przyjmowaniu studentów na praktyki, bądź zamieszczaniu ofert pracy. W wyniku realizacji projektu, zarejestrowanym na portalu pracodawcom, udostępniona zostanie baza poszukujących pracy studentów i absolwentów. Baza ta będzie miała charakter branżowy, co jest dużym atutem planowanego rozwiązania. Pracodawcy ponadto będą mieli możliwość zamieszczania ofert pracy, samodzielnego przeglądania profili osób zainteresowanych podjęciem pracy oraz bezpośredniej komunikacji z nimi. Istotnym elementem, z punktu widzenia kształtowania oferty edukacyjnej dostosowanej do wymogów rynku pracy i gospodarki, jest też zakładana ankietyzacja pracodawców. Za pomocą ankiet grupa ta będzie miała możliwość przekazywania istotnych informacji w zakresie oceny swoich pracowników, którzy ukończyli daną uczelnię - ich kwalifikacji, poziomu wiedzy i umiejętności nabytych w czasie studiów, ewentualnych braków i zaleceń w zakresie niezbędnego dokończenia oraz optymalizacji programu szkoleniowego. Informacje pozyskane od pracodawców pozwolą Uczelniom na właściwe kreowanie zmian w kierunkach kształcenia oraz jakości nauczania. Jednocześnie grupa ta otrzyma narzędzie do przekazywania informacji w tym zakresie, otrzymując możliwość wpływania na programy kształcenia odpowiadające ich potrzebom.

**Studenci** – Portal, którego podstawowym zadaniem jest zbieranie informacji na potrzeby uczelni od absolwentów nt. ich kariery zawodowej, będzie umożliwiał efektywne korzystanie z niego także studentom. Będzie zatem stanowił unikalną platformę na której Absolwenci mogą spotkać się z studentami i wspólnie wymieniać się doświadczeniami. Studenci zatem będą mogli niejako przyzwyczaić się do tego, że z uczelnią nie muszą być związani tylko i wyłącznie w czasie studiów, ale również i po skończeniu edukacji. Dostaną do dyspozycji narzędzie, dzięki któremu będą mogli poszerzać swoją wiedzę, budować i rozwijać swoją karierę zawodową, a także utrzymywać i budować nowe relacje pomiędzy sobą.



Uczelnia - jako operator i właściciel portalu otrzyma narzędzie, dzięki któremu będzie mogła zbierać w sposób uporządkowany potrzebne informacje od trzech grup odbiorców, którzy dla kształtowania oferty edukacyjnej są kluczowi. Dzięki ankietyzacji i systemowi raportowania Uczelnia będzie mogła poznać opinię na temat swojej aktualnej oferty od studentów, absolwentów i pracodawców. Od absolwentów i pracodawców będzie można uzyskać informacje nt. programów nauczania i potrzeb, które nie zostały zaspokojone w czasie procesu edukacyjnego. Szybko zmieniające się realia gospodarcze powodują, że stały kontakt z pracodawcami i pozyskiwanie od nich opinii nt. nowych okoliczności i wyzwań będzie dla uczelni stanowiło niezwykle bogatą skarbnicę wiedzy o aktualnych potrzebach gospodarki.

**b) Problemu.** Dotychczas stosowane przez uczelnie Wyższe w Polsce narzędzia do monitoringu losów absolwentów odznaczają się niską efektywnością w pozyskiwaniu informacji – niski odsetek odpowiedzi na przesłane ankiety. Najczęstszą przyczyną takiego stanu jest stosowanie nieadekwatnych i nieefektywnych narzędzi i kanałów komunikacji (drukowane ankiety przesyłane pocztą, e-maile przesyłane na niezweryfikowane adresy, wykonywanie telefonów z prośbą o wypełnienie ankiety uprzednio przesłanej) które są kosztowne zarówno dla Uczelni, która płaci za wysłanie, rozmowy telefoniczne jak i absolwenta, który musi ponieść koszty wysyłki zwrotnej, nie otrzymując nic w zamian. Niskokosztowy i łatwy w obsłudze kanał komunikacji (portal) oraz dostępny na nim system oferowanych zachęt spowodują uzyskanie wysokiego responsu.

Stworzony produkt rozwiąże problem braku narzędzia do komunikacji, które pozwalałoby na utrzymanie formalnych relacji pomiędzy absolwentami a Uczelnią, po skończeniu procesu edukacyjnego.

**c) Formy wsparcia.** Do celów pozyskiwania danych, wpływających na kierunki i jakość kształcenia w Polsce, zostanie wprowadzone rozwiązanie (narzędzie) opierające swoją skuteczność na wykształceniu relacji współzależnych, opartych na korzyściach płynących z jego użytkowania, dla wszystkich jego uczestników (użytkowników i odbiorców). Ponadto zastosowanie narzędzia opartego o nowoczesną formę (portal internetowy) oraz zasadę działania (portal społecznościowy) z zastosowanym systemem zachęt i gratyfikacji (zbieranie punktów i wymiana ich np. na udział w szkoleniach, baza ofert w ramach CSR) tworzą unikalną, innowacyjną formę wsparcia dla wszystkich stron. Jest to rozwiązanie częściowo oparte na praktykach stosowanych szeroko w innych państwach (Włochy, Anglia, Niemcy)<sup>12</sup>, w których rozwiązania takiego typu przyniosły wysoki respons przesyłanych informacji od Absolwentów (do 80%).

#### **Elementy innowacji.**

Produkt finalny stanowił będzie portal internetowy do monitorowania losów zawodowych absolwentów Uczelni o profilu przyrodniczo- rolniczo-technicznym, który ze względu na uniwersalność zastosowanych rozwiązań, będzie możliwy do zaaplikowania również na innych uczelniach. Podstawową cechą portalu jest niemal całkowita automatyzacja zbierania danych oraz generowania z nich raportów ilościowych i pozyskiwanie danych jakościowych. Działanie portalu oparte jest na tworzeniu sieci relacji i współpracy między odbiorcami a Uczelnią opartych na wzajemnych korzyściach. Jest to innowacyjny sposób monitorowania losów absolwentów, zarówno jako narzędzie – portal internetowy oraz sposób pozyskiwania danych i utrzymywania długotrwałych relacji. Osiągnięcie założeń działania innowacyjnego portalu uzyskane zostanie przez zastosowanie skorelowanych ze sobą funkcjonalności.

Portal zawierał będzie takie funkcjonalności jak: rejestracja, logowanie, profil studenta, profil absolwenta, profil pracodawcy, prywatne wiadomości, organizacja wydarzeń, forum, tablica, oferty pracy, staży, wolontariatu, wyszukiwanie ofert pracy, praktyk, stażu, wolontariatu, wyszukiwanie pracowników, wyszukiwanie pracodawców, baza wiedzy, ankieta, newsletter, raportowanie, punktacja za aktywność, platforma szkoleń, zarządzanie użytkownikami, wprowadzanie treści (m.in. aktualności, ogłoszenia, podstrony).

Do głównych funkcjonalności portalu należeć będą moduły ankietowania i raportowania. Na podstawie odpowiedzi na pytania, zawarte w ankietach wysyłanych do absolwentów i pracodawców, system będzie zbierał informacje, które służyć będą określeniu zmian w ofercie edukacyjnej Uczelni.

System ankietyzacji ma umożliwić użytkownikowi (wyznaczonym pracownikom Uczelni) automatyczne tworzenie i wysyłanie ankiet, które po wypełnieniu przez absolwenta/pracodawcę i weryfikacji danych z odpowiedzi, dadzą informację na temat sytuacji zawodowej absolwentów danej Uczelni na rynku pracy, po wypełnieniu i weryfikacji danych z odpowiedzi ze strony pracodawców, informację na temat przygotowania absolwentów tej Uczelni do pracy. System raportowania powinien umożliwić użytkownikom (pracownikom Uczelni) tworzenie raportów z danych pochodzących z ankiet oraz danych zamieszczonych w profilach absolwentów i pracodawców. Część raportów będzie publikowana na stronie głównej portalu a część przeznaczona wyłącznie do użytku wewnętrznego Uczelni, dostępna z poziomu uprawnionych pracowników Uczelni. Będzie to zależne od rodzaju pozyskanych danych i decyzji administratora portalu o upublicznieniu danego raportu.

---

<sup>12</sup> Raport z badania systemów monitorowania losów zawodowych absolwentów w Polsce i zagranicą”, Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B, str. 26-60

Portal umożliwi automatyczną wymianę informacji oraz stałą komunikację pomiędzy wszystkimi użytkownikami przez wysyłanie wiadomości i zamieszczanie ogłoszeń. Poprzez rejestrację i zalogowanie się na portalu, wypełnienie odpowiedniego profilu oraz funkcję komunikacji, będzie możliwe zamieszczanie ofert, informacji oraz poszukiwanie pracowników przez pracodawców poprzez dostęp do bazy studentów i absolwentów (generowanej przez wypełnione profile). Umożliwi również m.in. przeglądanie ofert pracy, praktyk, staży, wolontariatu, wysyłanie CV przez studentów, absolwentów; dostęp do bazy wiedzy, w której będą zamieszczane przez Uczelnię publikacje branżowe, organizację wydarzeń (seminariów, konferencji, targów, spotkań branżowych itp. poprzez zamieszczanie na portalu informacji o wydarzeniach np. w ogłoszeniach bądź aktualnościach), zamieszczanie ogłoszeń i artykułów przez uprawnionych pracowników Uczelni.

System przewiduje funkcję zbierania punktów dla najbardziej aktywnych Absolwentów. Zebrane punkty będą mogły być wymienione na udział w szkoleniach e-learningowych dostępnych na portalu na zintegrowanej platformie szkoleniowej. W module szkoleń będą również zamieszczane informacje nt. dostępnych szkoleń stacjonarnych i innych zajęć, realizowanych w oparciu o współpracę z przedsiębiorcami. Będzie tworzona tzw. baza szkoleń. W profilu pracodawcy będzie do zaznaczenia opcja „Czy jest zainteresowany współpracą z Uczelnią w ramach CSR – społecznej odpowiedzialności biznesu (np. poprzez współpracę szkoleniową, organizację nieodpłatnych szkoleń, zajęć, delegowanie swoich pracowników na zajęcia ze studentami/absolwentami): TAK/NIE”.

Zakres i szczegóły zajęć bądź innych działań w ramach współpracy CSR będą ustalane indywidualnie przez uprawnionego pracownika uczelni z przedsiębiorcą w ramach komunikacji poza portalem, a następnie informacje o zajęciach organizowanych przez pracodawców, będą umieszczane w module szkoleniowym, a dostęp do nich będą mieli najaktywniejsi absolwenci (wymiana określonej liczby punktów na szkolenia/zajęcia). Punkty nadawane będą automatycznie przez system za daną aktywność na portalu.

Szczegółowe funkcjonalności i zasady działania wraz z uprawnieniami użytkowników i odbiorców zostały przedstawione w Wstępnej wersji produktu (Makietach portalu oraz Opisie funkcjonalnym portalu) (Załącznik nr 1 do przedmiotowej Strategii).

#### **Grupy docelowe**

Narzędzie do monitoringu losów absolwentów skierowane jest do następujących grup docelowych:

##### Użytkownicy:

Uczelnie Wyższe i ich pracownicy.

##### Odbiorcy:

Absolwenci, Studenci, Pracodawcy.

Na etapie testowania liczebność w poszczególnych grupach przedstawiała się będzie następująco:

Uczelnie Wyższe (3 Uczelnie) – pracownicy: 25 osób; Studenci: 132 osoby; Absolwenci: 78 osób; Pracodawcy: 40 osób.

W efekcie realizacji projektu, na etapie wdrażania i upowszechniania, grupy te będą kształtować się na następującym poziomie:

Uczelnie Wyższe (3 Uczelnie) – pracownicy: minimum 25 osób; Studenci: 700 osób; Absolwenci: 700 osób; Pracodawcy: 80 osób.

W dłuższej perspektywie, wykraczającej poza okres trwałości projektu, szacunkowo określa się możliwość wykorzystywania portalu przez:

Uczelnie Wyższe o profilu przyrodniczo-rolniczo-technicznym (byłe Akademie Rolnicze): ok. 9 Uczelni; Pozostałe Uczelnie Wyższe: ok. 20 Uczelni; Studenci: ok. 50 tyś osób; Absolwenci: ok. 50 tyś osób; Pracodawcy: ok. 200 osób.

#### **Charakterystyka grup:**

##### **Użytkownicy:**

Uczelnie Wyższe – Projekt skierowany jest do uczelni o profilu przyrodniczo-rolniczo-technicznym. Nakierowany jest na tworzenie portalu o charakterze branżowym, powiązany z profilem Uczelni. Dotyczy to zarówno użytkowników, odbiorców jak i jego merytorycznej zawartości (zasobów baz wiedzy, tematyki forum, wiadomości). Biorąc pod uwagę profil i charakter Uczelni, do których głównie docelowo skierowany jest produkt projektu (byłe Akademie Rolnicze), w dłuższej perspektywie działania, zakłada się wdrożenie innowacyjnego rozwiązania w 9 jednostkach tego typu funkcjonujących w Polsce. Uniwersalność narzędzia pozwoli również na zaaplikowanie narzędzia w kolejnych latach na innego typu Uczelniach wyższych, co oznacza możliwość szerokiego zastosowania w praktyce oraz jest wartością dodaną projektu.

Pracownicy uczelni – to grupa, która odpowiedzialna będzie za sprawne funkcjonowanie portalu. Przedstawiciele tej grupy będą zarówno administrować całym serwisem, jak również korzystać z jego funkcjonalności, np. poprzez konstruowanie ankiet, generowanie raportów, komunikowanie się z pozostałymi grupami użytkowników.

##### **Odbiorcy:**

Absolwenci – grupa do której narzędzie jest skierowane bezpośrednio. Monitoring losów absolwentów, którzy ukończyli Uczelnię Wyższą o profilu przyrodniczo-rolniczo-technicznym – dane na temat statusu, zatrudnienia, zarobków oraz ich opinia na temat wiedzy i kompetencji uzyskanych w czasie studiów oraz zastosowania i wykorzystania nabytych podczas studiów umiejętności w procesie kształtowania kariery zawodowej, są głównym celem projektu. Analiza pozyskanych informacji od absolwentów stanowić będzie materiał do podejmowania decyzji dotyczących zmian w programach kształcenia i konstruowania nowych elementów, które podnosić będą jakość oferty kształcenia. Absolwenci, którzy będą korzystać z portalu, będą mieli dostęp m.in. do branżowych ofert pracy, informacji o pracodawcach, co zwiększać będzie ich szansę na znalezienie pracy w zawodzie. Korzystając z funkcjonalności „baza wiedzy” oraz poprzez dostępne w serwisie szkolenia e-learningowe lub dostęp do specjalnie dedykowanych dla nich szkoleń, będą mieli możliwość w dalszym ciągu się kształcić i podnosić swoją wiedzę. Dedykowany dla tej grupy element społecznościowy, pozwalający na nawiązywanie i utrzymywanie relacji zarówno z innymi absolwentami jak i Uczelnią oraz pracodawcami, zarejestrowanymi na portalu, poprzez forum, możliwość wymiany informacji oraz organizacji i brania udziału w wydarzeniach, pozwoli na wytworzenie specyficznej relacji „przywiązania” do Uczelni a tym samym chęci brania udziału w możliwych działaniach mających wpływ na kierunek zmian na Uczelni, również w zakresie kształtowania oferty edukacyjnej.

Dla samego Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu liczebność tej grupy docelowej to rocznie ok 2,5 tys. osób.

Studenci – Ich obecność na portalu uwzględnia potrzeby i informacje płynące z konsultacji i badań przeprowadzonych w pierwszej fazie projektu. Sprawne i efektywne monitorowanie losów absolwentów, potem ich rzetelna analiza i wyciąganie wniosków jest bezpośrednio związane z ilością osób, które będą chciały dzielić się z Uczelnią informacjami. Możliwość korzystania z portalu dla studentów sprawi, że będą oni już użytkownikami portalu w czasie procesu edukacyjnego, a to sprawi, że znacznie wzrośnie skuteczność budowania bazy danych absolwentów gotowych utrzymywać relację z uczelnią po zakończeniu studiów. Dostępne będą dla nich bazy wiedzy, oferty pracodawców (pracy, praktyk, staży) oraz systemy komunikacji z Uczelnią, innymi studentami, absolwentami i pracodawcami.

Liczebność tej grupy w przypadku Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu wynosi ok 11 tys. osób.

Pracodawcy – Grupa ta jest kluczowa dla powodzenia projektu. Z jednej strony stanowi niezwykle ważne źródło informacji dla uczelni o potrzebach, wyzwaniach i oczekiwaniach gospodarki opartej na wiedzy i wymogach rynku pracy, a z drugiej jej obecność na portalu (głównie zamieszczanych przez nich ofert) jest niezwykle ważna dla studentów i absolwentów, którzy dzięki temu mają większą szansę na znalezienie satysfakcjonującej pracy. Pracodawcy, którzy będą zapraszani do udziału w projekcie w zdecydowanej większości reprezentować będą firmy o profilu przyrodniczo-rolniczo-technicznym. Każdy z pracodawców, którego działalność odpowiada profilowi kształcenia uczelni, zainteresowany współpracą z uczelnią przy użyciu internetowego narzędzia, będzie mógł to zrobić.

Jednocześnie grupa ta będzie stanowiła cenne źródło informacji w zakresie potrzeb rynku pracy. Zakłada się bowiem ankietowanie pracodawców pod kątem oceny zatrudnianych przez nich pracowników którzy ukończyli daną Uczelnię, ich kompetencji, umiejętności oraz jakości kształcenia. Korzyści, jakie będą czerpać z nieodpłatnie udostępnianej im bazy zainteresowanych podjęciem pracy absolwentów i studentów, zapewnią właściwy feedback.

#### **Warunki jakie muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie.**

Warunkiem działania innowacji jest przede wszystkim prawidłowa realizacja projektu, którą zapewni:

- prawidłowo przeprowadzony etap testowania produktu,
- stworzenie funkcjonalnego narzędzia (portalu) do monitorowania losów absolwentów dostosowanego do oczekiwań użytkowników i odbiorców,
- właściwie przeprowadzony proces upowszechniania i włączania produktu do praktyki i polityki, zapewniający skuteczność przekazu oraz szeroki odbiór informacji o innowacji,
- wdrożenie stworzonego narzędzia na minimum 4 Uczelniach.

Ponadto innowacja, stworzona dzięki realizacji projektu, będzie właściwie funkcjonować przy spełnieniu dodatkowych warunków, które można pogrupować według następujących kategorii:

- formalno-prawne
- organizacyjne
- techniczne

#### **Warunki formalno-prawne**

Podstawowym warunkiem prawnym działania innowacji jest usankcjonowanie jej funkcjonowania na Uczelniach. Dokumentem właściwym regulującym tę kwestię będzie Uchwała Senatu bądź Zarządzenie Rektora w sprawie wdrożenia portalu na każdej z uczelni, która podpisze z Uniwersytetem Przyrodniczym we Wrocławiu Umowę na wdrożenie portalu. Uchwała taka będzie podjęta również u Beneficjenta.

Założeniem projektu jest wypracowanie narzędzia, które będzie mogło być multiplikowane i nieodpłatnie wykorzystywane przez inne uczelnie. Rozwiązanie takie będzie wymagało opracowania odpowiedniego systemu licencji na użytkowanie portalu.

Ponadto, zgodnie z zasadami realizacji projektów współfinansowanych z środków unijnych, Beneficjent jest zobowiązany przekazać Instytucji Pośredniczącej prawa autorskie i majątkowe. W tym celu będzie potrzebne określenie zasad jego użytkowania w kolejnych latach przez UP we Wrocławiu.

Niezwykle istotnym dla funkcjonowania systemu monitorowania losów absolwentów jest kwestia przetwarzania danych osobowych. Niezbędne stanie się wprowadzenie odpowiednich uregulowań w tym zakresie. Aby zagwarantować zgodność z obowiązującym prawem, od użytkowników pozyskiwane będą zgody na przetwarzanie danych osobowych oraz akceptacja regulaminu korzystania z narzędzia. W momencie tworzenia portalu internetowego kwestia formy, w jakiej zgody powinny być zbierane, jest sporna. Część z opiniodawców określa jako właściwą wyłącznie formę papierową z podpisem własnoręcznym bądź przesłaną drogą elektroniczną z podpisem elektronicznym, część natomiast określa za dopuszczalne wyrażenie zgody poprzez portal, bez podpisu elektronicznego, przez zaznaczenie opcji zgody przy właściwych oświadczeniach wygenerowanych podczas rejestracji na portalu. Innowacja zasadniczo zakłada w pełni zautomatyzowany proces zbierania zgód poprzez portal - udzielenia Administratorowi portalu (Uczelni) zgody na przetwarzanie danych na potrzeby monitorowania losów absolwentów. Jednak do momentu ostatecznego rozstrzygnięcia w sprawie, zgody będą pozyskiwane na oba sposoby. Użytkownik do momentu przekazania podpisanej zgody nie będzie miał aktywnego konta. Aktywacja nastąpi po weryfikacji złożonej zgody oraz statusu studenta/absolwenta przez bazę systemu uczelnianego (EORDO) połączonego z portalem za pomocą wtyczki.

#### **Warunki organizacyjne**

W celu zapewnienia właściwego funkcjonowania powstałej innowacji, niezbędna jest stosowna organizacja obsługi narzędzia. Administratorem portalu będzie Uczelnia. Stąd powstałe narzędzie zostanie umieszczone w strukturze Uczelni, w komórce właściwej ze względu na zakres wykonywanych prac i kompetencje odnoszące się do tematyki wprowadzanego narzędzia i jego przeznaczenia. Ponadto zagwarantowana zostanie właściwa struktura obsługi, zgodnie ze specyfikacją portalu oraz założeniami projektu.

Użytkownicy portalu otrzymają gotowy do zainstalowania portal internetowy zapisany na płycie CD bądź będą mogli pobrać wersję instalacyjną ze strony WWW Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, instrukcję obsługi produktu (podręcznik użytkownika), podręcznik administratora (instrukcja instalacji portalu) oraz regulamin użytkowania portalu.

Odbiorcy portalu uzyskają dostęp do portalu przez rejestrację na portalu udostępnionego przez internet. Po zweryfikowaniu statusu (studenta, absolwenta) przez bazę danych Uczelni na podany przy rejestracji adres e-mail zostanie wysłany login, za pomocą którego odbiorca będzie mógł się logować do portalu.

W przypadku pracodawców weryfikacja będzie polegała na potwierdzeniu przez administratora zgodności podanych danych (nazwy, branży, itp.) z rejestrem KRS bądź bazą CEIDG.

Odbiorcy otrzymają instrukcję obsługi produktu (podręcznik użytkownika) oraz regulamin użytkowania portalu.

Materiały te pozwolą na zapewnienie użytkownikom i odbiorcom wiedzy na temat działania i obsługi portalu.

System monitorowania i narzędzie, które będzie do tego służyło (portal) powinny być również sprzężone (technologicznie i merytorycznie) z innymi systemami funkcjonującymi na uczelni - informatycznymi i obiegu informacji. Ma to na celu jak największe automatyzowanie procesów i wykorzystywanie posiadanych już danych. Stąd portal połączony będzie z bazą danych systemu - ewidencji studentów, w celu weryfikacji statusu studenta/absolwenta uczelni podczas rejestracji na portalu. Docelowo będzie dążyć się do zintegrowania z kolejnymi systemami uczelni (np. z systemem zarządzania).

#### **Wdrożenie - 6 miesięcy:**

1. Organizacja zespołu odpowiedzialnego za wdrożenie i funkcjonowanie portalu na Uczelni – 1 miesiąc
2. Zapewnienie sprzętu o właściwych parametrach, instalacja oprogramowania i konfiguracja systemu -2 miesiące,
3. Testowanie i nauka obsługi systemu – 1 miesiąc
4. Wprowadzenie treści merytorycznych - 2 miesiące (treści uzupełniane będą sukcesywnie i na bieżąco podczas funkcjonowania portalu)

#### **Warunki techniczne**

Techniczną przeszkodą w funkcjonowaniu portalu są możliwości sprzętowe na jakim cały portal zostanie uruchomiony. W celu zagwarantowania sprawnego działania uczelnia zapewni niezbędne zaplecze techniczne – urządzenia, oprogramowanie.

Zasadnicze znaczenie będzie miał w tym przypadku udostępniony serwer, na którym będzie działał portal, o parametrach:

1. zgodny z systemem do wirtualizacji VMware ESX 5.0.0

2. maksymalnie 6 procesorów, 32 GB pamięci RAM, 1 TB dysku twardego;
3. system operacyjny zgodny z maszyną do wirtualizacji VMware ESX 5.0.0.

#### **System zachęt dla absolwentów i studentów**

- system punktowy za aktywność

Portal do monitorowania losów absolwentów został wyposażony w system punktowy, który w założeniu ma prowadzić do pogłębienia współpracy pomiędzy studentami, absolwentami a uczelnią. Zbierane za aktywność na portalu punkty będą mogły zostać wymienione np. na udział w szkoleniach podnoszących kompetencje użytkowników na rynku pracy. Zachęty gwarantują korzyści dla użytkowników, co zaś wpływa na atrakcyjność portalu, przywiązanie użytkowników, ich lojalność i chęć aktywnego uczestniczenia w badaniach a tym samym zakładaną efektywność w pozyskiwaniu informacji i powodzenie projektu.

- baza pracodawców i ofert pracy/praktyk/staży/szkoleń na portalu

Portal będzie służył do budowania platformy współpracy pomiędzy uczelnią a przedstawicielami świata biznesu. Współpraca prowadzić będzie do obopólnych korzyści. Ze strony pracodawców korzyścią będzie dostęp do ubranżowanej bazy studentów i absolwentów, którzy są zainteresowani podjęciem pracy, staży, praktyk. Ze strony Uczelni będzie to możliwość uzyskiwania dla swoich studentów i absolwentów ofert w tym zakresie. Dodatkową i zasadniczą jednak korzyścią dla Uczelni będzie możliwość pozyskiwania informacji od przedsiębiorców o kompetencjach posiadanych przez ich pracowników, pochodzących z danej Uczelni, o jakości i stanie ich wiedzy, nabytych umiejętnościach i potrzebach w tym zakresie. Informacje takie pozwolą na dynamiczne dostosowywanie oferty kształcenia do wymogów rynku i szybko zmieniającej się koniunktury w gospodarce.

Baza ofert pracy/staży/praktyk stanowiła będzie jednak największą zachętę dla samych absolwentów i studentów. Oferty będą pochodziły od pracodawców z branż odpowiadających profilowi kształcenia na danej Uczelni, co powodować będzie atrakcyjność tej bazy poprzez zwiększenie możliwości pozyskania pracy w zawodzie.

#### **Efekty zastosowania innowacji.**

Zastosowanie wypracowanej w ramach projektu innowacji przyniesie znaczące efekty zarówno dla użytkowników jak i odbiorców. Efektami tymi będą:

- Wprowadzenie do praktyki nowoczesnego narzędzia do monitoringu losów absolwentów.
- Wykorzystanie nowoczesnego narzędzia do kontaktów ze studentami/absolwentami i pracodawcami.
- Umożliwienie pozyskiwania informacji na temat losów absolwentów na rynku pracy, a także, dzięki funkcjonalności raportowania za pomocą portalu, da możliwość generowania przekrojowych raportów z przekazanych przez użytkowników danych.
- Obniżenie kosztów działań związanych z monitoringiem losów absolwentów (automatyzacja procesu oraz wykorzystanie Internetu jako kanału kontaktu z absolwentami oraz dystrybucji i zbierania ankiet monitoringowych usprawni i skróci prace związane z monitoringiem oraz wyeliminuje w znacznej mierze koszty tradycyjnych form kontaktu – poczty, telefonów).
- Wzrost efektywności prowadzonych badań monitoringowych (wzrost responsu ankiet z danymi absolwentów).
- Zbudowanie partnerskich relacji pomiędzy Absolwentami a Uczelnią.
- Zbudowanie społeczności skupionej wokół danej Uczelni Wyższej i tematów związanych z jej profilem kształcenia.
- „Przywiązanie” i zaufanie absolwentów do portalu i korzyści z niego płynących zwiększy szanse na aktywne przekazywanie danych o dużej jakości w ramach wypełnianych ankiet monitoringowych.
- Udostępniane informacje i bazy danych pozwolą studentom i absolwentom poszerzać wiedzę na temat pracodawców, rynku pracy, aby w sposób profesjonalny budować swoją karierę zawodową.
- Innowacyjny portal da możliwość interakcji pomiędzy Uczelnią a Pracodawcami (przedsiębiorcami) – będzie dodatkowym, skutecznym kanałem komunikacyjnym pomiędzy światem nauki i światem biznesu.

Bezpośrednimi kosztami generowanymi przez portal będą koszty pracowników zaangażowanych do obsługi portalu od strony technicznej – administrator portalu oraz merytorycznej redaktor portalu (2x0,5 etatu). W proponowanym rozwiązaniu przewiduje się wykorzystanie posiadanych przez Uczelnie serwerów, ze względu na to, iż portal nie będzie wymagał odrębnej maszyny wirtualnej o wysokich parametrach i pojemności, stąd możliwość zainstalowania go na posiadanym sprzęcie. Zastosowane w nim technologie nie wymagają odnawiania kosztownych licencji, które spotykane są w funkcjonujących na rynku gotowych rozwiązaniach, gdzie koszt licencji uzależniony jest od liczby użytkowników oraz czasu użytkowania. W takim przypadku powiększająca się corocznie liczba absolwentów generować będzie relatywnie wysokie i ciągle rosnące koszty.

W przypadku zastosowania wyłącznie jednego modułu systemu - ankiety elektroczniczej umieszczonej na stronie internetowej uczelni bądź przesyłanego linka do ankiety, rozwiązanie wydaje się być tańsze – koszt aplikacji waha się w granicach od kilku do ok. czterdziestu tysięcy zł. Jednak narzędzie nie jest elastyczne a koszty związane z jego ewentualną rozbudową bądź zmianą są nieproporcjonalnie wysokie (dorównują kosztom zakupu). Takie rozwiązanie nie wymaga zatrudniania administratora systemu, nie generując kosztu, ale też nie gwarantuje oczekiwanej stopy zwrotu odpowiedzi z ankiet, co jest zasadniczym problemem. Jest to rozwiązanie stosowane obecnie przez kilka uczelni w Polsce, które mimo posiadania go, nadal istotną część danych pozyskują drogą tradycyjną a respons notują na niezadawalającym poziomie, szczególnie w kolejnych latach monitoringu- 3 i kolejnym roku po ukończeniu studiów. Stąd zastosowanie narzędzia droższego w utrzymaniu ale zapewniającego wysoki respons jest o wiele bardziej efektywne i spełnia założenia monitoringu.

Rozwiązanie, które przewiduje projekt, jest w stosunku do oferowanych i stosowanych narzędzi, nieco droższe ale atrakcyjniejsze dla odbiorców a tym samym efektywniejsze dla użytkowników.

Zaniechanie działań, związanych z rozwojem narzędzi do monitoringu losów absolwentów, powodować będzie brak wymiernych informacji z rynku pracy a tym samym brak możliwości rzetelnego dostosowywania programu kształcenia do wymagań rynku i zmieniającej się gospodarki co skutkować będzie niewłaściwym systemem nauczania. Może to w efekcie doprowadzić do zmniejszania się liczby studentów a w konsekwencji zamykania Uczelni ze względu na nieefektywność. Rezultaty takiego stanu przejawiać się będą również w postaci rosnącego bezrobocia spowodowanego niedostosowaniem do realiów wykształcenia absolwentów.

#### **4 PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO**

---

##### **Określenie grup, kryteria wyboru, liczebność, rekrutacja**

Dla zweryfikowania poprawności działania wytworzonego produktu, w Etapie II projektu, przeprowadzone będzie testowanie. W tym celu dobrana zostanie reprezentatywna grupa testująca użytkowników oraz odbiorców produktu. Grupę testującą ze strony użytkowników stanowiły będą trzy Uczelnie Wyższe o profilu przyrodniczo – rolniczo – technicznym z terenu Polski i ich pracownicy: Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu (Beneficjent), Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie oraz Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie.

Grupę testującą ze strony odbiorców natomiast tworzyli będą: studenci i absolwenci wymienionych Uczelni oraz pracodawcy współpracujący bądź skupieni wokół każdej z Uczelni testujących.

##### **Grupa użytkowników:**

Wskazane do testowania Uczelnie zostały wybrane ze względu na zgodny z założeniami wniosku o dofinansowanie profil nauczania - przyrodniczo – rolniczo – techniczny. Wyboru podmiotów dokonano już podczas trwania I Etapu realizacji projektu, poprzez nawiązanie współpracy z Uczelniami w fazie prowadzenia badań obecnie funkcjonujących systemów monitorowania losów zawodowych absolwentów w Polsce. Z wybranymi Uczelniami podpisano Umowy współpracy, które obejmują swym zakresem również testowanie przyszłego produktu projektu.

Wyboru konkretnych Uczelni dokonano w oparciu o ocenę stosowanych narzędzi do monitorowania losów absolwentów. Przeprowadzona analiza<sup>13</sup> wskazała na niską skuteczność stosowanych przez nie obecnie narzędzi i metod w tym zakresie, wyrażającą się niskim responsem bądź brakiem analizy danych monitoringowych. Elementem warunkującym możliwość przystąpienia do fazy testowania w projekcie przez Uczelnie było posiadanie elektronicznej bazy danych studentów, za pomocą której w proponowanym rozwiązaniu, następować będzie weryfikacja rejestrujących się odbiorców ze strony studentów i absolwentów.

##### **Struktura grupy testującej użytkowników**

W celu optymalnego wyboru grupy testującej użytkowników zdefiniowano obszary działania portalu, które poszczególne osoby powinny zweryfikować w fazie testów, tj.:

- funkcjonalny (ocena działania poszczególnych funkcjonalności, weryfikacja prawidłowości przydzielonych uprawnień dla użytkowników portalu itp.),
- merytoryczny (ocena zawartości merytorycznej portalu, ocena narzędzia pod kątem możliwości kreowania treści, weryfikacja generatora ankiet i raportów pod kątem oceny jakości generowanych danych, ocena jakości danych generowanych przez portal pod względem wykorzystania do kształtowania oferty edukacyjnej itp.),
- organizacyjno-prawny (weryfikacja aspektów prawnych np. właściwego obrotu danymi osobowymi, umiejscowienia portalu w strukturze Uczelni, kwestii przekazywania danych z raportów, praw autorskich w odniesieniu do publikowanych treści na portalu itp.),

---

<sup>13</sup> „Raport z badania systemów monitorowania losów zawodowych absolwentów w Polsce i zagranicą”, Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B, str.68-91.

- techniczny (sprawdzenie poprawności działania aplikacji na serwerze, weryfikacja wydajności i działania założonych technologii itp.)

Kryterium doboru osób/użytkowników, do testowania poszczególnych obszarów, będzie wiedza z zakresu danego obszaru oraz zakres obowiązków na zajmowanym stanowisku, kompetencji i uprawnień na Uczelni, odpowiadający testowanemu obszarowi.

Przyjęte kryteria umożliwiają pełne i rzetelne sprawdzenie działania produktu pod względem zastosowanych rozwiązań od strony technicznej, funkcjonalnej, organizacyjno-prawnej i merytorycznej.

Testowanie na dwóch wybranych Uczelniach, oprócz Beneficjenta, pozwoli na zweryfikowanie czy portal ma szansę na zaaplikowanie go na innych Uczelniach wyższych o profilu przyrodniczo-rolniczo-technicznym oraz wskazać uniwersalność zastosowanych rozwiązań pod kątem aplikacji u innych podmiotów szkolnictwa wyższego, co stanowić będzie wartość dodaną projektu.

#### **Liczebność grupy testowej użytkowników:**

##### **Grupa testowa łączna:**

Uczelnie Wyższe (3 Uczelnie) – pracownicy Uczelni: 25 osób

##### **Grupy testowe użytkowników w rozbiciu na poszczególne Uczelnie:**

#### **1. Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu**

Pracownicy Uczelni: 11 osób (Testowanie techniczne - osoba ds. obsługi informatycznej uczelni – 1 osoba, Testowanie funkcjonalne - Biuro Karier – 2 osoby, Testowanie merytoryczne - osoba decyzyjna odpowiedzialna za kształtowanie oferty edukacyjnej – np. Prorektor ds. kształtowania ofert edukacyjnej - 1 osoba, Redaktorzy Wydziałowi (przedstawiciele 5 Wydziałów odpowiedzialni za kształtowanie oferty edukacyjnej wydziałów (Prodziekani)– 5 osób, Testowanie organizacyjno-prawne – pracownik działu organizacyjno-prawnego uczelni – 1 osoba.

Dobrana grupa testowa użytkowników na Uniwersytecie Przyrodniczym we Wrocławiu odzwierciedli w części zakładaną docelowo strukturę obsługi portalu na Uczelni w przyjętej formie funkcjonowania końcowego, tj.: Redaktor Wydziałowy Uczelni – 5 osób (Reprezentant każdego z Wydziałów, np. Prodziekan, odpowiedzialny za kształtowanie oferty edukacyjnej Wydziału); Redaktor Główny Uczelni – 1 osoba (pracownik Biura Karier-osoba odpowiedzialna za współpracę ze studentami/absolwentami, redagowanie treści informacyjnych); Administrator Portalu – 1 osoba (pracownik Biura Karier osoba odpowiedzialna za prowadzenie portalu, wprowadzanie treści i zmian w portalu). Ponadto, aby na etapie testowania produktu dokonać weryfikacji i oceny działania narzędzia z punktu widzenia merytorycznej zawartości portalu oraz strony technicznej i organizacyjno-prawnej, jako testerzy wskazani będą: Prorektor ds. Prorektor ds. studenckich i kształcenia odpowiedzialny za kształtowanie oferty edukacyjnej Uczelni - 1 osoba, pracownik Centrum Sieci Komputerowych Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu odpowiedzialny za działanie portalu od strony technicznej -1 osoba, pracownik Centrum Kształcenia na Odległość Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu odpowiedzialny za realizację szkoleń/kursów e-learningowych w Uczelni - 1 osoba; pracownik działu organizacyjno-prawnego uczelni – 1 osoba.

W dwóch pozostałych Uczelniach, na których odbywać się będzie testowanie produktu stworzonego przez Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu, grupa testowa będzie proporcjonalnie mniejsza. Charakter oraz liczba osób testujących a także wybrane Wydziały ze struktury Uczelni zostaną dobrane w sposób umożliwiający reprezentatywne przetestowanie stworzonego narzędzia adekwatnie jak u Beneficjenta.

Stąd grupy testowe na wybranych Uczelniach (**Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie i Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie**) przedstawiają się następująco:

Pracownicy Uczelni: **7** osób (Testowanie techniczne - osoba ds. obsługi informatycznej uczelni – 1 osoba, Testowanie funkcjonalne - Biuro Karier – 1 osoba, Testowanie merytoryczne - osoba decyzyjna odpowiedzialna za kształtowanie oferty edukacyjnej – np. Prorektor ds. kształtowania ofert edukacyjnej - 1 osoba, Redaktorzy Wydziałowi (przedstawiciele wybranych 3 Wydziałów odpowiedzialni za kształtowanie oferty edukacyjnej wydziałów (np. Prodziekani)– 3 osoby, Testowanie organizacyjno-prawne – pracownik działu organizacyjno-prawnego uczelni – 1 osoba.

#### **Rekrutacja użytkowników**

Rekrutacja użytkowników będzie polegała na zaproszeniu do udziału w testowaniu pracowników Uczelni, którzy pełnią funkcje decyzyjne, tj. rektor oraz prodziekani. Pozostali pracownicy – testerzy, zostaną zrekrutowani poprzez wystosowanie przez Kierownika Projektu Innowacyjnego pisemnej prośby do władz uczelni/kierowników danych jednostek (Wydziałów) o oddelegowanie pracownika do testowania. Taka forma rekrutacji zapewni udział testerów przez cały okres testowania. Szczegółowe zasady i sposób rekrutacji zostanie zawarty w regulaminie rekrutacji. Z wszystkimi testerami zostaną podpisane umowy określającej zakres testowania, czas trwania oraz obowiązki w ramach funkcji testera portalu.

### **Grupa odbiorców**

Odbiorcy będą odpowiedzialni za sprawdzenie działania portalu od strony funkcjonalno-użytkowej z poziomu dostępnych dla siebie funkcjonalności. Oceniać będą również przydatność zaproponowanych rozwiązań, zawartość merytoryczną i atrakcyjność narzędzia.

### **Pracodawcy**

Do udziału w testowaniu działania portalu zostaną zaproszeni pracodawcy. W pierwszej kolejności zaproszenia zostaną skierowane do podmiotów współpracujących z daną uczelnią. Ponadto w prasie i Internecie przeprowadzona zostanie kampania promocyjno-informacyjna zachęcająca pracodawców do udziału w testowaniu. Zgłoszenia do udziału odbywać się będą poprzez wypełnienie i przesłanie do biura projektu formularza dostępnego na stronie internetowej projektu bądź wysłanego do pracodawców drogą e-mailową bądź też pobranego w formie papierowej w biurze projektu. Zaproszenia do udziału w testach rozesłane zostaną do 60 pracodawców ze strony UP we Wrocławiu oraz do 30 ze strony każdej z pozostałych uczelni. Przewiduje się respons pozytywnych odpowiedzi, a tym samym udziału w testach, na poziomie 30%. O kwalifikacji przedsiębiorstw/pracodawców do testów decydować będzie zakres prowadzonej działalności, który będzie musiał być zbieżny z profilem uczelni. Po weryfikacji nastąpi kwalifikacja do projektu i podpisanie umowy określającej zakres testowania, czas trwania oraz obowiązki w ramach funkcji testera portalu.

Bezpośredni udział w testowaniu portalu będą brały osoby reprezentujące pracodawców, tj. osoby decyzyjne w przedsiębiorstwie bądź wyznaczone przez osoby decyzyjne, pracownicy działów hr i właściciele firm.

Liczebność grupy testowej pracodawców:

Pracodawcy: 40 osób (Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu: 20 osób; Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie – 10 osób; Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie – 10 osób)

### **Studenci/absolwenci:**

Do udziału w testowaniu działania portalu zostaną zaproszeni studenci wszystkich lat nauczania i wszystkich trybów (stacjonarny, zaoczny, wieczorowy). Wśród grupy absolwentów zaproszenia zostaną skierowane do osób, które ukończyły I-szy oraz II-gi stopień studiów (licencjackie, inżynierskie oraz magisterskie), studia magisterskie jednolite po roku 2012.

Rekrutacja w pierwszej kolejności prowadzona będzie wśród tzw. osób aktywnych, udzielających się na uczelni (samorząd uczelni, koła naukowe itp.). Zostaną Oni zaproszeni do testowania poprzez rozesłanie e-maili, zaproszenia bezpośrednie.

Ponadto w prasie i Internecie przeprowadzona zostanie kampania promocyjno-informacyjna zachęcająca studentów/absolwentów do udziału w testowaniu. Zgłoszenia do udziału odbywać się będą poprzez wypełnienie i przesłanie do biura projektu formularza dostępnego na stronie internetowej projektu bądź wysłanego do drogą e-mailową bądź też pobranego w formie papierowej w biurze projektu. Zaproszenia do udziału w testach rozesłane zostaną do ok. 400 studentów/absolwentów ze strony UP we Wrocławiu oraz do 150 ze strony każdej z pozostałych uczelni. Przewiduje się respons pozytywnych odpowiedzi, a tym samym udziału w testach, na poziomie ok. 30%. O kwalifikacji studentów/absolwentów do testów decydować będzie kolejność zgłoszeń z określonych Wydziałów i kierunków studiów. Po weryfikacji nastąpi kwalifikacja do projektu i podpisanie umowy określającej zakres testowania, czas trwania oraz obowiązki w ramach funkcji testera portalu.

Liczebność grupy testowej studentów/absolwentów: 210 osób: 132 studentów i 78 absolwentów (Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu: studenci: 72 osoby – osoby z 5 Wydziałów: po 3 osoby z każdego kierunku, absolwenci: 48 osób – osoby z 5 Wydziałów: po 2 osoby z każdego kierunku z; Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie: studenci: 30 osób – po 10 osób z 3 wybranych Wydziałów, absolwenci: 15 osób – po 5 osób z 3 wybranych Wydziałów; Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie – studenci: 30 osób – po 10 osób z 3 wybranych Wydziałów, absolwenci: 15 osób – po 5 osób z 3 wybranych Wydziałów.

W przypadku trudności z rekrutacją UP zaktywizuje działania promocyjne i informacyjne. W przypadku zgłoszenia się większej ilości osób do testowania decydować będzie kolejność zgłoszeń. Pozostałe osoby, które zgłoszą się ale ze względu na brak miejsc nie zostaną zakwalifikowane do testowania, będą mogły wziąć udział w projekcie na etapie upowszechniania i włączania produktu do polityki bądź zastąpić testerów, którzy wycofają się z testowania w fazie jego realizacji.

### **Grupa testowa łączna:**

Uczelnie Wyższe (3 Uczelnie) – pracownicy: 25 osób

Studenci: 132 osoby

Absolwenci: 78 osób

Pracodawcy: 40 osób

---

**Razem: 275 osób**



Rekrutację testerów produktu przeprowadzi Specjalista ds. rekrutacji. Przed przystąpieniem do rekrutacji, Specjalista ds. rekrutacji opracuje regulamin rekrutacji wraz z niezbędnymi dokumentami/formularzami rekrutacyjnymi. W grupach testujących przewiduje się udział ok. 70% kobiet.

### **Przebieg testowania**

Testowanie i opracowanie ostatecznej wersji produktu:

1. Rekrutacja i wybór uczestników testowania (osób pełniących funkcję testerów) (08.2013-10.2013).
2. Przygotowanie kart oceny produktu dla użytkowników i odbiorców projektu biorących udział w testach (09.2013-10.2013).
3. Przekazanie Uczelniom portalu do instalacji i konfiguracji na swoich serwerach (10.2013)
4. Spotkanie prezentacyjno-instruktażowe portalu - testerów z ekspertami i firmą informatyczną, udostępnienie i przekazanie kart oceny projektu (10.2013).
5. Testowanie portalu i zebranie przez zespół projektowy wypełnionych przez użytkowników i odbiorców kart oceny produktu (11.2013)
6. Weryfikacja kart oceny produktu przez zespół ekspertów (12.2013).
7. Spotkanie testerów z ekspertami i firmą informatyczną – dyskusja nad proponowanymi zmianami oraz określenie zasadności i zakresu możliwości dokonania zmian w portalu (12.2013).
8. Opracowanie uaktualnionej specyfikacji produktu na podstawie raportu z oceny (01.2014).
9. Ulepszanie produktu przez firmę informatyczną (01.2014-02.2014).
10. Spotkanie testerów z ekspertami i firmą informatyczną przedstawiające ulepszony produkt, ponowne przekazanie testerom kart oceny produktu i instrukcji (03.2014).
11. Ponowne testowanie portalu i zwrot wypełnionych kart oceny produktu przez użytkowników i odbiorców (03.2014).
12. Udostępnienie produktu wszystkim internautom, którzy będą mogli korzystać z jego funkcjonalności i przesyłać uwagi (w postaci kart oceny produktu dostępnych na stronie WWW) (03.2014).
13. Ewaluacja zewnętrzna produktu (03.2014 – 04.2014).
14. Analiza kart oceny produktu i wyników ewaluacji. Weryfikacja przez ekspertów możliwości zmian w produkcie (04.05.2014).
15. Spotkanie testerów z ekspertami i firmą informatyczną i ewaluatorem zewnętrznym produktu – dyskusja nad proponowanymi zmianami oraz określenie zasadności i zakresu możliwości dokonania ostatecznych zmian w portalu (04.05.2014).
16. Aktualizacja specyfikacji produktu. (04.05.2014).
17. Wprowadzenie zmian w portalu w ramach ostatecznego ulepszania produktu przez firmę informatyczną. (05.2014-06.2014).
18. Oddanie do użytkowania ostatecznej wersji produktu wraz z instrukcjami obsługi (06.2014)

Za właściwy przebieg - koordynację i wykonywanie prac, na etapie testowania, odpowiedzialny będzie zespół projektowy w składzie: Kierownik Projektu, Specjalista ds. rekrutacji, Specjalista ds. obsługi www i portalu internetowego oraz zespół ekspertów - Ekspert ds. monitoringu i ewaluacji, Koordynator merytoryczny oraz Ekspert ds. inżynierii oprogramowania.

Rekrutację testerów, w ramach wszystkich grup docelowych, będzie prowadził Specjalista ds. rekrutacji zatrudniony w projekcie. Pozostałe dwie uczelnie, na których odbywać się będą testy, przekażą swoje bazy danych każdej z grup. Przekazanie nastąpi w oparciu o podpisane umowy powierzenia przetwarzania danych osobowych. Do koordynacji i nadzoru prac oraz współpracy z zespołem projektowym Uczelnie biorące współudział w testowaniu wyznaczą 2 osoby (po 1 z każdej uczelni).

Za analizy kart oceny projektu oraz aktualizację specyfikacji projektu odpowiedzialny będzie zespół ekspertów.

Prace nad produktem (ulepszaniem portalu internetowego), wykonywane będą przez firmę informatyczną wybraną w ramach Etapu I projektu do tworzenia produktu.

Wszelkie analizy, raporty i powstałe dokumenty, powstałe w ramach testowania, zostaną przekazane firmie zewnętrznej, która będzie wykonywała ewaluację produktu po zakończeniu fazy testowania.

### **Wskaźniki osiągnięcia produktów i rezultatów fazy testowania:**

Wskaźnik: testerzy produktu – 275 osób – źródło weryfikacji: podpisane umowy,

Wskaźnik: spotkania grup twórców i testerów produktu – 3 sztuki - źródło weryfikacji: raporty ze spotkań, lista obecności,

Wskaźnik: karty oceny produktu – minimum 550 sztuk (2x275)- źródło weryfikacji: karty oceny produktu,

Wskaźnik: raport z ewaluacji zewnętrznej produktu – 1 szt. – źródło weryfikacji: dokument,

Wskaźnik: instrukcja obsługi produktu (podręcznik użytkownika) – 1 sztuka - źródło weryfikacji: dokument,

Wskaźnik: regulamin użytkownika portalu – 1 sztuka - źródło weryfikacji: dokument,  
Wskaźnik: podręcznik administratora – 1 sztuka- źródło weryfikacji: dokument,  
Wskaźnik: produkt finalny (portal) – 1 sztuka - źródło weryfikacji: protokół odbioru portalu.

### **Charakterystyka materiałów, jakie otrzymają uczestnicy testowania**

Uczestnicy testowania dzielą się na dwie grupy – użytkowników i odbiorców. W ramach testowania zostaną im przekazane następujące materiały:

Użytkownikom - 2 uczelniom wyższym biorącym udział w testach:

- gotowy do zainstalowania portal internetowy zapisany na płycie CD lub do pobrania ze strony WWW Beneficjenta,
- instrukcja obsługi produktu (podręcznik użytkownika),
- podręcznik administratora (instrukcja instalacji portalu),
- regulamin użytkownika portalu.

Materiały te pozwolą na właściwą instalację narzędzia internetowego, jego uruchomienie oraz obsługę przez każdą z uczelni. Pozwolą również przyporządkować osoby wyznaczone z uczelni do przewidzianych ról – według testowania odpowiednich obszarów działania portalu, zgodnie z posiadanymi kompetencjami i odpowiedzialnością pracowników.

Odbiorcom: studentom, absolwentom, pracodawcom:

- podręcznik użytkownika (instrukcja obsługi produktu),
- regulamin użytkownika portalu.

Materiały te wskażą uprawnienia i dostęp do odpowiednich funkcjonalności portalu dla określonych grup (studentów, absolwentów, pracodawców). Określają będą procesy i czynności niezbędne do właściwego użytkownika portalu (rejestracja, logowanie, korzystanie z zawartości narzędzia itp.).

### **Sposób monitorowania przebiegu testowania**

Monitoring będzie prowadzony przez cały okres testowania. Za prowadzenie działań monitoringowych, podczas fazy testowania produktu, odpowiedzialny będzie Ekspert ds. monitoringu i ewaluacji we współpracy z Kierownikiem Projektu.

Głównym narzędziem do monitorowania będzie tabela/matryca określająca wyznaczone do osiągnięcia wskaźniki celów częściowych etapu testowania, działania, produkty, rezultaty i źródła ich weryfikacji wraz z określeniem odpowiedzialności za realizację poszczególnych przez wyznaczone osoby/podmioty.

W tej fazie projektu monitorowany będzie przede wszystkim postęp prac nad produktem i jakość prowadzonych działań. Będzie to:

1. Monitoring statusu uczestników testowania – badanie właściwej weryfikacji i kwalifikacji do projektu grupy użytkowników i odbiorców.
2. Monitoring wiedzy testerów z zakresu zadań do wykonania.
3. Monitoring zgodności założeń kart oceny produktu z wyznaczonymi do testowania obszarami portalu, wg poszczególnych grup testerów.
4. Monitoring prac ulepszających produkt – weryfikacja zgodności zaktualizowanych specyfikacji produktu w stosunku do wyników oceny produktu, przez odbiorców i użytkowników, po każdej fazie testowania.
5. Monitoring postępu prac fazy testowania.
6. Monitoring błędów w trakcie budowania portalu.
7. Monitoring efektywności wprowadzanych ulepszeń w zakresie działania portalu.

Narzędziami weryfikującymi przebieg prac i zgodność z założeniami oraz jakość prac będą: raporty (3 sztuki – częstotliwość wykonania - raz na kwartał), notatki, ankiety (1 sztuka – minimum 3 badania), harmonogram prac (1 sztuka), protokoły odbioru wykonanych prac (2 sztuki – po każdym ulepszeniu produktu).

Analizy będą prowadzone przed rozpoczęciem każdego etapu pracy w fazie testowania. Weryfikacja osiągnięcia założonego stanu będzie przeprowadzana po zakończeniu każdego z etapów testowania.

Ekspert ds. monitoringu oraz Kierownik projektu będą uczestniczyli w spotkaniach roboczych projektu (minimum 1 raz w miesiącu) w celu bieżącego monitorowania realizacji prac i wyników poszczególnych działań. Ze spotkań tworzone będą notatki/sprawozdania. W przypadku stwierdzenia odchyleń od pierwotnych założeń określone będą rekomendacje zmian, działań naprawczych bądź usprawniających.

## **5 SPOSÓB SPAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA**

---

Ocena wyników testowania produktu finalnego nastąpi przy pomocy danych z monitoringu fazy testowania prowadzonego na bieżąco przez Eksperta ds. monitoringu i ewaluacji we współpracy z Kierownikiem Projektu,

ewaluacji wewnętrznej projektu (prowadzonej przez Ewaluatora wewnętrznego) oraz ewaluacji zewnętrznej produktu, która zostanie przeprowadzona po zakończeniu testowania przez ewaluatora zewnętrznego (usługa zlecona).

Poniżej opisano sposób oceny wyników testowania, na który składają się dwa elementy:

1. Gromadzenie wszystkich danych z fazy testowania, które będzie odbywało się dwutorowo poprzez:
  - monitoring fazy testowania prowadzony przez Eksperta ds. monitoringu i ewaluacji we współpracy z Kierownikiem Projektu, który został szczegółowo opisany w punkcie 4. Sposób monitorowania przebiegu testowania;
  - ewaluację wewnętrzną projektu prowadzoną przez Ewaluatora wewnętrznego, którą opisano poniżej.

Ewaluacja dotyczyć będzie fazy testowania i wdrażania, obejmując obserwowane rezultaty prowadzonych w ramach projektu działań.

Kryteria oceny będą obejmowały: trafność (cele a potrzeby), efektywność (nakłady a efekty), skuteczność działań (plan a wykonanie), użyteczność (efekty a potrzeby), trwałość (oddziaływanie projektu po jego zakończeniu).

Ewaluacja wewnętrzna prowadzona na etapie testowania produktu będzie odpowiadała min. na następujące pytania:

- ✓ w jaki sposób przebiega zarządzanie projektem?
- ✓ jak przebiega testowanie produktu finalnego?
- ✓ jakie są ewentualne bariery i problemy uniemożliwiające prawidłową realizację etapu testowania?

Poniżej przedstawiono narzędzia badawcze wraz z częstotliwością prowadzonych badań w odniesieniu do wszystkich grup biorących udział w fazie testowania.

1. Testerzy (pracownicy Uczelni, studenci, absolwenci, pracodawcy):  
Narzędzia badawcze: ankieta z testerami (1szt.);  
Liczba badań (3 szt. - przed testowaniem, po I fazie testowania, po II fazie testowania).
1. Zespół Ekspertów:  
Narzędzia badawcze: ankieta z ekspertami (1szt.);  
Liczba badań – (9szt.).
2. Kierownik Projektu Innowacyjnego – wywiady pogłębione:  
Narzędzie badawcze: kwestionariusz/ankieta (1szt.);  
Liczba badań (1 szt.).

Zebrane a następnie zinterpretowane dane/informacje przez Ewaluatora wewnętrznego i przedstawione w formie Raportu z badań fazy testowania (1szt.), pozwolą Zespołowi Projektowemu na szybką reakcję w zakresie wprowadzenia ewentualnych zmian do projektu na etapie testowania, co w rezultacie usprawni proces wdrażania.

Ponadto, powstałe raporty z monitoringu i ewaluacji wewnętrznej zostaną przekazane Ewaluatorowi zewnętrznemu celem dopełnienia informacji o produkcie na etapie testowania.

2. Ewaluacja zewnętrzna produktu.

Wyniki ewaluacji zewnętrznej mają służyć opracowaniu ostatecznej wersji produktu finalnego przed jego walidacją. Stąd kryteria oceny ewaluacji zewnętrznej produktu będą odpowiadały na następujące pytania:

- Czy i w jakim stopniu produkt odpowiada na realne potrzeby? (trafność);
- Czy wypracowany produkt jest bardziej efektywny niż stosowane dotychczas? (efektywność)
- Czy produkt jest skuteczny, co wpływa na jego skuteczność? (skuteczność)
- Czy wypracowany produkt jest zgodny z aktualnymi potrzebami grup docelowych? (użyteczność)
- Czy i w jakim stopniu prawdopodobne jest funkcjonowanie produktu po zakończeniu finansowania projektu? (trwałość)

Dodatkowym kryterium zastosowanym w ramach prowadzonej ewaluacji zewnętrznej będzie kryterium implementacji: rozumiane jako ocena stopnia skomplikowania produktu, pozwalające ocenić łatwość zastosowania wypracowanego narzędzia, skalę zmian oraz ocena stopnia innowacyjności proponowanego rozwiązania.

Obszar badawczy będzie obejmował m.in.: zawartość merytoryczną portalu, stopień dostępności narzędzia dla użytkowników, sposób dotarcia do grup odbiorców, skuteczność systemu zachęt, ergonomię narzędzia.

Ewaluacja zewnętrzną produktu zostanie zlecona do wykonania Ewaluatorowi zewnętrznemu, który zostanie wyłoniony zgodnie z ustawą Prawo Zamówień Publicznych. Najważniejsze kryteria wyboru to: doświadczenie w przeprowadzaniu badań/ewaluacji w sferze edukacji, szkolnictwa wyższego, doświadczenia w przeprowadzaniu ewaluacji projektów finansowanych z EFS, w tym innowacyjnych, przedstawienie koncepcji badania (w tym: określenie metod i narzędzi badawczych, sposobu prowadzenia badania ewaluacyjnego).

Ewaluator przedstawi raport z badania ewaluacyjnego, w którym zostaną sformułowane wnioski i zalecenia dla opracowania ostatecznej wersji produktu.

Rekomendacje zawarte w raporcie ewaluacji zewnętrznej potwierdzą, iż projekt będzie mógł być wdrożony na szeroką skalę. Czynniki świadczące o przewidywanym powodzeniu zastosowania innowacji na szeroką skalę to:

- atrakcyjność narzędzia dla użytkowników (Uczelnie) pod względem jakości informacji pozyskiwanych przy pomocy portalu internetowego;
- atrakcyjność narzędzia dla odbiorców (studentów/absolwentów) (m.in. element społecznościowy, intuicyjny interfejs)
- uniwersalność innowacji umożliwiająca zastosowanie narzędzia na Uczelniach;
- łatwość implementacji narzędzia przez inne Uczelnie;
- relatywnie niskie koszty funkcjonowania i utrzymania narzędzia.

Wskaźniki pomiaru efektów zastosowanej innowacji, które poświadczą o możliwości jej zastosowania przez szerszą grupę użytkowników to:

- min. 85 % pozytywnych opinii odbiorców z kart oceny skuteczności produktu;
- min. 85 % pozytywnych opinii użytkowników z kart oceny skuteczności produktu.

## 6 STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

---

### Cel strategii upowszechniania

Przedmiotem upowszechniania będzie produkt finalny - portal internetowy do monitoringu losów absolwentów wypracowany i przetestowany w ramach przedmiotowego projektu.

Głównym celem działań upowszechniających jest zapewnienie trwałości wypracowanego produktu innowacyjnego poprzez popularyzację wiedzy na temat jego funkcjonowania, funkcjonalności i korzyści z jego stosowania jak najszerszemu gronu użytkowników (Uczelnie) oraz odbiorców (studentów, absolwentów, pracodawców).

### Grupy odbiorców działań upowszechniających (analiza interesariuszy)

Lp.	Adresaci działań upowszechniających i ich charakterystyka	Określenie liczebności grup	Określenie liczby przedstawicieli grup odbiorców	Uzasadnienie doboru grup
1	Uczelnie o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym (uczelnie przyrodnicze funkcjonujące oraz przekształcone z Akademii Rolniczych).	9	9	Produkt jest dedykowany uczelniom o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym stąd adresatów dobrano ze względu na profil Uczelni.
2	Studenci Uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym	1	1000	Badania ankietowe wśród studentów <sup>14</sup> wskazały na problem braku wiedzy nt znaczenia monitoringu w procesie edukacji. Stąd konieczność informowania i zaangażowania studentów w działania monitoringowe już na etapie studiowania.

---

<sup>14</sup> Badania własne Beneficjenta przeprowadzone wśród studentów ostatnich lat studiów I stopnia, II stopnia i magisterskich jednolitych (luty 2013).

	Absolwenci Uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym.	1	1000	<p>Grupa ta jest niezbędna do pozyskania informacji w zakresie monitoringu losów absolwentów, koniecznych do kształtowania oferty edukacyjnej Uczelni.</p> <p>Narzędzie skierowane jest do absolwentów uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym stąd adresatów dobrano ze względu na profil ukończonej Uczelni oraz ukończoną Uczelnią. Portal stanie się powszechnym narzędziem i kanałem przekazu informacji na drodze absolwent-uczelnia.</p>
4	Pracodawcy z branż związanych z profilem Uczelni (przyrodniczo – rolniczo technicznym) W ramach grupy znajdują się pracodawcy sektora publicznego, prywatnego. Ze względu na wielkość będą to podmioty: mikro, małe, średnie i duże. W grupie znajdują się krajowi i zagraniczni pracodawcy.	1	100	Grupa ta jest niezbędna do pozyskania informacji z rynku pracy, w zakresie oceny jakości kształcenia i kompetencji absolwentów, koniecznych do kształtowania oferty edukacyjnej Uczelni. Rozpowszechnienie produktu wśród pracodawców pozwoli na zaangażowanie ich w proces kształtowania oferty edukacyjnej Uczelni.
5	Beneficjenci projektów innowacyjnych w osi Edukacja i Szkolnictwo Wyższe (1) oraz przedstawiciele instytucji (m.in.MEN, MNiSZW, MRR, NCBiR, ORE,KIW, Wojewódzki Urząd Pracy, Urząd Marszałkowski) (1). (min.100 osób)	2	100	Instytucje te mogą rekomendować wypracowane w ramach projektu rozwiązanie – produkt finalny – sposób pozyskiwania informacji jako rozwiązanie systemowe.
6	Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy - Wojewódzkie Urzędy Pracy (3), zrzeszenia pracodawców (4).	1	7	Przedstawiciele instytucji i organizacji rynku pracy mogą rekomendować produkt finalny jako skuteczne narzędzie wspierające pracowników w poszukiwaniu pracy, ułatwiające start młodym ludziom w życie zawodowe. A także wspierające pracodawców w poszukiwaniu pracowników o profilu zgodnym z ich potrzebami. Stąd nastąpi zapewnienie realnego udziału tych instytucji i organizacji w kształtowaniu oferty edukacyjnej uczelni zgodnie z potrzebami rynku pracy.

7	Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki - strefy ekonomiczne (2), organizacje zrzeszające przedsiębiorców - np. izby gospodarcze, agencje rozwoju (3).	1	5	Przedstawiciele instytucji otoczenia biznesu stanowią wsparcie procesów legislacji w obszarze gospodarki. Stąd rekomendacja przez te podmioty wypracowanego w ramach projektu rozwiązania zapewni możliwość jego wdrożenia do nurtu polityki jako skutecznego narzędzia i sposobu na kształtowanie kompetencji przyszłych kadr gospodarki.
---	--	---	---	--

### Plan działań upowszechniających i ich charakterystyka

Etap I - przygotowanie					
Faza wdrażania	nazwa działania	narzędzia	adresaci działań	zasięg oddziaływania	termin realizacji
Diagnoza i analiza problemu	Działania informacyjno-promocyjne o realizacji projektu współfinansowanego ze środków EFS oraz o jego głównych założeniach.	strona www projektu	wszyscy adresaci projektu	ogólnopolski	10.2012-05.2013
		Materiały promocyjne i seminaryjne – m.in. foldery (300 szt.), wkładki do indeksów (3000szt.), notesy (60 szt.), długopisy (60szt.), roll-up (2szt.)	Uczelnie i ich pracownicy/ studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki.	ogólnopolski	10.2012-05.2013
		I Kampania promocyjna – upowszechniająca: narzędzia kampanii: baner internetowy na Facebooku (min. 3 tys. kliknięć), baner internetowy na Goldenline (10 tys. kliknięć), informacja w prasie (1szt.).	Studenci, absolwenci	ogólnopolski	10.2012-05.2013
		Artykuły upowszechniające - publikowane w prasie i internecie (2 szt.)	Wszyscy adresaci projektu	regionalny	10.2012-05.2013
Opracowanie wstępnej wersji produktu oraz strategii wdrażania projektu innowacyjnego	Poinformowanie użytkowników, odbiorców oraz decydentów o projekcie w zakresie jego założeń, rezultatów, harmonogramu realizacji, postępów prac. Przedstawienie wyników raportu z badań. Prezentacja strategii wdrażania projektu innowacyjnego. Zaintereowanie jak najszerszego grona przyszłych użytkowników i decydentów.	seminarium (3szt.)	Pracownicy Uczelni (UP Wrocław, SGGW, UP Lublin) studenci, absolwenci, przedstawiciele rynku pracy (Powiatowy Urząd Pracy we Wrocławiu, Dolnośląski Wojewódzki Urząd Pracy we Wrocławiu, instytucji działające w obszarze edukacji – urząd marszałkowski, izby gospodarcze (Zachodnia Izba Gospodarcza, Dolnośląska Izba Gospodarcza) zrzeszenia pracodawców polskich (PKPP Lewiatan, Sudecki Związek Pracodawców), pracodawcy branży rolniczej. (60 osób)	ogólnopolski	10.2012-05.2013

Etap II testowanie produktu finalnego					
<p>Faza I - testowanie produktu</p> <p>Faza II - analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu</p> <p>Faza III - opracowanie produktu finalnego</p>	<p>Gromadzenie informacji, poszerzenie i popularyzacja wiedzy na temat testowania i jego wyników</p>	seminarium (2 szt.)	Uczelnie i ich pracownicy/ studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.40 osób).	ogólnopolski	10.2013-06.2014
		II Kampania promocyjno – upowszechniająca w mediach. Narzędzia kampanii: banery internetowe na portalu społecznościowym (min.5tys.kliknięć), banery internetowe na portalu społecznościowym dotyczącym rynku pracy i pracodawców (min.15 tys.kliknięć), informacja w prasie regionalnej z 3 województw (3 szt.);	Studenci, absolwenci, pracodawcy, Uczelnie	ogólnopolski	10.2013-06.2014
		Artykuły upowszechniające - publikowane w prasie i internecie przez Uczelnie biorące udział w testowaniu (3 szt.)	Wszyscy adresaci projektu	ogólnopolski	10.2013-06.2014
		strona www projektu	wszyscy adresaci projektu	ogólnopolski	10.2013-06.2014
		Posiedzenie Krajowej Sieci Tematycznej, Regionalnej Sieci Tematycznej (min. 5)	Beneficjenci projektów innowacyjnych w osi Edukacja i Szkolnictwo Wyższe oraz przedstawiciele instytucji (m.in.MEN, MNiSZW, MRiR, NCBiR, ORE, KiW, Wojewódzki Urząd Pracy, Urząd Marszałkowski). (min.100 osób)	ogólnopolski	10.2013-06.2014

Etap III - upowszechniania i włączania					
Faza IV - upowszechnianie i mainstreaming	Popularyzacja wiedzy o produkcie finalnym wśród użytkowników i decydentów.	III Kampania promocyjno – upowszechniająca w mediach. Narzędzia kampanii: baner internetowy na portalu społecznościowym (min.10 tys.kliknięć), baner internetowy na portalu społecznościowym dotyczącym rynku pracy i pracodawców (min.20 tys.kliknięć), informacja w prasie krajowej (2 szt.);	Studenci, absolwenci, pracodawcy,Uczelnie.	ogólnopolski	10.2014-05.2015
		Seminaria (3szt.)	Uczelnie i ich pracownicy/ studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.60 osób).	ogólnopolski	10.2014-05.2015
		Konferencja (1 szt.)	Uczelnie (min.9) i ich pracownicy/ studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.50 osób).	ogólnopolski	10.2014-05.2015
		Artykuły upowszechniające opracowane przez (UP Wrocław, UP Lublin, SGGW) - publikowane w prasie i internecie (5 szt.)	wszyscy adresaci działań upowszechniających	ogólnopolski	10.2014-05.2015
		strona www projektu	wszyscy adresaci działań upowszechniających	ogólnopolski	10.2014-05.2015
		strony internetowe Uczelni (UP Wrocław, UP Lublin, SGGW)	wszyscy adresaci działań upowszechniających	ogólnopolski	10.2014-05.2015
		Posiedzenie Krajowej Sieci Tematycznej, Regionalnej Sieci Tematycznej (min. 5)	Beneficjenci projektów innowacyjnych w osi Edukacja i Szkolnictwo Wyższe oraz przedstawiciele instytucji (m.in.MEN, MNiSZW, MRR, NCBiR, ORE,KIW, Wojewódzki Urząd Pracy, Urząd Marszałkowski). (min.100 osób)	ogólnopolski	10.2014-05.2015
		Informatory o produkcie - materiały promocyjne	Uczelnie i ich pracownicy/studenci/absolwenci pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki: 300 szt.	ogólnopolski	10.2014-05.2015



O skuteczności działań upowszechniających zdecydują:

- Liczba przedstawicieli uczelni biorących udział w konferencji – min. 6 szt.
- Liczba rekomendacji produktu przez przedstawicieli Uczelni – min. 6szt.
- Liczba wejść na portal (studenci/absolwenci/pracodawcy) – 2000 szt.
- Liczba opinii decydentów o produkcie finalnym – 13 szt.

## 7 STRATEGIA WŁĄCZENIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

### Cele strategii włączania

Głównym celem strategii włączania jest zastosowanie w praktyce i wdrożenie do głównego nurtu polityki narzędzia usprawniającego monitorowanie losów absolwentów uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo – technicznym. Dzięki realizacji ww. celu Uczelnie te zyskają narzędzie wspomagające procesy dostosowywania oferty edukacyjnej do potrzeb gospodarki opartej na wiedzy i wymogów rynku pracy.

W odniesieniu do mainstreamingu horyzontalnego i wertykalnego zdefiniowano następujące cele szczegółowe strategii włączenia produktu finalnego do głównego nurtu polityki:

Mainstreaming horyzontalny:

- dotarcie i przekonanie do stosowania produktu finalnego uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym z obszaru kraju oraz ich studentów i absolwentów;
- dotarcie i przekonanie do użytkowania produktu finalnego pracodawców prowadzących działalność w obszarze branż przyrodniczych, rolniczych i technicznych.

Mainstreaming wertykalny:

- włączenie do polityki uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo- technicznym sposobu skutecznego pozyskiwania informacji do monitorowania losów absolwentów;
- zaangażowanie instytucji i organizacji działających w obszarze rynku pracy i gospodarki w działania służące kształtowanie oferty edukacyjnej uczelni
- wzrost wiedzy instytucji działających w obszarze edukacji na temat sposobu skutecznego pozyskiwania informacji do monitorowania losów absolwentów celem inicjowania zmian legislacyjnych.

### Grupy docelowe działań włączających (analiza interesariuszy)

Lp	Adresaci działań włączających i ich charakterystyka	Określenie liczebności grup	Określenie liczby przedstawicieli i grup odbiorców	Uzasadnienie doboru grup
<b>Mainstreaming horyzontalny</b>				
1	Uczelnie o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym (uczelnie rolnicze funkcjonujące oraz przekształcone z Akademii Rolniczych) (7 osób). Pracownicy Uczelni – osoby odpowiedzialne za kształtowanie oferty edukacyjnej Wydziałów - (5 os.). Pracownik np. Biura Karier-1 (os) odpowiedzialne za współpracę ze studentami/absolwentami) Prorektor ds. studenckich i kształcenia odpowiedzialny za kształtowanie oferty edukacyjnej Uczelni (1 os.).	Min. 3	Min.21	Produkt jest dedykowany uczelniom o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym stąd adresatów dobrano ze względu na profil Uczelni. Wykorzystanie produktu przez Uczelnie, z różnych województw (m.in. dolnośląskie, mazowieckie, lubelskie) zwiększy zasięg oddziaływania i wiarygodność produktu. Produkt zostanie przekazany uczelniom do wykorzystania przez co nastąpi włączenie narzędzia do praktyki i rozpowszechnienie go wśród innych Uczelni.
2	Studenci Uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym.	1	700	Badania ankietowe wśród studentów wskazały na problem braku wiedzy nt znaczenia monitoringu w procesie edukacji. Stąd konieczność

				informowania i zaangażowania studentów w działania monitoringowe już na etapie studiowania. Wypracowanie wśród studentów nawyku korzystania z produktu pozwoli na rozpowszechnienie i uzyskiwanie większej skuteczności i efektywności narzędzia do monitoringu losów absolwentów w przyszłości. Każdy ze studentów danej Uczelni będzie mógł korzystać z portalu, w określonym dla niego zakresie, po zalogowaniu.
3	Absolwenci Uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym.	1	700	Grupa ta jest niezbędna do pozyskania informacji w zakresie monitoringu losów absolwentów, koniecznych do kształtowania oferty edukacyjnej Uczelni. Narzędzie skierowane jest do absolwentów uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym stąd adresatów dobrano ze względu na profil ukończonej Uczelni oraz ukończoną Uczelnią, gdyż Absolwent będzie mógł korzystać z portalu Uczelni, którą ukończył. Portal stanie się powszechnym narzędziem i kanałem przekazu informacji na drodze absolwent-\uczelnia. Każdy z absolwentów danej Uczelni będzie mógł korzystać z portalu, w określonym dla niego zakresie, po zalogowaniu.
4	Pracodawcy z branż związanych z profilem Uczelni (przyrodniczo – rolniczo technicznym) W ramach grupy znajdą się pracodawcy sektora publicznego, prywatnego. Ze względu na wielkość będą to podmioty: mikro, małe, średnie i duże. W grupie znajdą się krajowi i zagraniczni pracodawcy.	1	80	Grupa ta jest niezbędna do pozyskania informacji z rynku pracy, w zakresie oceny jakości kształcenia i kompetencji absolwentów, koniecznych do kształtowania oferty edukacyjnej Uczelni. Rozpowszechnienie produktu wśród pracodawców pozwoli na zaangażowanie ich w proces kształtowania oferty edukacyjnej Uczelni. Każdy z pracodawców będzie mógł korzystać z portalu, w określonym dla niego zakresie, po zalogowaniu.
mainstreaming wertykalny				
1	Konwent Rektorów Uczelni Akademickich (w pierwszej kolejności działania skierowane do rektorów Uczelni o profilu przyrodniczo – rolniczo-technicznym.	Min. 9	Min.9	Rektorzy mają wpływ na kształtowanie polityki edukacyjnej. Mogą rekomendować wypracowane narzędzie do włączenia do polityki.

	Instytucje działające w obszarze edukacji - Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Rzecznik Praw Absolwenta, Samorząd Województwa (dolnośląskie, mazowiecki, lubelskie), Krajowa Sieć Tematyczna, Ministerstwo Edukacji Narodowej.	7	7	Instytucje te, mające wpływ na procesy legislacyjne, mogą rekomendować wypracowane w ramach projektu rozwiązanie – produkt finalny – sposób pozyskiwania informacji jako rozwiązanie systemowe.
2	Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy - Wojewódzkie Urzędy Pracy (3), zrzeszenia pracodawców (4).	7	7	Przedstawiciele instytucji i organizacji rynku pracy mogą rekomendować produkt finalny jako skuteczne narzędzie wspierające pracowników w poszukiwaniu pracy, ułatwiające start młodym ludziom w życie zawodowe. A także wspierające pracodawców w poszukiwaniu pracowników o profilu zgodnym z ich potrzebami. Stąd nastąpi zapewnienie realnego udziału tych instytucji i organizacji w kształtowaniu oferty edukacyjnej uczelni zgodnie z potrzebami rynku pracy.
3	Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki - strefy ekonomiczne (2), organizacje zrzeszające przedsiębiorców - np. izby gospodarcze, agencje rozwoju (3).	5	5	Przedstawiciele instytucji otoczenia biznesu stanowią wsparcie procesów legislacji w obszarze gospodarki. Stąd rekomendacja przez te podmioty wypracowanego w ramach projektu rozwiązania zapewni możliwość jego wdrożenia do nurtu polityki jako skutecznego narzędzia i sposobu na kształtowanie kompetencji przyszłych kadr gospodarki.

#### Plan działań włączających z podziałem na etapy i fazy wdrażania projektu

W pierwszym etapie realizacji projektu – przygotowawczym, przeprowadzono działania upowszechniające (opisane w rozdziale VI. Strategia Upowszechniania), które stanowiły podstawę do rozpoczęcia działań włączających produktu finalnego na poziomie horyzontalnym i wertykalnym. Odbyły się m.in. seminaria, kampania promocyjno - upowszechniające, w których uczestniczyli przedstawiciele opisanych powyżej grup interesariuszy. W tabeli poniżej przedstawiono plan działań w kolejnych etapach realizacji projektu, tj. II i III.

Etap II testowanie produktu finalnego						
Faza wdrażania	nazwa działania	narzędzia	adresaci działań i ich liczba	zasięg	termin	mainstreaming
Faza I - testowanie produktu Faza II - analiza rzeczywistych efektów testowanego produktu Faza III - opracowanie produktu finalnego	Przekazanie informacji o wynikach testowania produktu oraz wypracowanie ostatecznej wersji produktu.	seminarium (2 szt.)	Uczelnie i ich pracownicy studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.40 osób).	ogólnopolski	10.2013-06.2014	Działania stanowią podstawę do wdrożenia na poziomie horyzontalnym i wertykalnym.
		Spotkanie z testerami i decydentami (1 szt.)	Uczelnie i ich pracownicy/ studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.200 os)	ogólnopolski	10.2013-06.2014	Działania stanowią podstawę do wdrożenia na poziomie horyzontalnym i wertykalnym.
		Konsultacje telefoniczne produktu finalnego z testerami i decydentami	Uczelnie i ich pracownicy/ studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.50 os)	ogólnopolski	10.2013-06.2014	Działania stanowią podstawę do wdrożenia na poziomie horyzontalnym i wertykalnym.
		Prezentacja informacji na stronie internetowej projektu i Uczelni biorących udział w testowaniu informacji o wynikach testowania	wszyscy adresaci projektu	ogólnopolski	10.2013-06.2014	Działania stanowią podstawę do wdrożenia na poziomie horyzontalnym i wertykalnym.
		Posiedzenie Krajowej Sieci Tematycznej, Regionalnej Sieci Tematycznej (min. 5)	Beneficjenci projektów innowacyjnych w osi Edukacja i Szkolnictwo Wyższe oraz przedstawiciele instytucji (m.in.MEN, MNISZW, MRR, NCBiR, ORE, KiW, Wojewódzki Urząd Pracy, Urząd Marszałkowski). (min.100 osób)	ogólnopolski	10.2013-06.2014	Działania stanowią podstawę do wdrożenia na poziomie horyzontalnym i wertykalnym.

Etap III - upowszechnianie i włączenia						
faza	nazwa działania	narzędzie	adresaci działań i ich liczba	zasięg	termin	mainstreaming
Faza IV - upowszechnianie i mainstreaming	Przekazanie informacji o zaletach i korzyściach stosowania produktu finalnego. Zachęcenie do jego stosowania. Przekazanie decydem informacji o planowanych zmianach legislacyjnych, które wynikają z realizacji projektu.	Seminaria (3szt.)	Uczelnie i ich pracownicy/ studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.60 osób).	ogólnopolski	10.2014-05.2015	horyzontalny i wertykalny
		Konferencja (1 szt.)	Uczelnie i ich pracownicy (min.9)/ studenci/absolwenci/ pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.50 osób).	ogólnopolski	10.2014-05.2015	horyzontalny i wertykalny
		Organizacja debaty z decydentami (2 szt.)	Uczelnie i ich pracownicy przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.2*10=20 osób)	ogólnopolski	10.2014-05.2015	wertykalny
		Konultacje telefoniczne produktu finalnego z decydentami (10 tur)	Uczelnie i ich pracownicy przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki. (min.100 osób)	ogólnopolski	10.2014-05.2015	horyzontalny
		Prezentacja informacji o produkcie na stronach internetowych Uczelni (UP Wrocław, UP Lublin, SGGW)	wszyscy adresaci projektu	ogólnopolski	10.2014-05.2015	horyzontalny
		Posiedzenia Krajowej Sieci Tematycznej, Regionalnej Sieci Tematycznej (min. 5)	Beneficjenci projektów innowacyjnych w osi Edukacja i Szkolnictwo Wyższe oraz przedstawiciele instytucji (m.in.MEN, MNISZW, MRR, NCBiR, ORE, KiW, Wojewódzki Urząd Pracy, Urząd Marszałkowski). (min.100 osób)	ogólnopolski	10.2014-05.2015	wertykalny
		Informatory o produkcie - materiały promocyjne 300 szt.	Uczelnie i ich pracownicy/studenti/absolwenci pracodawcy/ przedstawiciele instytucji działających w obszarze edukacji/ Instytucje i organizacje działające w obszarze rynku pracy/ Instytucje i organizacje działające w obszarze gospodarki (300 osób)	ogólnopolski	10.2014-05.2015	horyzontalny i wertykalny

O skuteczności działań włączających zdecydują:

- Liczba Uczelni, które wdrożą produkt finalny - 3 szt.
- Liczba kont założonych na portalu przez użytkowników i odbiorców – 1500.
- Liczba rekomendacji decydentów do włączenia produktu finalnego do polityki – 7 szt.
- 

## 8 KAMIENIE MILOWE II ETAPU PROJEKTU

Określono następujące kamienie milowe dla II etapu projektu:

Lp.	Kamienie milowe	Termin realizacji
1	Zakończenie prac nad budową portalu internetowego	09.2013
2	Rekrutacja testerów	09.2013- 10.2013
3	I faza testowania produktu finalnego - portalu internetowego	10.2013-12.2013
4	Ulepszanie produktu na podstawie wyników z I fazy testowania	01.2014-02.2014
5	II faza testowania produktu finalnego - portalu internetowego	03.2014
6	Ewaluacja zewnętrzna produktu. Opracowanie raportu.	03.2014-04.2014
7	Zakończenie prac nad produktem po uwzględnieniu wyników z wszystkich faz testowania oraz raportu z ewaluacji zewnętrznej produktu. Opracowanie instrukcji użytkownika produktu.	05.2014 - 06.2014
8	Złożenie produktu finalnego do walidacji. Walidacja produktu przez Krajową Sieć Tematyczną	09.2014-10.2014
9	Realizacja strategii upowszechniania i włączenia produktu do głównego nurtu polityki.	10.2014-05.2015

## 9 ANALIZA RYZYKA

Zidentyfikowane ryzyko	Skutki	Prawdopodobieństwo wystąpienia 1-małe 2-średnie 3 - duże	Waga ryzyka 1 – mała 2 – średnia 3-duża	Wpływ ryzyka na realizację projektu Waga x prawdopodobieństwo 1-2 niskie 3-5 średnie 6-9 wysokie	Sposób ograniczania zagrożeń
<b>Etap testowania produktu</b>					
Trudności w rekrutacji przedstawicieli użytkowników i odbiorców.	1.Brak reprezentatywnej grupy testującej. 2.Niewystarczające, niepełne przetestowanie produktu. 3.Brak osiągnięcia wskaźników celu szczegółowego przypisanego do etapu testowania. 4.Zmniejszenie dofinansowania - mniejsza liczba testerów – (reguła proporcjonalności).	3	3	9	<p><b>ZAPOBIEGANIE:</b> do rekrutacji zostanie zatrudniony specjalista ds. rekrutacji odpowiedzialny za zrekrutowanie pożądanej grupy testerów. Planowane działania, które wpłyną na ograniczenie wystąpienia ryzyka: Studenci/absolwenci – informacja o rekrut. w ramach kampanii w mediach. Mailing do studentów i absolwentów uczelni, informacja na str. projektu i głównej uczelni, rekrutacja wśród aktywnie działających studentów i absolwentów. Pracodawcy – rekrutacja wśród podmiotów współpracujących z Uczelnią, mailing z inf. o rekrutacji wzmocniony o kontakt telefoniczny, kampania w mediach. Pracownicy Uczelni – testerzy zostaną oddelegowani w ramach wykonywanych obowiązków zgodnie z posiadanymi kompetencjami, co praktycznie wyeliminuje ryzyko w tej grupie testerów. W przypadku trudności w rekrutacji testerów z SGGW i UP w Lublinie zostaną zaangażowani ich przedstawiciele.</p> <p><b>MINIMALIZOWANIE:</b> monitorowanie efektów procesu rekrutacji przez Kierownika Projektu; wydłużenie okresu rekrutacji.</p>

<p>Niechęć studentów, absolwentów, pracodawców, pracowników Uczelni do aktywnego uczestnictwa w testowaniu produktu.</p>	<p>1.Niewystarczające, niepełne przetestowanie produktu. 2.Brak osiągnięcia wskaźników celu szczegółowego przypisanego do etapu testowania. 3.Zmniejszenie dofinansowania - mniejsza liczba testerów – (reguła proporcjonalności).</p>	3	3	9	<p>ZAPOBIEGANIE: do testowania zostanie zrekrutowana większa liczba testerów niż ta, którą zakładano docelowo. W szczególności dotyczy to absolwentów i pracodawców, gdyż wśród tych grup spodziewane jest wystąpienie zdefiniowanego ryzyka na wysokim poziomie. Z testerami zostaną podpisane umowy, w których zostaną zawarte zachęty/korzyści z udziału w testowaniu. Spotkania testerów z ekspertami będą miały charakter motywujący. W przypadku bardzo niskiej aktywności testerów w testowaniu odbędą się spotkania z Władzami uczelni w celu możliwości zastosowania dodatkowych zachęt dla testerów. MINIMALIZOWANIE: monitorowanie efektów procesu testowania przez specjalistę ds. monitoringu i ewaluacji oraz Kierownika Projektu; przeprowadzenie rekrutacji dodatkowej/uzupełniającej, wzmocnienie systemu zachęt.</p>
<p>Problemy techniczne powstałe w czasie udoskonalania portalu internetowego związane z wprowadzeniem zmian – wyników testowania.</p>	<p>1.Portal internetowy nie dostosowany do potrzeb użytkowników i odbiorców (brak ergonomii). 2.Wydłużenie testowania, które może zagrozić terminowej realizacji kolejnych zadań np. ewaluacji produktu, a następnie złożenia kompletnego, przetestowanego produktu do walidacji. 3.Nie osiągnięcie wskaźnika celu głównego projektu dotyczącego dostosowania oferty edukacyjnej uczelni do 05.2015r. 4. Nie osiągnięcie celu głównego. Złożenie</p>	2	3	6	<p>ZAPOBIEGANIE: Kierownik projektu prowadzi monitoring projektu zgodnie z harmonogramem. Na etapie wdrażania, w fazie testowania Kierownik jest wsparty przez Zespół Ekspertów, w tym Eksperta ds. monitoringu i ewaluacji. Ponadto w ramach całego projektu jest prowadzona ewaluacja wewnętrzna. Jakikolwiek problemy techniczne będą rozwiązywane na bieżąco, co zapewnia podział testowania na dwie fazy. MINIMALIZOWANIE: monitorowanie procesu testowania przez Kierownika Projektu i Eksperta ds. monitoringu i ewaluacji, ewaluatora wewnętrznego. Udział w procesie monitorowania tak dużej grupy pozwoli na zminimalizowanie zdefiniowanych ryzyk.</p>

	niekompletnego produktu do walidacji. Rozwiązanie umowy o dofinansowanie. Zwrot części lub całości dofinansowania.				
Problemy prawne w zakresie stosowania ustawy o ochronie danych osobowych w odniesieniu do prowadzenia monitoringu losów absolwentów za pomocą portalu internetowego.	1.Stworzenie bezużytecznego narzędzia do monitorowania losów absolwentów.	1	2	2	ZAPOBIEGANIE: Konsultacje założeń portalu z Administratorem Bezpieczeństwa Informacji Uczelni oraz administratorem systemu informatycznego (baza danych studentów) w zakresie możliwości zastosowania rozwiązań informatycznych zgodnych z ochroną danych osobowych. MINIMALIZOWANIE: monitorowanie procesu testowania przez Kierownika Projektu. W przypadku wystąpienia problemów prawnych zostanie zlecona dodatkowa ekspertyza prawna. Jeśli będzie konieczność nastąpi wprowadzenie odpowiednich modyfikacji do portalu internetowego.
<b>Etap upowszechniania i włączenia produktu do praktyki i głównego nurtu polityki</b>					
Zbyt niskie w stosunku do założonego zainteresowanie użytkowników i odbiorców produktem  Brak zainteresowania produktem decydentów  Zbyt wysokie nasycenie narzędzi	Nieefektywne włączanie produktu finalnego do praktyki i głównego nurtu polityki.	2  2  2	3  3  2	6  6  4	ZAPOBIEGANIE: w projekcie są prowadzone działania upowszechniające i włączające, które angażują w prace nad produktem finalnym grupy użytkowników i odbiorców już od pierwszego etapu (przygotowania), co zapewni uczestnictwo tych grup na etapie upowszechniania i włączania produktu do głównego nurtu polityki. Ponadto w strategii upowszechniania i włączania zaplanowano działania, z zastosowaniem różnego rodzaju narzędzi (środków komunikacji) celem dotarcia do, poinformowania i przekonania jak najszerszego grona potencjalnych użytkowników i odbiorców, aby zastosowali produkt. Stąd prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka jest niewielkie. MINIMALIZOWANIE: Monitoring procesu upowszechniania i włączania przez Kierownika Projektu oraz specjalistę ds. upowszechniania. Przekazanie innym użytkownikom – Uczelniom, rekomendacji uczelni biorących udział w testowaniu. Organizacja kampanii promocyjno – upowszechniającej w mediach. W



informatycznych do monitorowania losów absolwentów spowodowane aktualnym rozwojem działań w zakresie monitoringu.					przypadku niskiej skuteczności zaplanowanych działań wdrożenie nowych bardziej skutecznych w ramach możliwości budżetu projektu.
---	--	--	--	--	--

1. Wstępna wersja produktu finalnego
2. Zakres zmian w strategii w odniesieniu do zapisów wniosku o dofinansowanie
3. Raport z badania systemów monitorowania losów zawodowych absolwentów w Polsce i zagranicą.

.....

Imię i nazwisko, funkcja i podpis  
osoby/ób składającej/yh strategię