

**Akademia Handlowa 50+ -  
innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

# STRATEGIA WDRAŻANIA PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO

**TEMAT INNOWACYJNY:** „Nowe modele kształcenia przez całe życie, w tym integrowanie funkcjonujących modeli kształcenia ustawicznego”

**PRIORYTET:** IX. Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach

**DZIAŁANIE:** 9.2. Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego

**TYTUŁ PROJEKTU:** Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

**NUMER UMOWY:** WND-POKL.09.02.00-22-012/11

**REALIZATORZY PROJEKTU:**

**LIDER:**



Fundacja Gospodarcza  
ul. Olimpijska 2, 81-538 Gdynia  
tel.: (58) 622 60 17  
[www.fundacijagospdarcza.pl](http://www.fundacijagospdarcza.pl)

**PARTNERZY:**



**ProFirma Spółka z o.o.**  
ul. Żwirki i Wigury 15, 81-387 Gdynia  
tel.: (58) 550 94 94  
[www.profirma.pl](http://www.profirma.pl)



**Region Gdański NSZZ „Solidarność”**  
Wały Piastowskie 24, 80-855 Gdańsk  
tel.: (58)308 43 52  
[www.solidarnosc.gda.pl](http://www.solidarnosc.gda.pl)

**OKRES REALIZACJI PROJEKTU:** 01.05.2012 r. – 31.07.2014 r.

**Gdynia, grudzień 2012**

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### Spis treści

<b>I. UZASADNIENIE</b> .....	4
<b>II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI</b> .....	10
2.1. Cel główny projektu oraz cele szczegółowe są zgodne z celami przedstawionymi we wniosku o dofinansowanie projektu .....	10
2.2. Pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacji .....	10
2.3. Sposób weryfikacji celu .....	11
<b>III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO</b> .....	12
3.1. Na czym polega innowacja i elementy innowacji .....	12
3.2. Grupy docelowe innowacji .....	20
3.3. Warunki, które trzeba spełnić, by innowacja działała właściwie .....	21
3.4. Efekty zastosowania innowacji .....	24
<b>IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO</b> .....	26
4.1. Podejście do doboru grup odbiorców użytkowników .....	26
4.2. Opis przebiegu testowania .....	27
4.2.1. Przygotowanie do testowania .....	27
4.2.2. Testowanie właściwe .....	29
4.2.3. Podsumowanie testowania .....	31
4.3. Charakterystyka materiałów, jakie otrzymają uczestnicy .....	31
4.4. Monitorowania przebiegu testowania .....	32
<b>V. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA</b> .....	34
5.1. Ocena wyników testowania .....	34
5.2. Ewaluacja produktu finalnego .....	34
<b>VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA</b> .....	38
6.1. Cel działań upowszechniających .....	38
6.2. Analiza interesariuszy wraz z uzasadnieniem doboru grup .....	38
6.3. Instrumenty upowszechniania .....	39
6.4. Plan działań upowszechniających oraz ich charakterystyka .....	40

**Akademia Handlowa 50+ -  
innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

<b>VII. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI</b> .....	43
7.1. Cel działań włączających .....	43
7.2. Adresaci działań włączających .....	43
7.3. Plan działań włączających i ich charakterystyka .....	45
7.4. Mainstreaming horyzontalny i wertykalny w projekcie .....	45
<b>VIII. KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU</b> .....	47
<b>IX. ANALIZA RYZYKA</b> .....	48
9.1. Identyfikacja potencjalnych zagrożeń .....	49
<b>ZAŁĄCZNIK - Opis Produktu Finalnego</b> .....	52

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### I. UZASADNIENIE

Przedmiotem działań projektowych jest wdrożenie innowacyjnego produktu - **Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**, który stanowi odpowiedź na zidentyfikowane na etapie przygotowywania wniosku i zweryfikowane w ramach badań przeprowadzonych w I etapie realizacji projektu obszary problemowe związane z możliwością potwierdzania kompetencji zawodowych w zawodach handlowych nabytych poza systemem edukacji formalnej.

Po przeprowadzeniu pierwszego etapu realizacji projektu oraz po pogłębionej diagnozie i analizie problemowej prowadzonej na potrzeby uzasadnienia planowanych działań projektowych zasadnicze kwestie wynikające z założeń projektu nie uległy zmianie, zarówno w zakresie stawianych celów, struktury produktu finalnego, jak i wyboru grup docelowych. Aby jeszcze efektywniej realizować założenia projektu dodano: jeden wskaźnik pomiaru celów, nowe narzędzie w postaci testów do samooceny kompetencji, dwudniowe szkolenie dla asesorów oraz dodatkowe działania upowszechniające i włączające. Po zaakceptowaniu Strategii planuje się wprowadzenie odpowiednich zmian we wniosku o dofinansowanie projektu.

W ramach diagnozy i analizy problemu przeprowadzono:

1. Badanie desk-research (maj-czerwiec 2012 r.), podczas którego poddano analizie:

- istniejące raporty i badania na temat kształcenia i walidacji kompetencji w zawodach handlowych,
- aktualne standardy zawodu,
- dostępną w Polsce ofertę edukacyjną (formalną i pozaformalną) w zawodach handlowych,
- sytuację formalno-prawną dotyczącą przyznawania certyfikatów w Polsce.

2. Badania ilościowe (lipiec 2012 r.) techniką CATI na 150 przedsiębiorcach zatrudniających osoby na stanowiskach handlowych oraz 150 przedstawicielach zawodów handlowych w wieku 50+. Celem badania była analiza:

- sytuacji osób 50+ zatrudnionych w zawodach handlowych na pomorskim rynku pracy,
- pożądanym przez pracodawców kompetencji miękkich i twardych w zawodach handlowych,
- cech i zdolności osób 50+ wykonujących zawody handlowe, mocnych i słabych stron tych osób,
- uwarunkowań społeczno-ekonomicznych osób 50+ wykonujących zawody handlowe.

3. Badania jakościowe (maj – czerwiec 2012 r.) w formie sześciu Zogniskowanych Wywiadów Grupowych, w których łącznie wzięło udział 36 osób – przedstawiciele pracodawców, instytucji rynku pracy oraz osób 50+ wykonujących zawody handlowe. Zasadniczym celem badania było przeprowadzenie analizy zawodów handlowych w zakresie pożądanego profilu kompetencyjnego oraz pożądanego modelu walidacji kompetencji w zawodach handlowych, skutecznych form kształcenia oraz uwarunkowań społeczno-ekonomicznych. Badania miały również zidentyfikować bariery edukacyjne uniemożliwiające skuteczne przygotowanie zawodowe.

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

Poniżej zaprezentowano najistotniejsze wnioski i obszary problemowe z etapu diagnozy i analizy problemu, które można podzielić na kilka obszarów interesujących pod kątem stworzenia i wdrożenia innowacyjnego modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+:

1. Pożądany profil kompetencyjny w zawodach handlowych.
2. Określenie potrzeb i preferencji szkoleniowych (obszary doskonalenia).
3. Skuteczne formy kształcenia pracowników w zawodach handlowych.
4. Identyfikacja barier w edukacji formalnej i pozaformalnej.
5. Pożądany model walidacji kompetencji w zawodach handlowych oraz ich certyfikacji.

### **Podsumowanie obszaru 1 – Pożądany profil kompetencyjny w zawodach handlowych.**

1. Osoby specjalizujące się w zawodzie handlowym są obecnie najczęściej poszukiwanymi pracownikami na rynku. Tak duża liczba ogłoszeń rekrutacyjnych skierowanych do handlowców wynika z faktu, że branżę sprzedażową charakteryzuje wysoka rotacja pracowników, szczególnie na stanowiskach szeregowych. Jednocześnie zawód technika handlowca znalazł się wśród najczęściej zgłaszających się osób bezrobotnych w województwie pomorskim. Z raportu „Rekrutacja w Internecie” przygotowanego przez portal GazetaPraca.pl. wynika, że w I połowie 2011 r. najwięcej, bo aż jedną czwartą wszystkich ofert (190 tys.) dotyczyło stanowisk sprzedażowych. Duże zapotrzebowanie na pracowników w tych zawodach potwierdzają statystyki WUP w Gdańsku za II półrocze 2010 r. odnośnie zawodów nadwyżkowych i deficytowych w woj. pomorskim – wśród 30 zawodów o największej liczbie zgłoszonych wolnych miejsc pracy znalazły się w handlu: sprzedawca – 1 490 ofert, przedstawiciel handlowy – 441 ofert. Z analizy internetowych ofert pracy dot. woj. pomorskiego wynika, że w grupie pracowników średniego szczebla najwięcej ofert dotyczyło przedstawiciela handlowego – 859 ofert. Z drugiej strony zawód technika handlowca znalazł się na 13 miejscu wśród najczęściej zgłaszających się osób bezrobotnych w województwie pomorskim, które naukę zakończyły w przeciągu ostatnich 12 miesięcy.
2. Oznaczać to może, że pracodawcy używają innych kryteriów rekrutacyjnych mających większą wagę niż wykształcenie (np. doświadczenie zawodowe) lub że poziom oraz kierunek wykształcenia kandydatów nie odpowiada wymaganiom pracodawcy.
3. Z punktu widzenia kryteriów rekrutacyjnych, branych pod uwagę przy zatrudnianiu przedstawicieli handlowych i sprzedawców, zaraz po doświadczeniu w sprzedaży bezpośredniej, pracodawcy oczekują od kandydatów wysokich umiejętności interpersonalnych.
4. Obecnie istnieją dwa ogólnokrajowe standardy zawodów handlowych: Standard kwalifikacji zawodowych dla zawodu PRZEDSTAWICIEL HANDLOWY oraz standard kwalifikacji zawodowych dla zawodu HANDLOWIEC, a także standard kwalifikacji zawodowych dla zawodu SPRZEDAWCA. Standardy te są mało przejrzyste, a tym samym mało użyteczne dla samych handlowców w kontekście samorozwoju oraz dla pracodawców, którzy w oparciu o nie chcieliby budować profile kompetencyjne swoich pracowników.

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

5. Niezależnie od istnienia standardów kwalifikacji zarówno pracodawcy jak i pracownicy uważają, że zawód przedstawiciela handlowego różni się od zawodu sprzedawcy koniecznymi kompetencjami z powodu różnic w zadaniach zawodowych.
6. Obie grupy zawodowe powinny posiadać wiedzę o branży i towarze oraz umiejętność dostosowania się do rozmówcy.
7. Kompetencje przedstawiciela handlowego różnią się od kompetencji sprzedawcy tym, że przedstawiciel handlowy powinien być bardziej nastawiony na cel, na budowanie relacji, bardziej odporny na stres, musi umieć dostosować się do zmian, negocjować, planować i organizować czas pracy.
8. Działania polegające na usystematyzowaniu i uzupełnieniu wiedzy w zawodzie przedstawiciela handlowego i sprzedawcy mogą pomóc podnieść standardy, a przez to zwiększyć szanse zatrudniania właściwych osób.
9. Wykształcenie i wiek nie jest najważniejsze przy zatrudnianiu pracowników – najistotniejsze jest posiadane doświadczenie i wiedza branżowa.
10. Działania rekrutacyjne nie są prowadzone w oparciu o wystandaryzowany profil kompetencyjny, ale ekspercko.

### **Podsumowanie obszaru 2 – Określenie potrzeb i preferencji szkoleniowych.**

1. Ocena istotności kompetencji ważnych w zawodzie handlowym jest wyrównana. Można jednak wyróżnić kilka ocenionych najwyżej. Należą do nich: umiejętność organizacji pracy i planowania oraz umiejętność prezentowania oferty. Pozostałe kompetencje (m.in. komunikatywność, umiejętność nawiązywania i podtrzymywania kontaktu, umiejętność obsługi klienta) ocenione zostały bardzo podobnie, ale na poziomie znaczącej istotności dla wykonywania zawodu.
2. Zarówno sami pracownicy jak i ich pracodawcy, uważają za istotne podnoszenie kwalifikacji z zakresu obsługi komputera oraz programów komputerowych; pracodawcy uważają dodatkowo za istotne podnoszenie kwalifikacji z zakresu kontaktów z klientem (negocjacje).
3. Mocną stroną, którą dostrzegają pracodawcy wśród pracowników 50+, jest dyspozycyjność, chęć do pracy oraz rozwinięte kompetencje sprzedażowe. Najmocniejszą stroną według pracowników jest ich doświadczenie.
4. Jako słabe strony grupy wiekowej 50+ zarówno pracownicy jak i przełożeni wskazali problemy z nowymi technologiami oraz z przyswajaniem nowej wiedzy.
5. Na pytanie o odbyte szkolenia często pojawiały się odpowiedzi, że pracownicy nie biorą udziału w żadnych szkoleniach i kursach. 1/4 pracodawców nie chce szkolić swoich pracowników; 1/4 pracowników 50+ nie chce się szkolić. W połączeniu z relatywnie niskim poziomem wykształcenia osób 50+ (w odniesieniu do młodszej części społeczeństwa) oraz niedostosowaniem posiadanych kwalifikacji i umiejętności zawodowych do wymogów pracodawców doprowadza to do znacznego obniżenia konkurencyjności tej grupy osób na rynku pracy. Takie umiejętności jak obsługa nowoczesnych urządzeń, w tym komputerów i oprogramowania, czy znajomości języków obcych odgrywają znaczącą rolę przy decyzjach o zatrudnieniu danej osoby.

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

### **Podsumowanie obszaru 3 – Skuteczne formy kształcenia pracowników w zawodach handlowych.**

1. Najbardziej pożądanym modelem kształcenia umiejętności jest model warsztatowy, wzmocniony krótkim stażem, aby ludzie mogli nabyć doświadczenie. Uczestnicy powinni w trakcie nauki współpracować między sobą, a nie tylko z trenerami. Chodzi tu o wymianę konkretnych doświadczeń, pracę na case'ach i praktykę.
2. Jako inne formy doskonalenia pracodawcy wymieniają coaching indywidualny (praca na indywidualnym celu), ocenę dotychczasowych umiejętności i pracę nad konkretnymi kompetencjami, które wymagają rozwoju.
3. Także handlowcy oczekują szkoleń praktycznych, opartych na konkretnych przypadkach, dostosowanych do branży, ćwiczenie zachowań.
4. Doksztalcanie odbywa się z reguły wewnątrz firm i dotyczy głównie wiedzy branżowej.
5. Ponieważ profile kształcenia w zawodzie sprzedawcy nastawione są/były na rozwój twardych kompetencji (np. obsługa kasy), nie rozwija się umiejętności miękkich.

### **Podsumowanie obszaru 4 – Identyfikacja barier w edukacji formalnej i pozaformalnej.**

1. Kształcenie formalne nie oferuje wykształcenia w obszarach pożądanym przez pracodawców i rynek w zakresie kompetencji miękkich.
2. Formalna oferta edukacyjna wykazuje słabości, jeżeli chodzi o komunikację z rynkiem pracy i nie nadąża za jego potrzebami.
3. Mocną stroną kształcenia formalnego jest dostarczanie umiejętności technicznych.
4. Ukończenie studiów w jakiejś branży ułatwia pracę w sprzedaży tylko w tej branży – wykształcenie nie jest gwarantem sukcesu.
5. Za bardziej wskazane niż systematyzowanie kształcenia formalnego, uważa się szkolenia poprzedzone badaniem predyspozycji i rozpoznaniem poziomu kompetencji.
6. Istnieje szeroki rynek kształcenia pozaformalnego m.in. szkolenia. Jego minusy to koszty oraz konieczność samodzielnego rozeznania w szerokiej ofercie – nie zawsze pracodawcy i pracownicy na stanowiskach handlowych są w stanie zdiagnozować i określić potrzeby szkoleniowe.
7. Poziom oferowanych na rynku usług szkoleniowych jest bardzo zróżnicowany, przyznawane przez firmy szkoleniowe certyfikaty również mają różnorodną wartość, np. dla pracodawców. Brak standardów sprawia, iż dokumenty te nie mają zbyt dużej wartości, bowiem niezwykle trudna do zweryfikowania jest jakość przekazywanej wiedzy i nabywanych kwalifikacji, dlatego też pojawia się wątpliwość co do zasadności nazywania wydawanych dokumentów certyfikatami, w sytuacji kiedy powinny to być raczej zaświadczenia lub dyplomy ukończenia szkolenia.
8. Zarówno w procesie kształcenia formalnego, jak i pozaformalnego, walidacja odgrywa zasadniczą rolę – bada i zapewnia odpowiednią jakość całego procesu.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### Podsumowanie obszaru 5 - Pożądany model walidacji kompetencji w zawodach handlowych oraz ich certyfikacja.

1. Jediną istniejącą formą walidacji kompetencji handlowych w Polsce jest egzamin organizowany przez Centralną Komisję Egzaminacyjną dla osób kończących zasadnicze szkoły zawodowe, technika, technika uzupełniające lub szkoły policealne. Nie istnieje walidacja kompetencji handlowych na uczelniach wyższych.
2. W chwili obecnej, w obowiązujących w Polsce rozwiązaniach systemowych nie ma możliwości rozpoznawania i potwierdzania kompetencji zdobywanych poza systemem edukacji formalnej, np. potwierdzania doświadczeń zawodowych (i innych) dla potrzeb rynku pracy oraz dalszego uczenia się.
3. Przy braku możliwości walidacji kompetencji nieformalnych, bardzo często są one nierozpoznane przez rynek pracy, czyli tym samym jest to zmarnowany potencjał.
4. Certyfikat może mieć znaczenie przy podejmowaniu decyzji o zatrudnieniu, jednak musiałby poświadczać, że osoba miała doświadczenia w konkretnych sytuacjach. Instytucja dokształcająca (rozwijająca umiejętności i kompetencje, certyfikująca) powinna cechować się dużym zaufaniem społecznym wśród pracodawców i rekruterów.
5. Posiadanie certyfikatów zwiększa atrakcyjność handlowca na rynku pracy. Pracodawcy zwracają uwagę na posiadanie tego typu dokumentów podczas procesu rekrutacji, co wpływa na chęć pracowników do podnoszenia swoich kwalifikacji zawodowych poprzez udział w certyfikowanych kursach i szkoleniach. Wartość mają jednak te certyfikaty, które potwierdzają rzeczywiście nabyte/posiadane kompetencje, a nie te poświadczające jedynie udział w jakimś kursie czy szkoleniu bez elementu weryfikacji w wystandaryzowanym procesie.
6. Metoda podnoszenia kwalifikacji polegająca na: „dokonaniu wstępnej oceny umiejętności handlowych poprzez udział w specjalnie opracowanych zadaniach symulacyjnych, indywidualnym dopasowaniu programu rozwojowego i ponownej ocenie przeprowadzonej w ten sam sposób co ocena dokonana na początku. Udział w takim procesie zostałyby zakończony uzyskaniem certyfikatu potwierdzającego poziom umiejętności sprzedażowych” została bardzo pozytywnie oceniona zarówno przez pracowników jak i pracodawców.

Zarówno raport zbiorczy z badań, jak i całościowy raport z badań ilościowych zostały zamieszczone na stronie internetowej projektu pod adresem: <http://www.akademiahandlowa.pl/o-projekcie/wyniki-badan>

Na podstawie przeprowadzonych badań i analiz oraz prac eksperckich nad wstępną wersją produktu finalnego powstały rekomendacje do opracowania profilu zawodowego oraz stworzenia modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+:

1. Podstawą dla stworzenia modelu walidacji musi być opracowanie profilu kompetencji dla zawodów handlowych.
2. Należy stworzyć przynajmniej dwa profile: przedstawiciela handlowego oraz sprzedawcy różniące się zarówno zakresem umiejętności, wiedzy jak i podstawowych oraz pożądanych kompetencji, zgodnie z potrzebami rynku.
3. Aby ułatwić walidację kompetencji wskazane byłoby ustalenie pożądanego poziomu ich natężenia. Nie dotyczy to specyficznych wymagań konkretnego pracodawcy w ramach

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego



## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

funkcjonujących w firmach systemów kompetencji zawodowych, lecz uniwersalnego poziomu, który stanowiłby punkt odniesienia dla systemu walidacji.

4. Zasadniczym sposobem doskonalenia kompetencji, w szczególności dla grupy wiekowej 50+, jest aktywność zawodowa oraz kształcenie w trakcie aktywnego życia zawodowego – zatem system doskonalenia i walidacji powinien uwzględniać nieformalną drogę kształcenia.
5. Warto zwrócić uwagę na e-learning jako formę doskonalenia. O ile umiejętności efektywniej mogą być kształcone w sposób praktyczny, to forma e-learningowa mogłaby być wykorzystywana do doskonalenia wiedzy. Zastanawiając się nad wykorzystaniem tej metody warto pamiętać o jej małej popularności wśród handlowców oraz o trudnościach w przyswajaniu nowych technologii przez grupę wiekową 50+.
6. Stworzenie systemu bądź instytucji zajmującej się walidacją kompetencji zawodowych powinno zostać osadzone w monitorowanych na bieżąco uwarunkowaniach rynku pomorskiego oraz posiadać solidne oparcie w partnerach biznesowych oraz samorządowych.
7. Ważnym elementem projektu jest stworzenie systemu certyfikacji. Możliwość uzyskania potwierdzenia poziomu opanowania kompetencji zawodowych w oparciu o standardowy proces oceny należy uznać za pomysł innowacyjny i wysoce użyteczny w kontekście podnoszenia szans na rynku pracy - nie tylko wśród osób w wieku 50+.
8. Wskazane jest rozpatrzenie szerszej zakrojonej kampanii, mającej na celu budowanie prestiżu walidacji i certyfikatu.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI

#### 2.1. Zgodność celu wprowadzenia innowacji z celem głównym projektu

**Celem głównym projektu**, który został wskazany we wniosku o dofinansowanie, jest „Opracowanie i przetestowanie w Gdyni do VII 2014 r. innowacyjnego modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+ z województwa pomorskiego w zawodach: sprzedawca i przedstawiciel handlowy w celu podniesienia ich adaptacyjności i mobilności zawodowej”.

Cel wprowadzenia innowacji jest tożsamy z celem głównym projektu.

Osiągnięcie celu głównego będzie oznaczało, że po wprowadzeniu innowacji publiczne i niepubliczne instytucje rynku pracy oraz osoby chcące potwierdzić i uzupełnić swoje kompetencje zawodowe uzyskają dostęp do nowych usług i narzędzi umożliwiających:

- samoocenę kompetencji niezbędnych w zawodzie handlowca (testy kompetencyjne online),
- pogłębioną ocenę kompetencji zawodowych pożądaných przez rynek pracy w oparciu o metodologię Development Centre,
- ocenę obszarów do rozwoju (luk kompetencyjnych),
- opracowanie spersonalizowanych programów rozwojowych, które w sposób punktowy odpowiadają na potrzeby edukacyjne zdiagnozowane w procesie walidacji,
- certyfikację posiadanych kompetencji.

#### 2.2. Pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacji

Pożądanym stanem docelowym po wprowadzeniu innowacji w ramach projektu będzie stosowanie nowych usług i narzędzi przez instytucje rynku pracy nie tylko z województwa pomorskiego, ale także z co najmniej dwóch innych. Znaczący potencjał lidera i partnerów projektu w zakresie możliwości docierania do szerokiej i różnorodnej grupy potencjalnych użytkowników i odbiorców z całego kraju poprzez sieć swoich kontaktów i powiązań, jest ważną składową stanowiącą o sukcesie działań upowszechniających poza granicami województwa pomorskiego. Aby rezultat tych działań był mierzalny, realizatorzy planują wprowadzenie „deklaracji” lub „listów intencyjnych” potwierdzających chęć korzystania z produktu finalnego lub wybranych produktów pośrednich przez potencjalnych użytkowników, pod koniec realizacji projektu, już na samym etapie włączania. Jeśli chodzi o skalę, to planuje się przyjąć pewien wskaźnik, ilu z przedstawicieli użytkowników uczestniczących w działaniach upowszechniających zadeklaruje chęć i gotowość korzystania z produktu – jeśli wskaźnik ten wyniesie min. 20%, wówczas będzie można mówić o sukcesie projektu. Dla użytkowników, którzy podpiszą listy intencyjne, zorganizowane zostaną warsztaty wdrożeniowe.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### 2.3. Sposób weryfikacji celu

Cele projektu	Wskaźniki pomiaru celów i ich wartości docelowe	Źródło weryfikacji – sposoby pomiaru
<b>Cel główny projektu:</b> Opracowanie i przetestowanie w Gdyni do VII 2014 r. innowacyjnego modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+ z województwa pomorskiego w zawodach: sprzedawca i przedstawiciel handlowy w celu podniesienia ich adaptacyjności i mobilności zawodowej.	<b>Wskaźnik 1:</b> Liczba osób w wieku 50-64 lata, które ukończyły udział w testowaniu Wartość docelowa wskaźnika: 60 osób (40 kobiet/20 mężczyzn)	Listy obecności, ankiety ex-ante i ex-post, wydane certyfikaty, PEFS.  Pomiar każdorazowo przy rozpoczęciu i zakończeniu cyklu testowego dla każdej grupy – 2 x przy każdej grupie.
	<b>Wskaźnik 2:</b> Liczba modeli opracowanych i wdrożonych Wartość docelowa wskaźnika: 1 model	Potwierdzenie odbioru modelu – 1x, rekomendacje ekspertów i użytkowników – 3x. Łącznie 4-krotnie.
<b>Cel szczegółowy 1:</b> Integracja i upowszechnienie wiedzy na temat posiadanych i pożądanых przez rynek pracy kompetencji oraz istniejących systemów kształcenia w zawodach handlowych.	<b>Wskaźnik 3:</b> Liczba opracowanych i udostępnionych raportów z badań Wartość docelowa wskaźnika: 1 raport	Potwierdzenie odbioru raportu z badań – 1x po diagnozie i analizie problemu.
	<b>Wskaźnik 4:</b> Liczba osób, które podniosły swoją wiedzę Wartość docelowa wskaźnika: 150 osób	Listy obecności – 2 konferencje – 2x, liczba przekazanych materiałów – 2x. Łącznie 4-krotnie.
	<b>Wskaźnik 5:</b> Liczba opracowanych narzędzi do samooceny kompetencji Wartość docelowa wskaźnika: 1 narzędzie do samooceny kompetencji	Potwierdzenie odbioru narzędzia do samooceny kompetencji – 1x.
<b>Cel szczegółowy 2:</b> Rozszerzenie oferty kształcenia ustawicznego o innowacyjne metody dostosowane do potrzeb osób 50+.	<b>Wskaźnik 6:</b> Liczba przetestowanych i udostępnionych modeli Wartość docelowa wskaźnika: 1 model	Potwierdzenie odbioru modelu – 1x, rekomendacje ekspertów i użytkowników – 3x. Łącznie 4-krotnie.
<b>Cel szczegółowy 3:</b> Wzrost adaptacyjności i mobilności zawodowej 60 osób 50+ z województwa pomorskiego w Akademii Handlowej 50+.	<b>Wskaźnik 7:</b> Liczba osób w wieku 50-64 lata, które ukończyły udział w projekcie Wartość docelowa wskaźnika: 60 osób (40 kobiet/20 mężczyzn)	Listy obecności, wydane certyfikaty, ankiety ex-ante i ex-post.  Pomiar każdorazowo przy rozpoczęciu i zakończeniu cyklu testowego dla każdej grupy – 2 x przy każdej grupie.
	<b>Wskaźnik 8:</b> Liczba osób, które skorzystały z programów potwierdzania kwalifikacji Wartość docelowa wskaźnika: 60 osób (40 kobiet/20 mężczyzn)	Liczba wydanych certyfikatów, liczba przeprowadzonych programów certyfikacyjnych – dzienniki. Pomiar 2x przy każdej grupie.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO

#### 3.1. Na czym polega innowacja i elementy innowacji

Przedmiotem projektu jest wdrożenie innowacyjnego **Modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**, w wyniku którego osoby z grupy 50+ będą mogły potwierdzić posiadane kompetencje w zawodach handlowych nabyte poza formalnym systemem kształcenia.

W ogólnym ujęciu *Model* zakłada walidację kompetencji oddzielnie w dwóch zawodach: sprzedawcy i przedstawiciela handlowego. Walidacja oparta jest na metodologii Development Centre (DC) i dotyczy zarówno kompetencji miękkich, jak i twardych. Wyniki uzyskane w trakcie sesji DC stanowią podstawę certyfikacji. *Model* zakłada również różne formy uzupełniania tych kompetencji, co stanowi bardzo kompleksowe i spójne narzędzie możliwe do wykorzystania zarówno przez rynek pracy, jak i szkolnictwo.

Rys. 1. Elementy składające się na produkt finalny



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

*Model* w wersji projektowej (testowanie) zakłada dwukrotną realizację sesji DC i wystawienie certyfikatu po przeprowadzeniu drugiej sesji. W realnych warunkach możliwe będzie dokonanie certyfikacji już po przeprowadzeniu pierwszej sesji DC.

Projekt zakłada całościowe przetestowanie produktu.

W skład produktu będą wchodzić:

- **Produkt pośredni nr 1: Model walidacji i kształcenia kompetencji w zawodzie Sprzedawcy.**

Model służy określeniu poziomu posiadanych kompetencji zawodowych u osób z grupy 50+ w zawodzie Sprzedawcy. Efektem jest uzyskanie **Certyfikatu** potwierdzającego te kompetencje.

Punktem wyjścia do opracowania *Modelu* było stworzenie **profilu kompetencyjnego**. Jak pokazały badania przeprowadzone w ramach I etapu realizacji projektu zasadnym jest uwzględnienie w profilu zarówno **kompetencji miękkich** (obsługa klienta, opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych, komunikatywność), jak i **twardych** (obsługa komputera i Internetu, pakiet biurowy w pracy sprzedawcy).

Ponadto *Model* przyjmuje następującą definicję kompetencji: „**dyspozycje w zakresie wiedzy, umiejętności i postaw, pozwalające realizować zadania zawodowe na odpowiednim poziomie**”.

Bezpośrednio do pomiaru kompetencji wykorzystywane będą **skale obserwacyjne**.

Każda ze skal zawiera definicję kompetencji oraz wskaźniki kompetencji rozpisane na pięciu poziomach przyswojenia (od A/1 „poważne braki” do E/5 „ekspert”). W narzędziu tym kompetencje są opisywane poprzez zbiór charakterystycznych zachowań, które możemy zaobserwować w codziennym funkcjonowaniu zawodowym pracownika. Całość jest przedstawiona w postaci tabeli. Każdy kolejny wiersz w tabeli przedstawia opis jednej kategorii zachowania związanego z daną kompetencją.

Metodologia *Modelu* opiera się na najbardziej rzetelnym narzędziu pomiaru kompetencji, a mianowicie na metodzie **Development Centre (DC)**. Jest to wieloczynnikowe badanie kompetencji polegające na obserwowaniu osób w trakcie realizacji różnych zadań, głównie symulacyjnych. Obserwacji dokonuje wcześniej do tego przygotowany asesor, wyposażony w zobiektywizowane kryteria analizy i oceny uzyskiwanych informacji (skale obserwacyjne).

W ramach opracowywania narzędzi walidacji kompetencji przygotowano **5 skal obserwacyjnych** dotyczących **kompetencji miękkich** i **3 skale obserwacyjne** dotyczące **kompetencji twardych**. Dodatkowo powstały po dwa zestawy ćwiczeń symulacyjnych do wykorzystania w trakcie sesji DC zarówno dotyczącej kompetencji miękkich, jak i twardych. Ćwiczenia zostały w taki sposób przygotowane, że umożliwiają również dokonanie oceny poziomu niezbędnej wiedzy w ramach diagnozowania poszczególnych kompetencji. W związku z tym bezzasadnym jest uwzględnianie jeszcze dodatkowo testów wiedzy. Poza tym badania przeprowadzone w trakcie I etapu realizacji projektu wyraźnie wskazały, że najważniejsze dla pracodawców są umiejętności sprzedażowe, a w marginalnym zakresie zwracają oni uwagę na posiadaną wiedzę.

W ramach *Modelu* zostały opracowane harmonogramy dwóch jednodniowych sesji DC – w trakcie jednej będą diagnozowane kompetencje miękkie, a w trakcie drugiej kompetencje twarde. Każda osoba chcąca potwierdzić poziom posiadanych kompetencji powinna wziąć udział w obu sesjach. W ciągu 7-14 dni od przeprowadzenia sesji uczestnik otrzymuje **raport**

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

**indywidualny**, który opisuje zarówno mocne strony, jak i obszary do rozwoju. W ciągu kolejnych 14 dni przeprowadzana jest rozmowa feedbackowa, w trakcie której przekazywane są przez asesora informacje zwrotne dotyczące diagnozowanych kompetencji, a także omawiane są rekomendowane zarówno działania rozwojowe, jaki i formy rozwojowe.

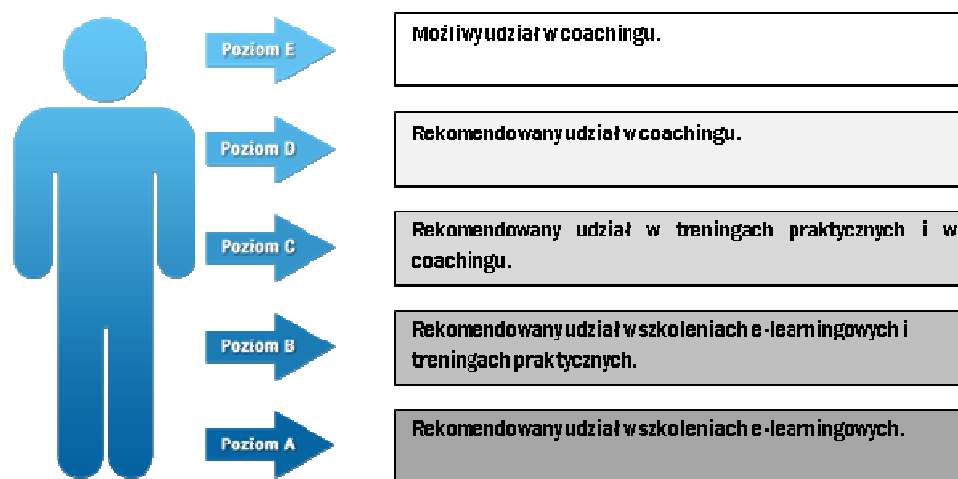
Rozmowa feedbackowa przeprowadzana jest zarówno z asesorem ds. kompetencji miękkich, jak i twardych. Każda część powinna trwać ok. 60 minut, co w sumie daje **dwugodzinne spotkanie** dotyczące przekazania informacji zwrotnych i zaplanowania działań rozwojowych.

W kolejnym etapie realizowane są zindywidualizowane działania rozwojowe w zależności od uzyskanych wyników. W ramach *Modelu* została opracowana oferta edukacyjna dostosowana do przyjętej 5-ciostopniowej skali oceny. W skład oferty wchodzi następujące formy działań rozwojowych:

- lekcje e-learningowe, które uzupełnią luki w wiedzy,
- treningi praktyczne, które uzupełnią luki w umiejętnościach,
- indywidualne sesje coachingu, które będą modelować poziom kompetencji w wybranych aspektach sytuacji zawodowych i będą umożliwiały pracę na postawach.

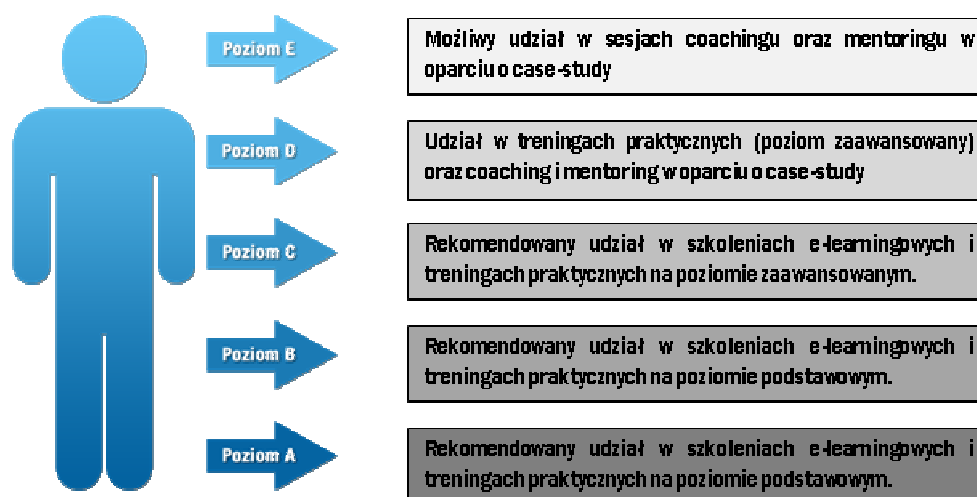
W ramach realizacji indywidualnych ścieżek rozwojowych będą rekomendowane uczestnikom procesu konkretne działania w zależności od zdiagnozowanych poziomów kompetencji.

Rys. 2. Schemat prezentujący algorytmy działań rozwojowych dla kompetencji miękkich.



## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Rys. 3. Schemat prezentujący algorytmy działań rozwojowych dla kompetencji twardych.



W trakcie trwania działań rozwojowych uczestnicy mogą korzystać z pomocy **indywidualnych opiekunów**, których zadaniem jest wspieranie uczestników w podejmowaniu kolejnych działań rozwojowych. Każda osoba może skorzystać z **ok. 4 godzin** takiego wsparcia, które uwzględnia zarówno bezpośrednie spotkania, jak i rozmowy telefoniczne/komunikację internetową.

Po zrealizowaniu wszystkich planowanych działań rozwojowych uczestnik podchodzi do następnej sesji DC, której konstrukcja wygląda tak samo jak w przypadku wstępnej sesji.

Wyniki uzyskane w trakcie tej sesji stają się podstawą do wystawienia Certyfikatu potwierdzającego poziom posiadanych kompetencji w zawodzie Sprzedawcy.

Model obejmuje szczegółową informację na temat procedury przyznawania Certyfikatu (Załącznik nr 4 do Opisu Produktu Finalnego).

- **Produkt pośredni nr 2: Model walidacji i kształcenia kompetencji w zawodzie Przedstawiciela handlowego.**

Model w konstrukcji jest taki sam jak *Model walidacji i kształcenia kompetencji w zawodzie Sprzedawcy*. Różni się jedynie kompetencjami, co w głównej mierze rzutuje tylko na aspekt tematyczny zadań dedykowanych na sesje DC, programów treningów, kursów e-learningowych czy sesji coachingowych. **Wszystkie założenia metodologiczne są takie same w obu Modelach.**

- **Produkt pośredni nr 3: Profile kompetencyjne dla zawodu sprzedawcy i przedstawiciela handlowego.**

Profile kompetencyjne stanowią fundament *Modelu*. Na podstawie profili zostały opracowane zadania developmentowe, programy treningowe i kursy e-learningowe.

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Podstawą opracowania profili w niniejszym modelu stały się badania przeprowadzone w ramach projektu<sup>1</sup>, których wyniki wyraźnie wskazały na **rozdzielenie zawodu sprzedawcy od zawodu przedstawiciela handlowego**.

W związku z tym przyjęto założenia, że zostaną opracowane dwa odrębne profile kompetencyjne:

- a) profil kompetencyjny dla zawodu **sprzedawcy**,
- b) profil kompetencyjny dla zawodu **przedstawiciela handlowego**.

Biorąc pod uwagę wymagania stanowiskowe i uniwersalny wymiar *Modelu* przyjęto, że zostaną opracowane trzy kompetencje twarde – jedna wspólna dla obu zawodów dotycząca ogólnej obsługi komputera i dwie oddzielnie dla każdego zawodu dotyczące wykorzystania aplikacji z pakietu biurowego.

Oba profile składają się więc z zestawu kompetencji miękkich i kompetencji twardych. Biorąc pod uwagę praktyczny wymiar modelu i jego łatwość wykorzystania przyjęto, że profile kompetencyjne będą obejmowały najbardziej kluczowe kompetencje.

Zostało również przyjęte, że każda kompetencja miękka będzie składać się z pięciu wskaźników behawioralnych, a każda kompetencja twarda z czterech wskaźników behawioralnych.

W przypadku kompetencji miękkich powyższa ilość rekomendowanych wskaźników wynika z praktycznego wymiaru tak zbudowanych skal obserwacyjnych. Zarówno większa, jak i mniejsza liczba wskaźników utrudniałaby rzetelne przeprowadzenie diagnozy kompetencji. W pierwszym przypadku trudno byłoby zaobserwować dużą ilość różnorodnych zachowań w trakcie sesji DC i wskaźniki zachodziłyby na siebie znaczeniowo, z kolei przy mniejszej liczbie zakres obserwowanych zachowań byłby zbyt ubogi i mógłby pomijać ważne obszary.

W przypadku kompetencji twardych ilość rekomendowanych wskaźników wynika zarówno z praktycznego wymiaru zbudowanych skal obserwacyjnych (wg opisu wyżej – dla kompetencji miękkich) jak i z metody selekcji wskaźników do opisu kompetencji. Do wskaźników w obu kompetencjach zostały wybrane te z elementów tematycznych opisanych w Syllabusie ECDL, które wpisują się w problematykę zadań zawodowych grupy docelowej (sprzedawców 50+ oraz przedstawicieli handlowych 50+).

### Profil kompetencyjny w zawodzie Sprzedawca

#### Kompetencje miękkie:

- Obsługa klienta
- Opanowanie w trudnych sytuacjach sprzedażowych
- Komunikatywność

#### Kompetencje twarde:

- Obsługa komputera i Internetu
- Pakiet biurowy w pracy sprzedawcy

<sup>1</sup> Raport zbiorczy z badań stanowi uzupełnienie niniejszego modelu.



## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### Profil kompetencyjny w zawodzie Przedstawiciel handlowy

#### Kompetencje miękkie:

- Proces sprzedaży
- Organizacja pracy w dążeniu do rezultatów
- Komunikatywność

#### Kompetencje twarde:

- Obsługa komputera i Internetu
- Pakiet biurowy w pracy przedstawiciela handlowego

- **Produkt pośredni nr 4: Procedura certyfikacji w zawodach handlowych.**

Procedura certyfikacji w zawodach handlowych stanowi w gruncie rzeczy najważniejszy element *Modelu*, dlatego też została wyodrębniona jako jeden z produktów pośrednich. We wniosku o dofinansowanie projektu, w produktach do upowszechniania zapisano, że zostaną opracowane dwie procedury certyfikacji oddzielnie dla każdego zawodu, niemniej przyjęto, że zostanie opracowana jedna taka procedura. Analiza wszystkich dostępnych danych i opracowanych w ramach niniejszego projektu materiałów na temat zawodu sprzedawcy i przedstawiciela handlowego pozwala wyciągnąć wnioski mówiące o tym, że zawodów tych nie różnicuje na poziomie procedury przeprowadzania certyfikacji kompetencji zawodowych. To, co się różni to profile kompetencyjne w zakresie konkretnych kompetencji i zadania zastosowane w procesie walidacji.

W ramach modelu będą wydawane następujące certyfikaty:

- **Certyfikat potwierdzający kompetencje w zawodzie Sprzedawca**

Certyfikat ten jest potwierdzeniem kompetencji w zakresie umiejętności skutecznej obsługi klienta.

- **Certyfikat potwierdzający kompetencje w zawodzie Przedstawiciel handlowy**

Certyfikat ten jest potwierdzeniem kompetencji w zakresie umiejętności skutecznej sprzedaży i pozyskiwania klienta.

Model przewiduje wydanie certyfikatu w **dwóch trybach**.

1. Certyfikat wydawany jest na podstawie wyników uzyskanych w trakcie sesji Development Centre i zawiera opis zdiagnozowanych poziomów kompetencji.
2. Certyfikat wydawany jest wraz z Suplementem. Certyfikat wydawany jest na podstawie wyników uzyskanych w trakcie sesji Development Centre i zawiera opis zdiagnozowanych poziomów kompetencji. Suplement uwzględnia opis zindywidualizowanych działań rozwojowych, w których dana osoba brała udział.

Osoba zainteresowana otrzymaniem Certyfikatu potwierdzającego posiadane kompetencje w zawodzie sprzedawca/przedstawiciel handlowy, zobowiązana jest:

- do złożenia w jednostce certyfikującej formularza zgłoszeniowego,
- wzięcia udziału w pełnej sesji Development Centre (dot. kompetencji miękkich i twardych).

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Jednostką certyfikującą może zostać każda organizacja z grupy potencjalnych użytkowników dysponująca odpowiednimi zasobami lokalowymi i osobowymi według standardów opisanych w rozdziale 7 w opisie Modelu.

Certyfikat będzie wydawany bezterminowo.

W trakcie testowania modelu jednostkami certyfikującymi będzie ProFirma Sp. z o.o. wraz z Fundacją Gospodarczą.

- **Produkt pośredni nr 5: Podręcznik opisujący model wraz z instrukcją stosowania.**

Kolejnym produktem pośrednim jest podręcznik, który w przejrzysty sposób opisuje kompleksowo cały model, począwszy od organizacji sesji Development Centre, poprzez sesje feedbackowe, zindywidualizowane działania rozwojowe, skończywszy na procedurze certyfikacji. W podręczniku można znaleźć dokładny opis zadań wykorzystywanych w trakcie sesji Development Centre, opis ról pełnionych przez asesorów, prowadzącego sesję, opis standardów dotyczących pomieszczeń wykorzystywanych w trakcie sesji DC bądź w trakcie realizacji działań rozwojowych, a także wymagań kwalifikacyjnych dla realizatorów.

Podręcznik napisany jest bardzo przystępnym językiem, co przyczynia się do jego wysokiej skuteczności.

- **Produkt pośredni nr 6: Broszura informacyjna dla uczestników procesu.**

Broszura informacyjna stanowi kompendium informacji na temat modelu walidacji i uzupełniania kompetencji oraz samego procesu testowania, który będzie realizowany w kolejnym etapie realizacji projektu. Jej głównym celem jest upowszechnianie informacji na temat nowego narzędzia, głównie w grupie osób 50+.

Broszura zostanie wydrukowana w 80 egzemplarzach i będzie rozdawana przede wszystkim osobom biorącym udział w rekrutacji do procesu testowania.

Realizatorzy planują opracować jeszcze jeden **produkt** – **narzędzie do samooceny kompetencji** (pismo w tej sprawie rozpatrywane jest przez DEFS), który nie był uwzględniony we wniosku o dofinansowanie. Na portalu projektu zamieszczone zostanie narzędzie on-line do samooceny kompetencji niezbędnych w zawodzie handlowca (sprzedawcy i przedstawiciela handlowego). Przygotowany test będzie obejmował kompetencje, składające się na pożądany profil zawodowy na stanowisku sprzedawcy i przedstawiciela handlowego, opracowany w ramach modelu. Narzędzie to będzie miało na celu upowszechnianie wypracowanego modelu i zachęcenie potencjalnych uczestników fazy testowania do udziału w projekcie. Tym co wyróżnia narzędzie na tle tradycyjnych form upowszechniania jest interaktywny charakter oraz aspekt psychologiczny związany z zaspokojeniem naturalnej skłonności do zdobywania wiedzy o sobie. Pozwoli to zwiększyć zainteresowanie projektem wśród późniejszych potencjalnych użytkowników wypracowanego *Modelu*. Ponadto narzędzie to może być wykorzystywane na poziomie rekrutacji, w celu zwrócenia uwagi na potrzebę rozwijania i potwierdzania swoich kompetencji.

Narzędzie opierać się będzie na profesjonalnie skonstruowanych testach kompetencyjnych.

Testy kompetencji będą testami „oceny sytuacji”. Wymagają od badanego zrozumienia wybranych sytuacji zawodowych oraz przewidzenia konsekwencji proponowanych rozwiązań.

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Konstrukcja *Modelu* pozwala na jego replikację w całości lub w części przez publiczne służby zatrudnienia, instytucje rynku pracy, firmy szkoleniowo-doradcze.

### Produkt jest innowacyjny w wymiarze formy wsparcia.

Projekt zakłada opracowanie i wykorzystanie modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych nabytych poza kształceniem formalnym, co stanowi nową usługę w zakresie LifeLong Learning (LLL). Model ten nie ma swojego odpowiednika na rynku. W związku z tym ten wymiar innowacyjności został uznany za wiodący.

Podejście różni się od obecnych na rynku tym, że kładzie główny nacisk na weryfikację posiadanych umiejętności i na jej podstawie uzupełnianie luk kompetencyjnych. Wygenerowany przez projekt produkt będzie stanowić nową usługę, która dzięki swojej wystandaryzowanej formie będzie oddzielnym, samoistnym, replikowanym procesem. Przystąpienie do takiego procesu umożliwi uzyskanie potwierdzenia wiedzy i umiejętności w danym zawodzie, nabytych w praktyce. Dzięki czemu poddane procesowi walidacji osoby będą bardziej wiarygodne i mobilne na rynku pracy. Będzie to w dużym stopniu wpływać na wzrost adaptacyjności i mobilności pracowników – uzyskają w ten sposób szansę na awans, utrzymanie lub zmianę zatrudnienia, bezrobotni na znalezienie pracy. Dodatkowo specyfika tego *Modelu* znacznie wpływa na wzrost motywacji do dalszego rozwoju. W tym kontekście walidacja efektów uczenia się na bazie doświadczenia może być wykorzystywana, jako instrument poprawy sytuacji na rynku pracy grup defaworyzowanych.

### Produkt jest innowacyjny w wymiarze problemu.

W obowiązujących w Polsce rozwiązaniach systemowych nie ma możliwości formalnego uznawania kwalifikacji zawodowych nabytych w toku edukacji nieformalnej i pozaformalnej. Oferta kształcenia w zawodach handlowych dostępna na rynku nie ma określonych ram programowych umożliwiających rzetelne porównywanie uzyskanych certyfikatów i dyplomów. Według dokumentu, przygotowanego przez Komisję Europejską dotyczącą zaleceń odnośnie walidacji uczenia się pozaformalnego i nieformalnego, postępy w dziedzinie walidacji są nierówne, nieregularne i powolne w skali całej Europy, ale bardzo **potrzebne**. W obecnej sytuacji rosnącego bezrobocia, wydłużania wieku emerytalnego i braku stabilnego wzrostu gospodarczego szczególnie „pilne staje się wykorzystywanie nowych możliwości pozaformalnego uczenia się oraz zdobytych w ten sposób umiejętności”<sup>2</sup>. Proponowany proces walidacji daje szansę wszystkim osobom (w tym przypadkiem przedstawicielom zawodów handlowych) zaprezentować to, czego nauczyli się poza szkołą, i wykorzystać to w dalszej karierze lub nauce, co do tej pory nie jest powszechnie realizowane. Proponowane rozwiązanie doskonale współgra również z celami zawartymi w strategii „Europa 2020”, z programem na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia.

Ponadto model walidacji idealnie wpisuje się w trwający wciąż proces opracowywania Krajowej Ramy Kwalifikacji. W wyniku tego procesu kwalifikacje staną się lepiej porównywalne i łatwiejsze do zrozumienia dla pracodawców, instytucji edukacyjnych, pracowników i osób uczących się. Obecnie jednak brakuje narzędzi, które będą umożliwiły dokonywanie takich porównań. Modele walidacji i uzupełniania kompetencji możemy traktować jako jedno z narzędzi wypełniające tę lukę, gdyż stanowi spójną procedurę oceny i uznawania osiągnięć osób

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-policy/doc/informal/proposal2012\\_pl.pdf](http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-policy/doc/informal/proposal2012_pl.pdf) - Wniosek - Zalecenie Rady w sprawie walidacji uczenia się pozaformalnego i nieformalnego

**Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego**

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

50+, niezależnie od miejsca, sposobu i czasu uczenia się. Walidację należy postrzegać jako integralną część krajowych systemów kwalifikacji.

### **Produkt jest innowacyjny w wymiarze grupy docelowej.**

Grupa docelową produktu są osoby 50+ posiadające wiedzę i umiejętności w zawodzie sprzedawcy bądź przedstawiciela handlowego nabyte poza kształceniem formalnym. Osoby te nie były dotychczas wspierane w tym zakresie. Dzięki udziałowi w walidacji osoby z grupy 50+ mają szansę oficjalnego potwierdzenia swoich umiejętności. Jest to istotne dla ich pozycji zawodowej i utrzymania się na obecnym trudnym rynku pracy szczególnie dla tej grupy wiekowej. Tym bardziej ma to znaczenie w kontekście planowanego wydłużenia wieku emerytalnego. Aktualnie, w celu zdobycia certyfikatu potwierdzającego posiadane kwalifikacje zawodowe muszą uczestniczyć w pełnym szkoleniu, pomimo, że już w momencie jego rozpoczęcia posiadają odpowiednią wiedzę i umiejętności. Takie rozwiązanie to ewidentne marnotrawstwo czasu i zasobów, któremu nie sposób zapobiec bez wprowadzenia rozwiązań umożliwiających walidację kompetencji nieformalnych. To właśnie pod tym kątem należy rozpatrywać efektywność nowego narzędzia.

### **3.2. Grupy docelowe projektu**

Grupy docelowe projektu zostały określone zarówno w odniesieniu do użytkowników, jak i odbiorców, w trzech następujących wymiarach:

- wymiar testowania,
- wymiar docelowy,
- wymiar upowszechniania i włączania.

#### **Użytkownicy, którzy mogą zastosować innowację**

- W wymiarze docelowym użytkownikami są pracownicy instytucji rynku pracy w województwie pomorskim:
  - publicznych służb zatrudnienia,
  - agencji zatrudnienia,
  - instytucji szkoleniowych (publicznych i niepublicznych podmiotów prowadzących na podstawie odrębnych przepisów edukację pozaszkolną),
  - instytucji dialogu społecznego (organizacji związków zawodowych, pracodawców i bezrobotnych oraz organizacji pozarządowych),a także:
  - firmy i instytucje związane z branżą handlową (bezpośrednio pracownicy działów personalnych)
- W wymiarze testowania, użytkownikami są pracownicy partnerów projektu oraz instytucji rynku pracy w liczbie 12 osób.

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

- W wymiarze upowszechniania użytkownikami są pracownicy instytucji rynku pracy oraz firm i instytucji związanych z branżą handlową w liczbie 110 osób.

### **Odbiorcy, dla których dedykowana jest innowacja**

- W wymiarze docelowym są to osoby 50+ zamieszkujące w województwie pomorskim, które są zainteresowane potwierdzeniem i uzupełnieniem kompetencji w zawodach: sprzedawca i przedstawiciel handlowy. Według danych z GUS z 31.12.2011 w handlu zatrudnione były 97 234 osoby, co stanowiło 16,8 % ogółu zatrudnionych, z czego ok. 25% to osoby w wieku powyżej 45 lat (wg. raportu „Szanse i bariery zatrudniania osób w wieku 45+”).
- W wymiarze testowania są to osoby pracujące i niepracujące 50+ zainteresowane potwierdzeniem i uzupełnieniem kompetencji w zawodach: sprzedawca i przedstawiciel handlowy, mieszkające w województwie pomorskim. Zakłada się udział 30 osób chcących otrzymać certyfikat w zawodzie sprzedawcy i 30 osób chcących otrzymać certyfikat w zawodzie przedstawiciela handlowego. Liczby te wynikają z obranej metody walidacji w formie sesji Development Centre.
- W wymiarze upowszechniania są to osoby 50+, które w ramach pracy nad powstającym modelem uczestniczą w panelach eksperckich (2 osoby). Zakłada się również udział 60 osób z grupy 50 + w konferencji upowszechniającej.

### **3.3. Warunki, które trzeba spełnić, by innowacja działała właściwie.**

Właściwe działanie innowacji będzie możliwe do oceny po zakończeniu fazy testów. Na obecnym etapie wydaje się, że głównym czynnikiem warunkującym efektywne wykorzystanie zaproponowanej innowacji jest przekonanie osób z grupy 50+ z kompetencjami handlowymi, że uzyskanie Certyfikatu potwierdzającego ich posiadanie pozwoli im na zwiększenie swojej atrakcyjności na rynku pracy. Ponadto duże znaczenie ma w tej kwestii podejście pracodawców do tematu certyfikacji. Ich zainteresowanie certyfikacją w obszarze kompetencji zawodowych jest kluczowym czynnikiem motywującym odbiorców do podejmowania działań w kierunku uzyskania oficjalnego potwierdzenia posiadanej wiedzy i umiejętności.

Firmy i instytucje zainteresowane implementacją modelu, będą mogły go pobrać ze strony projektu [www.akademiahandlowa.pl](http://www.akademiahandlowa.pl). Zakłada się, że po zakończeniu projektu witryna stanie się podstroną jednego z partnerów, co wpłynie na trwałość produktu.

### **Warunkami niezbędnymi do właściwego działania innowacji po stronie użytkowników będą:**

- szerokie informowanie osób 50+ o możliwości skorzystania z innowacyjnego narzędzia,
- właściwe dobranie kadry realizującej poszczególne działania (szczegóły w Załączniku nr 1 i 2 do Opisu Produktu Finalnego),
- dysponowanie odpowiednim zapleczem lokalowym i sprzętowym (szczegóły w Załączniku nr 1 i 2 do Opisu Produktu Finalnego).

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

**Warunkami niezbędnymi do prawidłowego działania innowacji po stronie odbiorców będą:**

- uzyskanie informacji o możliwości potwierdzenia swoich kompetencji w zawodach handlowych i otrzymaniu Certyfikatu
- motywacja do podsumowania kompetencji zawodowych i określenia luk, obszarów do rozwoju i zaplanowania stosownych działań,
- chęć rozwijania kompetencji zawodowych i poszerzania zdobytej już wiedzy z zakresu sprzedaży,

**Warunkami, które muszą spełnić twórcy - realizatorzy innowacyjnego modelu wsparcia będą:**

- wypracowanie wysokiej jakości innowacyjnego produktu finalnego, uwzględniającego wyniki testowania wstępnej wersji produktu, ewaluacji zewnętrznej i realizacji zasady empowerment,
- opracowanie adekwatnego do potrzeb zarówno odbiorców i użytkowników modelu prowadzenia szkoleń i doradztwa,
- osiągnięcie zakładanej skuteczności działania projektu w fazie testowania,
- przeprowadzenie szerokich działań upowszechniających i włączających dostosowanych do kluczowych interesariuszy,
- utrzymywanie i aktualizowanie danych zawartych na stronie internetowej.

Dodatkowo należy zwrócić uwagę na konieczność prowadzenia działań promujących Certyfikat wśród pracodawców zatrudniających sprzedawców i przedstawicieli handlowych. Dopiero sytuacja, w której pracodawcy będą rozpoznawali ten Certyfikat pozwoli na pełne jego wykorzystanie.

**Zastosowanie produktu finalnego w praktyce nie wymaga większych zmian organizacyjnych, ani prawnych, wdrożenie go nie jest skomplikowane i w dużym stopniu może zależeć od gotowości firm zatrudniających sprzedawców i przedstawicieli handlowych bądź instytucji rynku pracy do zaimplementowania tego rozwiązania.**

**Wdrożenie Modelu w perspektywie czasowej.**

Czas potrzebny na zaimplementowanie rozwiązania zależy od potencjału firmy/instytucji, którym dana organizacja dysponuje. Przy założeniu, że organizacja zainteresowana wdrożeniem Modelu spełnia wszystkie standardy dotyczące zasobów, zarówno kadrowych, jak i lokalowych, samo przygotowanie do realizacji działań developmentowych może trwać **ok. 3 tygodni**.

**Okres ten obejmuje:**

- merytoryczne przygotowanie asesorów we własnym zakresie: zapoznanie się z podręcznikiem, ze skalami, zrozumienie wszystkich diagnozowanych wskaźników, poznanie zadań developmentowych, przeanalizowanie roli asesora.
- przygotowanie się osoby prowadzącej sesję DC: zapoznanie się z zadaniami, z harmonogramem sesji,
- dwudniowe szkolenie dla asesorów z całej metodologii Modelu w zakresie sesji DC,

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

- przygotowanie materiałów niezbędnych do przeprowadzenia sesji DC,
- przygotowanie sal i sprzętu niezbędnego do przeprowadzenia sesji (laptopy, kamery).

Z kolei jednorazowy cykl uwzględniający przeprowadzenie sesji DC, opracowanie raportu i realizację spotkania feedbackowego będzie trwał maksymalnie **4 tygodnie**:

- w ciągu maksymalnie 14 dni od przeprowadzenia sesji DC zostaje opracowany raport,
- w ciągu kolejnych 14 dni od przesłania raportu uczestnikowi sesji, przeprowadzana jest rozmowa feedbackowa.

Wskazane powyżej terminy są terminami maksymalnymi, a działania mogą być realizowane wcześniej, przy czym należy pamiętać, że pomiędzy przekazaniem raportu a organizacją spotkania feedbackowego powinno być ok. 4 dni odstępu. Jest to istotne z punktu widzenia możliwości przemyślenia wyników przez uczestnika sesji.

Perspektywa czasowa w przypadku realizacji działań rozwojowych jest trudniejsza do określenia, ponieważ zależy od form, które się realizuje.

Można jedynie uwzględnić czas trwania jednostkowych działań:

- czas trwania jednego treningu: 2 dni x 8 godzin dydaktycznych,
- czas trwania coachingu w cyklu: 5 spotkań po 2 godziny zegarowe realizowane średnio co 1 – 2 tygodnie,
- czas trwania jednego kursu e-learningowego: 8 godzin zegarowych.

Z kolei procedura Certyfikacji przewiduje maksymalnie 4 tygodniowy czas oczekiwania na Certyfikat od zrealizowania sesji DC.

### Wdrożenie *Modelu* w perspektywie finansowej.

Wdrożenie całego *Modelu* nie powinno generować znaczących kosztów, przy uwzględnieniu, że organizacja, która implementuje produkt:

- dysponuje własnymi salami i niezbędnym sprzętem (nie będą generowane koszty związanych z wynajmem sal),
- dysponuje odpowiednimi zasobami ludzkimi, które mogą realizować działania w ramach obowiązków zawodowych i pełnionych etatów.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Jeżeli chcielibyśmy określić pewne koszty, to ich szacunki będą wyglądać następująco:

Udział w pełnej sesji DC (koszt na jedną osobę):	ok. 1 000 PLN (z uwzględnieniem raportu i spotkania feedbackowego, bez kosztów wynajmu sali i cateringu)
Udział w treningu praktycznym (koszt na jedną osobę)	ok. 400 PLN przy uwzględnieniu 12 osób w grupie i średniej stawce godzinowej dla trenera 125 PLN wraz z kosztami logistycznymi
Cykl sesji coachingowych 10 godzin – 5 spotkań (koszt na jedną osobę):	1 500 PLN – 2 000 PLN
Jeden kurs e-learningowy:	bezkosztowo - opracowane w ramach realizacji Projektu
Wsparcie indywidualnego opiekuna (uwzględniono 4 godziny przypadające na jedną osobę):	ok. 400 PLN
Wydanie jednego certyfikatu (koszt na jedną osobę):	ok. 25 PLN
<b>Przykładowy koszt dwukrotnej diagnozy i uzupełniania kompetencji w formie 3 treningów i jednego cyklu sesji coachingowych</b>	<b>5 100 PLN</b>

W celach szacowania kosztów można uwzględnić następujące koszty logistyczne w przypadku nie dysponowania własnymi zasobami:

- średni koszt wynajmu sali – ok. 600 PLN
- średni jednostkowy koszt cateringu – ok. 60 PLN

Dodatkowo należałoby uwzględnić szacunkowy koszt **szkolenia dla asesorów**. Przy założeniu, że w szkoleniu bierze udział 10 osób to koszt szkolenie na jedną osobę będzie wynosić ok. 450 PLN.

### 3.4. Efekty zastosowania innowacji.

Analizując efekty, jakie może przynieść wdrożenie *Modelu* należy uwzględnić zarówno perspektywę samych odbiorców, użytkowników, jak i całego systemu kształcenia oraz rynku pracy.

#### Efekty dla odbiorców:

- rzetelna weryfikacja poziomu posiadanych kompetencji sprzedażowych/handlowych,
- możliwość otrzymania Certyfikatu potwierdzającego poziom posiadanych kompetencji nabytych poza formalnym systemem kształcenia,
- dostęp do zindywidualizowanej oferty edukacyjnej, która skupia się na efektywności proponowanych programów,
- wzrost mobilności, adaptacyjności i atrakcyjności grupy 50+ na rynku pracy,
- poszerzenie samoświadomości w zakresie posiadanych kompetencji rozumianych jako wypadkowa wiedzy, umiejętności i postaw,

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*



## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

- uaktywnienie motywacji do dalszego rozwoju zawodowego,
- wzrost świadomości i poczucia sensu podnoszenia kwalifikacji przez LLL
- przy uwzględnieniu osób bezrobotnych możliwość szybkiego i skutecznego przekwalifikowania.

### **Efekty dla użytkowników:**

- poszerzenie repertuaru działań ukierunkowanych na aktywizację osób zagrożonych bezrobociem o zupełnie nowe, atrakcyjne narzędzie,
- zwiększenie konkurencyjności pomiędzy instytucjami rynku pracy zarówno w zakresie proponowanej oferty, jak i osiągniętej skuteczności działań.
- poszerzenie doświadczenia zawodowego bezpośrednich realizatorów (np. doradcy zawodowi, konsultanci, trenerzy, specjaliści ds. personalny) o możliwość pracy według nowoczesnych metod – Development Centre, coaching, treningi praktyczne
- ograniczenie kosztów rekrutacji ponoszonych przez pracodawców (możliwość dokonania trafnej selekcji bez ponoszenia kosztów realizacji sesji Assessment Centre, a jedynie opartej na analizie Certyfikatów posiadanych przez potencjalnych kandydatów do pracy).

### **Efekty w wymiarze globalnym (szkolnictwo, rynek pracy)**

- integracja i upowszechnienie wiedzy na temat posiadanych i pożądanых przez rynek pracy kompetencji w zawodach handlowych,
- rozszerzenie oferty kształcenia ustawicznego o innowacyjne metody dostosowane do potrzeb osób 50+ (e-learning, coaching, sesje DC, treningi praktyczne),
- dostęp do kompleksowego i jednocześnie bardzo czytelnego narzędzia opartego na profilach zawodowych, które porządkują wiedzę i ukierunkowują w przypadku ewentualnych modyfikacji w przyszłości,
- podniesienie jakości i atrakcyjności kształcenia zawodowego,
- zmniejszenie liczby osób, szczególnie z grupy 50+, zagrożonych wykluczeniem z rynku pracy.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

Zgodnie z wnioskiem o dofinansowanie, testowanie będzie odbywać się w Gdyni, za zadanie to odpowiedzialna jest ProFirma, z pomocą Fundacji Gospodarczej. Miejsca przeprowadzenia testowania dobrane zostaną tak, aby znajdowały się na głównych szlakach komunikacyjnych, a tym samym umożliwiły korzystny dojazd osobom z całego województwa pomorskiego.

#### 4.1. Rekrutacja użytkowników i odbiorców, którzy wezmą udział w testowaniu

Uczestnikami testowania będą osoby pracujące oraz niepracujące, legitymujące się co najmniej rocznym doświadczeniem w handlu, zamieszkałe na terenie całego województwa pomorskiego. Zgodnie z założeniami wniosku o dofinansowanie, w testowaniu weźmie udział 60 osób (40K/20M) zainteresowanych potwierdzeniem i uzupełnianiem kompetencji w zawodach: sprzedawca (30 os.) i przedstawiciel handlowy (30os.). Liczebność grupy testowej wynika z obranej metody walidacji kompetencji (DC) i pozwala na wyciągnięcie odpowiednich wniosków, opracowanie wyników i stworzenie ostatecznej wersji modelu. Przyjęta proporcja K/M wynika ze zidentyfikowanych barier na które napotykały kobiety – większa potrzeba potwierdzania kwalifikacji.

Liczba osób jest możliwa do pozyskania, gdyż jak pokazują statystyki, ilość osób zatrudnionych w handlu jest wysoka - 96 753 os. (15,9% ogółu pracujących) według GUS 04.2011, z czego około 25% (11%K/14%M) to osoby w wieku po 45 r.ż. - raport „Szanse i bariery zatrudnienia osób w wieku 45+” (brak danych o 50+). Zakładamy, że uczestnicy testowania, będą posiadać co najmniej roczne doświadczenie w handlu, ale aktualnie mogą pracować także w innych sektorach rynku, co zwiększa liczbę potencjalnych zainteresowanych.

O uczestnictwie w projekcie decydować będzie kolejność zgłoszeń. Promocja działań projektowych wraz z informacją o rozpoczęciu rekrutacji zostanie zamieszczona na internetowej stronie projektu, będą o niej informować również przedstawiciele Partnerów. Dodatkowo w prasie o zasięgu wojewódzkim ukażą się upowszechniające ogłoszenia prasowe informujące o produkcie i zapraszające do współpracy potencjalnych odbiorców.

W siedzibie Fundacji Gospodarczej uruchomiony zostanie punkt rekrutacyjny, gdzie przyjmowane będą formularze zgłoszeniowe oraz dokonana zostanie weryfikacja kryteriów formalnych, zgodnie z regulaminem rekrutacji (Załącznik nr 8 do Opisu Produktu Finalnego). Za proces rekrutacji odpowiedzialny będzie specjalista ds. rekrutacji FG, którego zadaniem będzie indywidualna rozmowa z pierwszymi 60 osobami, mająca na celu weryfikację ich motywacji, dyspozycyjności czasowej umożliwiającej uczestnictwo zarówno w sesjach DC jak i działaniach rozwojowych. Stworzona zostanie również lista osób rezerwowych. Dodatkowo na czas trwania testowania, przewidziane jest zatrudnienie opiekunów indywidualnych uczestników programów rozwojowych, którzy będą wspierać udział odbiorców w całym okresie testowania.

Użytkownicy będą rekrutowani zgodnie z kryteriami kompetencyjnymi opisanymi szczegółowo w modelu, w trybie realizacji zapytania ofertowego, które zostanie zamieszczone do publicznej informacji na stronie partnera ProFirma i stronie projektowej. Informacja na temat rekrutacji asesorów - obserwatorów zostanie umieszczona na stronie projektowej i stronach partnerów, zostaną również przesłane informacje bezpośrednio do potencjalnych zainteresowanych (np. pracowników publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia). Osoby chętne będą przysyłały zgłoszenia do partnera ProFirma, który dokona wyboru w oparciu o kryteria kompetencyjne wg standardów z modelu. W przypadku bardzo dużej ilości zgłoszeń, będzie również decydować ich kolejność.

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### 4.2. Opis przebiegu testowania

Proces testowania będzie składał się z 3 głównych faz:

- Przygotowanie do testowania (II 2013 r. – V 2013 r.)
- Testowanie właściwe ( III 2013 r. – IX 2013 r.)
- Podsumowanie testowania (V 2013 r. – X 2013 r.)

Fazy te nie następują po sobie, ale są realizowane równolegle. Jest to działanie zamierzone, gdyż testowanie właściwe może rozpocząć się z chwilą zrekrutowania pierwszych odbiorców. Realizacja takich założeń jest możliwa, z tego względu, że testowanie właściwe rozpoczyna się od realizacji kilkusobowych sesji Development Centre i nie jest konieczne włączenie od razu pełniej 60-osobowej grupy do procesu.

Dopiero planowanie działań rozwojowych opartych na wynikach sesji Development Centre wymaga uwzględnienia wszystkich osób zaplanowanych do udziału w testowaniu modelu.

Działania związane z podsumowaniem testowania będą realizowane równolegle do fazy testowania właściwego, z uwagi na możliwość bieżącej obserwacji procesu i możliwość wprowadzania ewentualnych modyfikacji w modelu, poprawiania go, aby był bardziej użyteczny.

**W trakcie prac nad opracowaniem modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+ uznano za konieczne wprowadzenie do programu testowania szkolenia dla asesorów biorących udział w testowaniu. Szkolenie to nie było pierwotnie uwzględnione we wniosku o dofinansowanie projektu, niemniej konsultacje z potencjalnymi użytkownikami w trakcie konferencji otwierającej czy też panelu ekspertów wskazały na zasadność rozszerzenia modelu i testowania o ten element.** Takie działanie wydaje się być uzasadnione z dwóch powodów. Po pierwsze, celem nadrzędnym testowania jest sprawdzenie *Modelu*, więc bardzo ważne jest, żeby asesorzy znali dokładnie profile kompetencyjne, rozumieli skale i uwzględniali specyfikę osób 50+ w swojej pracy, szczególnie na etapie udzielania feedbacków. Po drugie, zakładamy, że asesorami będą osoby, które nie muszą mieć doświadczeń w pracy według metodologii Development Centre, więc takie szkolenie przybliży im jej założenia, ale także uwrażliwi na wyłapywanie ewentualnych błędów w tej części modelu (np. niewłaściwie dopasowanie zadań developmentowych do odbiorców). W związku z tym planowane jest przeprowadzenie **dwudniowego szkolenia** w fazie przygotowawczej do testowania.

#### 4.2.1. Przygotowanie do testowania

Pierwszą fazą będzie tzw. przygotowanie do testowania. Faza ta rozpocznie się z początkiem II Etapu realizacji projektu (II 2013 r.) utworzeniem zespołu testującego. W tym samym czasie zostaną przeprowadzone prace związane z logistycznym zabezpieczeniem procesu testowania (wybór dostawcy sal, cateringu, itp.). W tej fazie zostanie również przeprowadzone dwudniowe szkolenie dla asesorów i osób prowadzących sesje Development Centre. Przygotowanie do testowania zakończy się z chwilą zrekrutowania wszystkich odbiorców (V 2013 r.).

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

Poniżej znajduje się bardziej szczegółowy opis tej fazy testowania:

### **Utworzenie zespołu testującego (II/III 2013r.).**

W związku z koniecznością zapewnienia ciągłości prac związanych z testowaniem zakłada się uwzględnienie większej liczby osób realizujących poszczególne działania w celu zabezpieczenia ewentualnej rotacji personelu.

W skład zespołu wejdą:

- 4 – 8 asesorów ds. kompetencji miękkich i twardych dokonujących walidacji kompetencji w trakcie sesji Development Centre,
- 2 – 4 asesorów–obserwatorów,
- 2 – 3 prowadzących sesje Development Centre
- 4 – 5 trenerów prowadzących szkolenia z zakresu kompetencji miękkich i twardych,
- 4 – 5 coachów prowadzących indywidualne sesje coachingowe,
- 6 – 8 doradców indywidualnych wspierających uczestników testowania w trakcie realizacji indywidualnych programów rozwojowych.

Za utworzenie zespołu testującego odpowiada Partner ProFirma Sp. z o.o., która przeprowadzi rekrutację mającą na celu wytypowanie osób o odpowiednich kwalifikacjach i kompetencjach, zgodnych ze standardami opisanymi w modelu (kryteria dotyczą posiadania odpowiedniego wykształcenia, doświadczenia zawodowego, umiejętności). Ze względu na grupę docelową projektu przy rekrutacji preferowane będą osoby mające doświadczenie w pracy z osobami 50+. Wśród zespołu testującego znajdzie się 12 przedstawicieli potencjalnych użytkowników.

### **Rekrutacja odbiorców – 4 miesiące (II 2013 r. – V 2013 r.)**

Sposób rekrutacji odbiorców został opisany w punkcie 4.1. Strategii. Działania informacyjno-upowszechniające rozpoczną się wraz z rozpoczęciem całego II Etapu realizacji projektu, czyli w II 2013 r.. Pod koniec II 2013 r. planowane jest rozpoczęcie rekrutacji właściwej. Niemniej w okresie pierwszych 2 miesięcy II etapu będą realizowane działania informacyjno-upowszechniające, a właściwe testowanie rozpocznie się od III 2013 r.

Rekrutacja odbiorców będzie miała charakter ciągły. Jej celem będzie zapewnienie udziału 60 osób 50+ do procesu testowania.

### **Szkolenie dla asesorów przygotowujące do udziału w sesjach Development Centre – 16 godzin dydaktycznych (II/III 2013 r.)**

Z uwagi na rozpoczęcie pracy z odbiorcami w ramach testowania produktu w III 2013 r., na przełom lutego i marca zaplanowano szkolenie dla asesorów biorących udział w procesie testowania. Szkolenie przeprowadzą osoby posiadające odpowiednią wiedzę i kompetencje z zakresu metodologii Development Centre i produktu. Planuje się, że będzie to konsultant ProFirmy we współpracy z Ekspertem wiodącym ds. modelu.

Celem tego działania jest właściwe przygotowanie asesorów do pracy według założeń zawartych w *Modelu*, a także zwrócenie uwagi na konieczność wyłapywania błędów podczas testowania.

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### 4.2.2. Testowanie właściwe

W ramach tego działania 60 odbiorców weźmie udział w całym cyklu działań związanych z walidacją i uzupełnianiem kompetencji zawodowych. Program testowania uwzględni udział 30 osób chcących otrzymać potwierdzenie posiadania kompetencji w zawodzie sprzedawcy i 30 osób chcących otrzymać potwierdzenie posiadania kompetencji w zawodzie przedstawiciela handlowego. Rozróżnienie to wiąże się z realizacją poszczególnych elementów modelu odrębnie, gdyż wynika to z różnych profili kompetencyjnych. Zakłada się jednak, że wszystkie działania w obrębie potwierdzania i uzupełniania kompetencji w obu zawodach będą przeprowadzane równolegle.

Poniżej znajduje się bardziej szczegółowy opis testowania.

#### Wstępne sesje Development Centre (III 2013 r. – V 2013 r.)

Sesje Development Centre będą realizowane odrębnie dla kompetencji miękkich i twardych.

##### Sesje DC dotyczące kompetencji miękkich:

- Uczestnicy sesji dotyczącej kompetencji miękkich będą proszeni o udział w różnych symulacjach opartych o specyfikę pracy sprzedawcy i przedstawiciela handlowego w formie zadań grupowych, ale przede wszystkim zadań indywidualnych.
- W sesji dotyczącej walidacji kompetencji miękkich może wziąć udział minimum 3 uczestników, niemniej konstrukcja sesji pozwala na duplikowanie tej ilości uczestników.
- Jeden asesor będzie oceniał maksymalnie dwie osoby. Cała sesja będzie rejestrowana na cyfrowych kamerach video, celem zwiększenia rzetelności wyników poprzez omówienie w zespole asesorskim diagnozowanych kompetencji. Dodatkowo w sesjach będą brać udział asesorzy-obszernicy. Zakłada się udział minimum jednego asesora-obszernicy w przynajmniej 5 sesjach DC.
- W zależności od dyspozycyjności asesorów i postępu rekrutacji ciągłej, planuje się zorganizowanie maksymalnie 20 sesji DC, a minimalnie 10 sesji DC.
- Sesja będzie realizowana w ciągu jednego dnia (ok. 6 godzin zegarowych).

##### Sesje DC dotyczące kompetencji twardych:

- Uczestnicy sesji dotyczącej kompetencji twardych będą indywidualnie wykonywać poszczególne zadania na komputerze.
- W sesji może wziąć udział minimum 3 uczestników, niemniej konstrukcja sesji pozwala na duplikowanie tej ilości uczestników.
- Jeden asesor może oceniać maksymalnie trzy osoby. Cała sesja będzie zapisywana na cyfrowej kamerze video, ustawionej za plecami uczestników celem zarejestrowania sposobu wykonywania poszczególnych zadań.
- Sesja będzie realizowana w ciągu jednego dnia (ok. 7 godzin zegarowych).

Każdy uczestnik testowania bierze udział w obu rodzajach sesji, w związku z tym planowane jest organizowanie sesji w krótkich odstępach czasowych, w miarę możliwości dzień po dniu.

W ciągu tygodnia od udziału w poszczególnych sesjach uczestnicy otrzymają raport indywidualny dotyczący zarówno poziomu kompetencji miękkich, jak i twardych oraz zaproszenie na sesję informacji zwrotnych, które powinny być zrealizowane w ciągu tygodnia od otrzymania raportu. W trakcie sesji informacji zwrotnych zostaną omówione uzyskane wyniki

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

i rekomendacje dalszych działań rozwojowych wraz z opracowaniem indywidualnego programu rozwojowego.

Łącznie w tym etapie testowania weźmie udział 60 osób, każda osoba będzie uczestniczyła zarówno w sesji dotyczącej kompetencji miękkich, jak i twardych, przy czym:

- 30 osób weźmie udział w sesjach dotyczących określenia poziomu kompetencji w zawodzie sprzedawcy,
- 30 osób weźmie udział w sesjach dotyczących określenia poziomu kompetencji w zawodzie przedstawiciela handlowego.

### **Realizacja indywidualnych programów rozwojowych (VI 2013 r. – IX 2013 r.)**

W ramach tej części testowania zostaną zrealizowane indywidualne programy rozwojowe uwzględniające kursy e-learningowe, treningi praktyczne i sesje coachingowe. Podstawą przygotowania programów będą wyniki uzyskane w sesjach DC i opracowane w ramach *Modelu* algorytmu realizacji działań rozwojowych. Ze względu na okres wakacyjny przypadający na ten czas testowania, planuje się zrealizowanie w pierwszej kolejności (czerwiec) treningów praktycznych, które wymagają skoordynowania dyspozycyjności większej liczby osób. W miesiącu lipcu i sierpniu planowana jest realizacja indywidualnych sesji coachingowych. Natomiast realizacja kursów e-learningowych może być prowadzona w trybie ciągłym, gdyż uczestnicy będą to wykonywali indywidualnie, zdalnie na swoich prywatnych komputerach.

W przypadku pojedynczych osób, które nie będą miały dostępu do komputera, realizatorzy postarają się ten dostęp zapewnić.

Równolegle w trakcie trwania działań rozwojowych będzie również oferowane wsparcie uczestnikom testowania w postaci indywidualnych opiekunów. Każdy uczestnik będzie miał przydzielonego opiekuna, którego zadaniem będzie czuwanie nad realizacją zaplanowanych działań rozwojowych. Liczba godzin przypadających na jednego uczestnika testowania to średnio 4 godziny. Zakłada się, że każdy uczestnik odbędzie minimum jedno bezpośrednie spotkanie ze swoim opiekunem, które będzie trwać 1-1,5 godziny. Pozostały czas będzie wykorzystywany na rozmowy telefoniczne/ rozmowy z wykorzystaniem komunikatora internetowego.

Planuje się w tym czasie przeprowadzić:

- 14 dwudniowych treningów praktycznych, w których weźmie udział 30 osób,
- sesje coachingu indywidualnego dla 10 osób (5 sesji po 2 godziny),
- szkolenia e-learningowe dla 20 osób.

### **Powtórne sesje Development Centre i wydanie certyfikatów (VIII 2013 r. – I poł. IX 2013 r.)**

Po zakończeniu działań rozwojowych zostaną przeprowadzone powtórne sesje Development Centre według tego samego schematu, który był realizowany w trakcie wstępnych sesji. Wyniki tych sesji będą podstawą wydania certyfikatów potwierdzających poziom posiadanych kompetencji zawodowych.

Łącznie w tym etapie testowania weźmie udział 60 osób, każda osoba będzie uczestniczyła zarówno w sesji dotyczącej kompetencji miękkich, jak i twardych, przy czym:

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

- 30 osób weźmie udział w sesjach walidujących kompetencje w zawodzie sprzedawcy,
- 30 osób weźmie udział w sesjach walidujących kompetencje w zawodzie przedstawiciela handlowego.

### **4.2.3. Podsumowanie testowania**

Równoległe do działań związanych z testowaniem produktu będą prowadzone działania dotyczące podsumowania testowania, w tym działania dotyczące monitoringu przebiegu testowania.

Ich zadaniem będzie:

- gromadzenie informacji o przebiegu testowania,
- gromadzenie informacji o samym narzędziu,
- modyfikacja narzędzia do rzeczywistych potrzeb.

Zbieranie informacji będzie realizowane w formie ankiet ewaluacyjnych mające charakter badania on-going. Ankiety dotyczą każdego działania, które w ramach projektu zostanie przetestowane: sesji DC, treningów praktycznych, kursów e-learningowych, sesji coachingowych i wsparcia indywidualnych opiekunów.

Dodatkowo zostały opracowane ankiety ex-post i ex-ante, których celem jest zebranie opinii na temat przydatności i efektywności całego modelu.

Realizacji tej części testowania będą również służyć:

- robocze spotkania Projektowej Grupy Ekspertów (9 spotkań),
- panel ekspercki z udziałem użytkowników i odbiorców (4 opinie),
- opinie i rekomendacje opracowane przez 2 ekspertów zewnętrznych.

### **4.3. Charakterystyka materiałów, jakie otrzymają uczestnicy**

Zespół testujący (asesorzy, trenerzy, coachowie) biorący udział w testowaniu otrzyma:

- podręcznik opisujący model wraz z instrukcją stosowania,
- zestaw ćwiczeń wraz z harmonogramem wykorzystywany w trakcie sesji Development Centre,
- zestaw skal obserwacyjnych dotyczący walidowanych kompetencji,
- zestaw arkuszy wspierających prowadzenie obserwacji,
- arkusz wspierający rozmowę feedbackową,
- programy treningów praktycznych,
- wytyczne dotyczące sesji coachingowych.

Odbiorcy biorący udział w testowaniu otrzymają:

- regulamin rekrutacji wraz z formularzem zgłoszenia (dostępny na stronie internetowej projektu i w siedzibie Fundacji Gospodarczej),

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

- umowa o uczestnictwie w projekcie,
- indywidualny raport po wstępnej sesji Development Centre,
- uzupełniony arkusz wspierający rozmowę feedbackową z asesorem,
- kursy e-learningowe (dla osób, którym będzie rekomendowany udział w takiej formie działań rozwojowych),
- indywidualny raport po powtórnej sesji Development Centre,
- certyfikat potwierdzający poziom posiadanych kompetencji wraz z suplementem uwzględniającym opis zindywidualizowanych działań rozwojowych, w których dana osoba brała udział.

### 4.4. Monitorowanie przebiegu testowania

W fazie testowania produktu będzie prowadzony monitoring rzeczowy oraz monitoring finansowy.

Za realizację **monitoringu rzeczowego** odpowiedzialni będą: ekspert wiodący ds. modelu oraz specjalista ds. logistyki testowania modelu.

Ekspert wiodący ds. modelu będzie odpowiedzialny za zbieranie informacji na temat testowanego modelu oraz procesu testowania. Będzie prowadził obserwacje i wywiady w celu uzyskania informacji zwrotnych od użytkowników i odbiorców. Będzie zajmował się analizą ankiet monitoringowych, odpowiadał za bieżącą współpracę z asesorami, opiekunami indywidualnymi uczestników, trenerami i coachami biorącymi udział w testowaniu oraz z ekspertami zaangażowanymi w realizację projektu. Przygotuje raport z testowania i będzie prowadził spotkania Projektowej Grupy Ekspertów oraz Panel Ekspertki, na którym obecni będą przedstawiciele użytkowników i odbiorców oraz eksperci zewnętrzni. Z wynikami prac będzie na bieżąco zapoznawał kierownika projektu, a raz w miesiącu Grupę Zarządzającą Projektem. Na spotkaniach każdorazowo będzie przedstawiana aktualna sytuacja w zakresie testowania produktu, omawiane będą bieżące trudności związane z realizacją tej fazy projektu oraz propozycje działań korygujących.

Specjalista ds. logistyki testowania modelu będzie odpowiedzialny za logistykę i wsparcie techniczne procesu testowania, gromadzenie informacji na temat udziału wszystkich uczestników w poszczególnych etapach testowania, zbieranie ankiet monitoringowych, koordynację działań dotyczących kierowania poszczególnych osób na sesje DC i do działań rozwojowych. W swoich działaniach monitoringowych osoba ta będzie wspierana przez specjalistę ds. rekrutacji i kwalifikacji do projektu, osoby prowadzące sesje DC oraz opiekunów indywidualnych uczestników.

Kluczowymi narzędziami do monitoringu rzeczowego będą: formularze i rejestr PEFS, formularze zgłoszeniowe i umowy z odbiorcami o uczestnictwie w projekcie, listy obecności, ankiety ex-ante i ex-post, raporty z sesji DC i z działań rozwojowych, wydane certyfikaty, wywiady z odbiorcami i użytkownikami, raport z testowania, rekomendacje do modelu.

Za realizację **monitoringu finansowego** odpowiedzialny będzie specjalista ds. administracyjno-finansowych ze strony Fundacji Gospodarczej przy wsparciu specjalistów ds. administracyjno-finansowych ze strony ProFirmy oraz Regionu Gdańskiego NSZZ „Solidarność”. Monitoring ten będzie dotyczył planowania wydatków i wydatkowania środków w ramach kategorii budżetowych, a także dokonywania rozliczeń z partnerami i podwykonawcami.

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*



## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

Kluczowymi narzędziami do monitoringu finansowego będą miesięczne informacje na temat zaangażowania personelu projektu, karty czasu pracy, umowy dla asesorów, opiekunów i trenerów, miesięczne zestawienia poniesionych wydatków, faktury.

Za całość spraw związanych z monitoringiem odpowiedzialny będzie kierownik projektu, który będzie:

- sprawował nadzór nad prawidłową i terminową realizacją poszczególnych działań w ramach projektu;
- informował o problemach;
- minimalizował wystąpienie ryzyk projektowych;
- podejmował działania w celu zapobieżenia nieprawidłowościom lub odstępstwom od planu.

Kierownik będzie zdawał relację z całokształtu podejmowanych, w ramach monitoringu, działań Grupie Zarządzającej Projektem podczas comiesięcznych spotkań.

W wyniku działań monitoringowych i ewaluacyjnych dokonywane będą modyfikacje produktu finalnego, a ostateczne decyzje o wprowadzeniu zmian podejmować będzie Grupa Zarządzająca Projektem.

Dopuszczalny zakres korekt może obejmować między innymi: zmiany w obrębie ćwiczeń w sesjach DC, uzasadnioną zmianę lub rozszerzenie metod edukacyjnych w ramach realizacji programów rozwojowych, uzupełnienie programów treningów praktycznych, modyfikację wzorów raportów.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### V. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA

#### 5.1. Ocena wyników testowania

Projekt przewiduje przeprowadzenie ewaluacji zewnętrznej projektu oraz ewaluacji zewnętrznej o charakterze on-going produktu finalnego wypracowanego w ramach realizacji projektu.

Ewaluacja uwzględni następujące etapy:

##### 1. Planowanie:

- opracowanie raportu metodologicznego – koncepcja ewaluacji
- opracowanie we współpracy z kierownikiem projektu narzędzi ewaluacyjnych;

##### 2. Gromadzenie danych umożliwiających opracowanie opinii w formie:

- raportu okresowego projektu na zakończenie I Etapu realizacji projektu – kreowanie innowacji,
- raportu ewaluacji produktu na zakończenie 1 części II Etapu realizacji projektu – testowanie innowacji,
- raportu końcowego projektu na zakończenie 2 części II Etapu realizacji projektu – transfer innowacji.

Zdaniem projektodawcy najlepszym sposobem rzetelnie przeprowadzonej ewaluacji zewnętrznej jest umożliwienie włączenia się ewaluatora do realizacji projektu już na etapie jego uruchamiania. Dlatego też podjęto decyzję o przeprowadzeniu jednego postępowania wyłaniającego ewaluatora zewnętrznego na wszystkie etapy realizacji projektu, pod warunkiem uzyskania zgody na finansowanie 1 i 2 części II Etapu realizacji projektu od Instytucji Wdrażającej (Instytucji Pośredniczącej). Dzięki takiemu podejściu ewaluator opracował spójny system ewaluacji projektu oraz produktu, a także będzie mógł przystąpić do ewaluacji produktu niezwłocznie po rozpoczęciu II Etapu realizacji projektu.

Wybrany ewaluator posiada ponad 5-letnie doświadczenie w prowadzeniu ewaluacji projektów (ponad 40 ewaluacji projektów POKL), w tym doświadczenie w ewaluacji 5 projektów innowacyjnych POKL i 3 projektów IW EQUAL. Posiada wykształcenie wyższe ekonomiczne oraz studia podyplomowe z zakresu ewaluacji. Ewaluator będzie współpracował w zakresie oceny rzeczywistych efektów testowania z ekspertem wiodącym ds. modelu, specjalistą ds. rekrutacji, specjalistą ds. logistyki testowania modelu oraz kierownikiem projektu.

#### 5.2. Ewaluacja produktu finalnego

##### **Założenia ewaluacji Produktu**

Ewaluacja Produktu będzie miała charakter ewaluacji on-going (ewaluacja bieżąca – towarzysząca) i prowadzona będzie w trakcie fazy testowania wstępnej wersji produktu finalnego.

Systematycznie gromadzone dane ilościowe i jakościowe będą poddawane analizie i prezentowane w ramach cyklicznych spotkań monitoringowych z personelem zarządzającym wdrażaniem projektu oraz Projektową Grupą Ekspertów, co pozwoli na bieżącą korektę podejmowanych działań, w celu sprawnej realizacji kolejnych faz testowania produktu.

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Raport końcowy ewaluacji produktu opracowany zostanie na zakończenie testowania, do października 2013 roku i skupi się na ocenie potencjału produktu finalnego pod kątem przyjętych kryteriów ewaluacji.

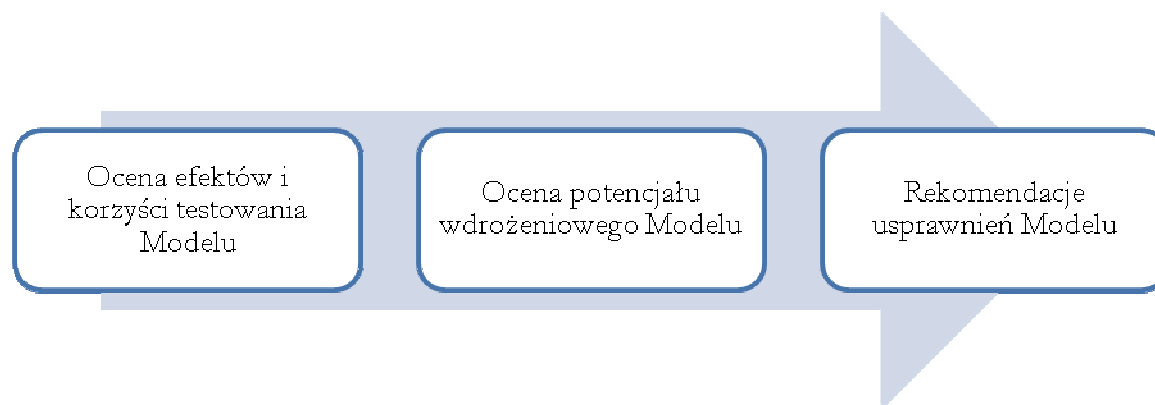
### **Cele i kryteria ewaluacji Produktu**

Celem ewaluacji produktu jest analiza i ocena rzeczywistych efektów testowania w odniesieniu do grup docelowych (użytkowników i odbiorców), ocena potencjału wdrożeniowego Modelu oraz wypracowanie rekomendacji dotyczących testowanej wstępnej wersji produktu finalnego. Ewaluacja skupi się na ocenie Modelu w kontekście:

- osiągnięcia zakładanych celów projektu na etapie testowania i wypracowanych rezultatów dla grup docelowych projektu. Oceniona zostanie adekwatność Modelu do potrzeb użytkowników i odbiorców, skuteczność i użyteczność poszczególnych elementów Modelu.
- potencjału wdrożeniowego Modelu – ocena możliwości wdrożenia Modelu do głównego nurtu polityki, pod kątem takich kryteriów jak: jakość Modelu, stopień skomplikowania, możliwości zastosowania przez użytkowników, efektywność i unikatowość Modelu.

Ewaluacja produktu będzie miała charakter usprawniający i wskazujący kierunki ewentualnych zmian i modyfikacji testowanego produktu finalnego i produktów pośrednich. Skupi się także na identyfikacji ewentualnych usprawnień i wskazaniu kierunków zmian testowanego Modelu i jego produktów pośrednich.

### **Przedmiot ewaluacji produktu**



W badaniu ewaluacyjnym produktu uwzględnione zostaną następujące kryteria ewaluacyjne:

- Kryterium skuteczności i użyteczności** – rozumiane jako ocena rzeczywistych korzyści dla grup docelowych, weryfikacja, czy stosowanie produktu przynosi zakładane wyniki, jak dalece produkt ma szansę sprzyjać rozwiązywaniu problemów odbiorców i w jaki sposób będzie wywierał wpływ na sytuację grup docelowych, na ile odpowiada realnym potrzebom.
- Kryterium stopnia skomplikowania produktu** – rozumiane jako łatwość zastosowania wypracowanych narzędzi. Ocenie będzie podlegać, w jakim stopniu użytkownik może zastosować produkt samodzielnie, bez szkoleń i instruktażu, wyłącznie na podstawie opisu stosowania. Ocenie podlega też jakość opisu stosowania produktu oraz jakość materiałów składających się na produkt.

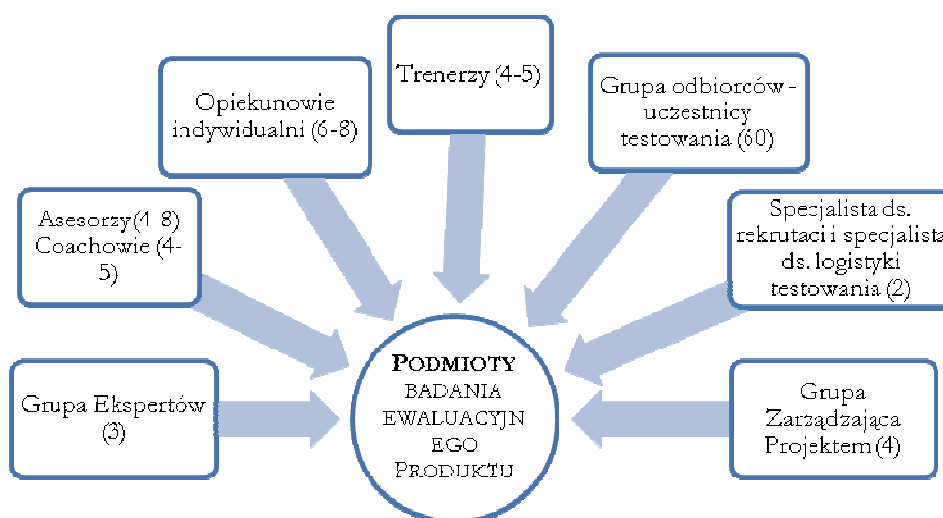
## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

- **Kryterium możliwości zastosowania przez użytkowników** - ocenie podlegają skala zmian prawnych i/lub organizacyjnych niezbędnych do wdrożenia produktu oraz możliwości włączania do głównego nurtu polityki.
- **Kryterium efektywności** – rozumiane jako ocena kosztów wprowadzenia rozwiązania (stosunek nakładów do rezultatów). Kryterium dotyczy szacunkowych kosztów związanych z wprowadzeniem do praktyki proponowanych rozwiązań oraz z ich stosowaniem w stosunku do zakładanych efektów stosowania produktu. Im koszty są wyższe, tym niższa jest ocena.
- **Kryterium unikatowości** – ocena stopnia innowacyjności proponowanego rozwiązania.

### Metody i techniki badawcze

**Dobór próby do badania** ewaluacyjnego produktu będzie miał charakter celowy oraz będzie obejmował wszystkich odbiorców testowania oraz większość populacji użytkowników testowania, a także personel projektowy.

### Podmioty uczestniczące w badaniu ewaluacji produktu to:



W prowadzonych badaniach ewaluacji produktu zostaną wykorzystane poza desk reseach także poniższe metody badawcze:

1. **Wywiady indywidualne/grupowe** z odbiorcami i użytkownikami, oraz personelem Partnerstwa, osobami które będą bezpośrednio uczestniczyć w testowaniu i nim koordynować;
2. **Badania ankietowe:**
  - Badanie ankietowe PAPI 60 odbiorców testowania – kwestionariusze ankiet ewaluacyjnych badania, szkoleń i doradztwa;
  - Badanie ankietowe CAWI 60 odbiorców testowania – kwestionariusz ankiety elektronicznej;

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

- Badanie ankietowe PAPI/CAWI użytkowników testowania, ekspertów i personelu Projektu;
3. **Obserwacje uczestniczące procesu testowania.**

METODY I NARZĘDZIA EWALUACJI PRODUKTU			
<b>Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+</b>			
LP.	Zakres badania, metody i narzędzia badawcze	Podmioty badania	Termin realizacji
1	<p><b>Zakres:</b> Ocena rzeczywistych efektów Modelu. Ocena adekwatności, użyteczności i skuteczności Modelu z perspektywy odbiorców. Zadowolenie.</p> <p><b>Metody:</b> Ankietowanie ankietą papierową – kwestionariusz ankiety będzie dostępny w pomieszczeniu, gdzie Model będzie testowany. Wypełnione kwestionariusze ankiet będą poddawane comiesięcznemu monitoringowi przez zespół ewaluatorów, a następnie będą podstawą do opracowania raportu z ewaluacji produktu.</p>	60 odbiorców uczestniczących w fazie testowania	Ankieta wypełniana przez odbiorcę na zakończenie skorzystania z usługi badania kompetencji
2	<p><b>Zakres:</b> Ocena rzeczywistych efektów Modelu. Ocena adekwatności, użyteczności i skuteczności Modelu z perspektywy odbiorców.</p> <p><b>Metody:</b> Wywiady grupowe/indywidualne/telefoniczne z odbiorcami projektu uczestniczącymi w fazie testowania.</p>	uczestnicy testowania - użytkownicy (12 osób)	Wywiady przeprowadzone na zakończenie udziału w testowaniu
3	<p><b>Zakres:</b> Ocena jakości i potencjału wdrożeniowego Modelu pod kątem funkcjonalności, użyteczności, skuteczności i efektywności oraz innowacyjności. Ocena poziomu osiągnięcia zakładanych celów testowania. Bariery w testowaniu. Rekomendacje.</p> <p><b>Metody:</b> Ankietowanie CAWI – ankieta elektroniczna</p>	Uczestnicy testowania - odbiorcy (60 osób)	Na zakończenie procesu testowania
4	<p><b>Zakres:</b> Ocena rzeczywistych efektów Modelu. Ocena adekwatności, użyteczności, skuteczności, efektywności i jakości Modelu.. Bariery w testowaniu. Ocena potencjału wdrożeniowego produktu. Rekomendacje usprawnień.</p> <p><b>Metody:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ankieta ewaluacyjna PAPI wypełniana po szkoleniu wstępnym.</li> <li>– Ankieta CAWI oceny testowania Modelu</li> <li>– Wywiady: indywidualne/grupowe/ telefoniczne</li> </ul>	Asesorzy, opiekunowie indywidualni, coachowie, eksperci	Na początku testowania (PAPI), na zakończenie testowania (CAWI + IDI/FGI/ITI)
5	Analiza danych ilościowych i jakościowych		luty – październik 2013
6	Analiza wyników i opracowanie raportu ewaluacji Produktu		30 X 2013

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

Przedmiotem działań upowszechniających jest innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+ w zawodzie: sprzedawca i przedstawiciel handlowy oraz produkty pośrednie tego modelu, które mogą być stosowane łącznie, lub też w zależności od potrzeb przyszłych użytkowników, oddzielnie.

#### 6.1. Cel działań upowszechniających

W związku z obraną perspektywą **podstawowym celem** strategii upowszechniania jest przekazanie merytorycznych informacji oraz zwiększenie wiedzy wśród adresatów działań upowszechniających na temat zastosowania, korzyści, funkcjonalności i zawartości modelu, a tym samym zachęcenie ich do jego stosowania. Do celów szczegółowych należy integracja i upowszechnianie wiedzy na temat posiadanych i pożądanых przez rynek pracy kompetencji oraz istniejących systemów kształcenia w zawodach handlowych.

Działania w zakresie upowszechniania przewidziane są w całym okresie trwania projektu, aby umożliwić realizatorom dotarcie do jak najszerszego kręgu potencjalnych interesariuszy, którzy zostali scharakteryzowani w poniższej tabeli.

#### 6.2. Analiza interesariuszy wraz z uzasadnieniem doboru grup

Lp.	Adresaci działań upowszechniających	Charakterystyka
1	<b>Odbiorcy</b> – osoby pracujące i niepracujące 50+	<p>Odbiorcami w <b>wymiarze testowania</b> będzie 60 osób pracujących i niepracujących (40K/20M) powyżej 50 roku życia z województwa pomorskiego, które:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– są zainteresowane potwierdzeniem i uzupełnieniem kompetencji w zawodzie: sprzedawca (30 osób) i przedstawiciel handlowy (30 osób) w celu zwiększenia swojej adaptacyjności i mobilności na rynku pracy.</li> </ul> <p><b>W wymiarze upowszechniania</b> będą to wszystkie osoby pracujące i niepracujące 50+ z województwa pomorskiego, które chcą poddać walidacji swoje kompetencje zawodowe.</p> <p><b>Zastosowane formy przekazu:</b> Internet - strona internetowa projektu <a href="http://www.akademiahandlowa.pl">www.akademiahandlowa.pl</a>, oraz strony internetowe lidera i partnerów projektu, kampania upowszechniająca - ulotki, plakaty, materiały informacyjno-promocyjne, ogłoszenia prasowe w regionalnych mediach zapraszające na konferencje, zawierające informujące o produkcie i zapraszające do współpracy; 2 konferencje (otwierająca i upowszechniająca), panele eksperckie, publikacja raportów, materiałów i opracowań oraz broszur informacyjnych.</p>
2	<b>Użytkownicy</b> – publiczne i niepubliczne instytucje rynku pracy oraz firmy i instytucje związane z branżą handlową	<p>Użytkownikami w <b>wymiarze testowania</b> będą pracownicy instytucji rynku pracy, w tym pracownicy partnerów projektu, oraz firm i instytucji związanych z branżą handlową - 12 osób (8K/4M).</p> <p><b>W wymiarze upowszechniania</b> będą to pracownicy instytucji rynku pracy oraz firm i instytucji związanych z branżą handlową - 110 osób (70K/40M), m.in.: WUP-u, PUP-ów, agencji zatrudnienia, placówek kształcenia ustawicznego i praktycznego, firm szkoleniowych, firm handlowych, organizacji związków zawodowych i pracodawców,</p>

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

		<p>organizacji pozarządowych działających na rzecz LLL.</p> <p><b>Zastosowane formy przekazu:</b> Internet - strona internetowa projektu <a href="http://www.akademiahandlowa.pl">www.akademiahandlowa.pl</a>, oraz strony internetowe lidera i partnerów projektu, kampania upowszechniająca - ulotki, plakaty, materiały informacyjno-promocyjne, ogłoszenia prasowe w regionalnych mediach zapraszające na konferencje, zawierające informujące o produkcie i zapraszające do współpracy; 2 konferencje (otwierająca i upowszechniająca), panele eksperckie, publikacja raportów, materiałów i opracowań oraz broszur informacyjnych, warsztaty wdrożeniowe.</p>
3	Władze samorządowe szczebla lokalnego i regionalnego	<p>Przedstawiciele władz samorządowych różnego szczebla w woj. pomorskim, działających na rzecz rynku pracy i edukacji.</p> <p><b>Zastosowane formy przekazu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• konferencja otwierająca projekt dla 50 osób (potencjalnych użytkowników, odbiorców, przedstawicieli władz, polityków),</li> <li>• konferencja upowszechniająca wyniki projektu dla 100 osób.</li> </ul>
4	Media	<p>Przedstawiciele mediów lokalnych i regionalnych – dziennikarze zajmujący się tematyką rynku pracy, uczenia się przez całe życie.</p> <p><b>Zastosowane formy przekazu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• konferencja otwierająca dla 50 osób,</li> <li>• konferencja upowszechniająca wyniki projektu dla 100 osób,</li> <li>• komunikaty wysyłane do mediów poprzez specjalistę ds. upowszechniania,</li> <li>• udział realizatorów projektu w konferencjach prasowych organizowanych przez urzędy miast.</li> </ul>

### 6.3. Instrumenty upowszechniania

Działania upowszechniające prowadzone będą przy wykorzystaniu następujących instrumentów i form przekazu:

#### Internet:

- dedykowana strona internetowa projektu [www.akademiahandlowa.pl](http://www.akademiahandlowa.pl),
- strony internetowe Lidera Projektu i Partnerów (Fundacja Gospodarcza, ProFirma, RG NSZZ „Solidarność”)

#### Kampania medialna :

- materiały informacyjno – upowszechniające : plakaty, ulotki, broszury informacyjne, raport z badań, roll-up’y, gadzety upowszechniające,
- sponsorowane ogłoszenia prasowe w prasie o zasięgu regionalnym,
- cykliczne przekazywanie informacji o działaniach projektowych w mediach związkowych (np. Magazyn „Solidarność”), mediach lokalnych (np. informatory miejskie „Ratusz”, „Herold”), newsletterach publikowanych przez instytucje współpracujące z liderem i partnerami projektu (np. newsletter „Pracodawców Pomorza”).

#### Konferencje, panele upowszechniające, warsztaty wdrożeniowe:

- 1 konferencja otwierająca projekt,

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

- 1 konferencja upowszechniająca projekt,
- 1 warsztat dotyczący wstępnej wersji produktu finalnego dla przedstawicieli użytkowników i odbiorców,
- 2 panele eksperckie z udziałem eksperci wewnętrznych i zewnętrznych, oraz przedstawiciele potencjalnych użytkowników i odbiorców,
- 2 warsztaty wdrożeniowe dla przyszłych użytkowników.

### **6.4. Plan działań upowszechniających oraz ich charakterystyka**

Działania upowszechniające prowadzone będą przez cały czas trwania projektu, w sposób dostosowany do zróżnicowanych potrzeb poszczególnych grup docelowych, przy uwzględnieniu stopnia wypracowania produktów i rezultatów projektu.

Proces upowszechniania jest realizowany zgodnie z zasadą empowerment, czyli zaangażowania i uczestnictwa przedstawicieli grup odbiorców i użytkowników w działaniach projektowych związanych z wdrożeniem projektu od początku jego realizacji.

Na etapie przygotowywania wstępnej wersji produktu, zaproszono przedstawicieli osób 50+ oraz instytucji rynku pracy i pracodawców do wzięcia udziału w badaniach, a także do udziału w warsztacie na temat wstępnej wersji produktu finalnego, panelu eksperckim i przedstawienia rekomendacji do modelu.

Na etapie testowania produktu założono kontynuację podjętych w pierwszym etapie działań (udział odbiorców oraz użytkowników w panelach eksperckich), które umożliwią uzyskanie optymalnego efektu związanego ze zwiększeniem wiedzy na temat zastosowania, funkcjonalności i innowacyjności kompleksowego modelu dedykowanego osobom 50+. Dodatkowo umożliwią wypracowanie i dostosowanie produktów wchodzących w skład modelu do rzeczywistych potrzeb grup docelowych.

W ramach strategii upowszechniania zaprojektowano następujące działania upowszechniające:

#### ***Upowszechnianie na etapie opracowywania wstępnej wersji produktu***

Podczas niniejszego etapu działania upowszechniające koncentrowały się na informowaniu odbiorców i użytkowników na temat projektu - jego założeń, wyników badań oraz wstępnej wersji produktu. Dodatkowo celem działań było pozyskanie informacji o oczekiwaniach oraz potrzebach wybranych grup docelowych. W ramach tego etapu założono realizację poniżej wymienionych działań:

- opracowanie systemu identyfikacji wizualizacji projektu,
- utworzenie i aktualizowanie strony internetowej projektu [www.akademiahandlowa.pl](http://www.akademiahandlowa.pl),
- zamieszczenie i aktualizowanie informacji o projekcie na stronach internetowych lidera i partnerów projektu: [www.fundacjagospdarcza.pl](http://www.fundacjagospdarcza.pl), [www.solidarnosc.gda.pl](http://www.solidarnosc.gda.pl), [www.profirma.pl](http://www.profirma.pl),
- zorganizowanie 4 spotkań roboczych Projektowej Grupy Ekspertów,
- zorganizowanie 1 wspólnego Panelu Eksperskiego z udziałem ekspertów wewnętrznych i zewnętrznych oraz przedstawicieli odbiorców i użytkowników,

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*



## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

- opracowanie i druk: plakatów (100 szt.), ulotki (300 szt.), broszury informacyjnej nt. wstępnej wersji produktu (300 szt.); przygotowanie gadżetów upowszechniających – notatniki, kalendarze i kubki (300 szt.) oraz materiałów konferencyjnych – teczki, notatniki, zestawy do pisania i pendrive’y z prezentacjami prelegentów, a następnie ich dystrybucja wśród potencjalnych interesariuszy projektu,
- przygotowanie i przekazanie roll-up’ów upowszechniających każdemu z partnerów projektu w celu ich prezentacji w swoich siedzibach i podczas działań projektowych,
- publikacja w prasie regionalnej 2 ogłoszeń upowszechniających informujących o projekcie i zapraszających do udziału w działaniach projektowych przedstawicieli grup docelowych,
- opracowanie, druk i dystrybucja raportu zbiorczego z przeprowadzonych w ramach projektu badań,
- rozesłanie informacji o projekcie i zaproszeń do udziału w konferencji otwierającej projekt do ponad 200 instytucji rynku pracy, firm z branży handlowej oraz handlowców 50+,
- zorganizowanie konferencji otwierającej projekt, w której wzięło udział 69 osób; konferencję objął patronatem Marszałek Województwa Pomorskiego, w ramach konferencji odbyły się warsztaty dotyczące wstępnej wersji produktu, w których wzięli udział przedstawiciele odbiorców i użytkowników – 13 osób.

Ważnym elementem upowszechniania na tym etapie jest prezentacja wstępnej wersji produktu na posiedzeniu Regionalnej Sieci Tematycznej Województwa Pomorskiego.

### ***Upowszechnianie na etapie testowania produktu***

Zaplanowane działania będą koncentrowały się na popularyzowaniu produktu oraz zaangażowaniu grup docelowych w proces testowania modelu. Na tym etapie zakłada się kontynuowanie działań z poprzedniego etapu, a dodatkowo:

- publikację ogłoszeń w prasie o zasięgu wojewódzkim oraz spotów radiowych, informujących o produkcie i zapraszających do udziału w testowaniu potencjalnych odbiorców i użytkowników,
- sukcesywne aktualizowanie projektowej strony internetowej o bieżące informacje dotyczące postępu w realizacji projektu,
- zamieszczanie informacji o projekcie na popularnych portalach internetowych, z których korzystają użytkownicy i odbiorcy, np. [www.trojmiasto.pl](http://www.trojmiasto.pl), [www.doradztwozawodowe.com](http://www.doradztwozawodowe.com), [www.seniorzywakcji.pl](http://www.seniorzywakcji.pl), ewentualne tworzenie profili na portalach społecznościowych,
- zamieszczanie informacji o projekcie w bezpłatnej prasie lokalnej oraz gazetach internetowych,
- informowanie o możliwości przystąpienia osób pracujących 50+ do projektu w ramach spotkań informacyjnych organizowanych przez lidera i partnerów projektu,
- propagowanie projektu np. w komisjach zakładowych i na spotkaniach RG NSZZ „Solidarność”, a także poprzez Biuro Pracy działające przy Regionie Gdańskim.

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### **Upowszechnianie na etapie opracowywania ostatecznej wersji produktu**

Jest to kluczowy etap dla osiągnięcia zamierzonych celów upowszechniania. W przypadku pozytywnej walidacji ostatecznej wersji produktu zostaną podjęte następujące działania upowszechniające:

- aktualizacja projektowej strony internetowej,
- zamieszczanie informacji o projekcie na portalach internetowych,
- opracowanie i wydanie podręcznika zawierające opis modelu z produktami pośrednimi oraz instrukcją użytkownika – 150 szt,
- przygotowanie płyt CD zawierających wszystkie niezbędne materiały do pracy w ramach modelu - 150 szt. i rozesłanie pakietów produktowych do potencjalnych użytkowników
- upowszechnianie produktu finalnego w ramach konferencji upowszechniającej dla 100 uczestników,
- organizacja warsztatów wdrożeniowych dla użytkowników modelu,
- publikacja artykułów prezentujących opracowany model,
- przekazanie informacji o wypracowanym modelu do powiatowych urzędów pracy w woj. pomorskim, Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Gdańsku, Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, innych instytucji rynku pracy oraz firm z branży handlowej,
- prezentacja modelu Pomorskiej Wojewódzkiej Radzie Zatrudnienia oraz Konwentowi Dyrektorów PUP,
- poszukiwanie instytucji, które realizują podobne projekty, w zakresie grup docelowych lub rozwiązywania podobnych problemów i organizacja wspólnych działań upowszechniających,
- uczestnictwo realizatorów projektu w konferencjach/seminariach/spotkaniach organizowanych przez środowiska instytucji rynku pracy i biznesu, na których będą prezentować i upowszechniać informacje nt. projektu i wypracowanego w jego ramach produktu finalnego.

W związku z tym, że Lider projektu – Fundacja Gospodarcza prowadzi drugi projekt innowacyjny, także skierowany do osób 50+, planuje się wspólną realizację części działań upowszechniających.

### **W ramach Strategii upowszechniania produktu nie wprowadzano zasadniczych zmian.**

Doprecyzowano jedynie i poszerzono zakres podejmowanych działań, np. publikacja ogłoszeń w prasie o zasięgu wojewódzkim oraz spotów radiowych na etapie testowania nie była przewidziana we wniosku o dofinansowanie. Realizatorzy zdecydowali się je dodać w celu wsparcia procesu rekrutacji uczestników. Dodatkowo, oprócz publikacji informacji o projekcie na stronach internetowych lidera i partnerów projektu, informacje były i będą także dystrybuowane za pośrednictwem takich kanałów komunikacji jak: branżowe portale internetowe, portale społecznościowe, strony internetowe pomorskich instytucji rynku pracy i organów samorządu terytorialnego, bezpłatna prasa lokalna, gazety internetowe. Realizacja tych działań nie wiąże się z koniecznością wydatkowania dodatkowych środków w ramach projektu, a jest skutecznym narzędziem komunikacji z potencjalnymi użytkownikami i odbiorcami.

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

#### 7.1. Cel działań włączających

Celem działań włączających do głównego nurtu polityki jest zwiększenie gotowości publicznych i niepublicznych instytucji rynku pracy oraz biznesu do replikowania i stosowania w praktyce innowacyjnego modelu walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+ oraz transfer wiedzy i rozwiązań modelu do zainteresowanych podmiotów.

#### 7.2. Adresaci działań włączających

Grupy docelowe – interesariusze działań włączających	Charakterystyka
Instytut Badań Edukacyjnych	IBE jest placówką badawczą prowadzącą interdyscyplinarne badania naukowe nad funkcjonowaniem i efektywnością systemu edukacji w Polsce. Instytut uczestniczy w krajowych i międzynarodowych projektach badawczych, przygotowuje raporty, sporządza ekspertyzy oraz pełni funkcje doradcze. Realizuje projekt systemowy „Opracowanie założeń merytorycznych i instytucjonalnych wdrażania Krajowych Ram Kwalifikacji oraz Krajowego Rejestru Kwalifikacji dla uczenia się przez całe życie”. Funkcjonuje pod nadzorem Ministra Edukacji Narodowej.
Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej	MPiPS przygotowuje i koordynuje realizację Krajowego Planu Działania, koordynuje pracę publicznych służb zatrudnienia, planuje i realizuje we współpracy z MRR zadania na rzecz zatrudnienia, przeciwdziałania bezrobociu, łagodzenia skutków bezrobocia, aktywizacji zawodowej, realizowanych przez instytucje rynku pracy wynikających z programów operacyjnych współfinansowanych przez EFS.
Podkomisja Sejmowa ds. Rynku Pracy	Podkomisja stała ds. rynku pracy jest jedną z 5 podkomisji sejmowych działających w ramach komisji ds. Polityki Społecznej i Rodziny. Do zakresu działania Komisji należą m. in. sprawy kształtowania polityki społecznej państwa, równego traktowania w zatrudnieniu, walki z bezrobociem, rynku pracy, kosztów pracy, zatrudnienia absolwentów oraz aktywizacji osób w wieku przedemerytalnym, a także sprawy związane z przestrzeganiem konstytucyjnej zasady równych praw kobiet i mężczyzn. Jest zainteresowana wdrażaniem na rynku krajowym programów aktywizujących osoby bezrobotne, w głównie osoby z grup ryzyka.
Naczelna Rada Zatrudnienia	NRZ jest organem opiniodawczo-doradczym ministra właściwego do spraw pracy w sprawach polityki rynku pracy. NRZ inspirowa przedsięwzięcia zmierzające do pełnego i produktywnego zatrudnienia i rozwoju zasobów ludzkich, opiniuje Krajowe Plany Działań oraz okresowe sprawozdania z ich realizacji, opiniuje projekty ustaw dot. promocji zatrudnienia.
Konwent Dyrektorów PUP	Jest forum wymiany doświadczeń w zakresie polityki rynku pracy. Do jego zadań należy m.in. monitoring ustaw o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, o prawie pracy, kontakty i współpraca z ministerstwem pracy i polityki społecznej, posłami, samorządowcami, związkami zawodowymi, pracodawcami. Jest zainteresowany wdrażaniem programów mających na celu aktywizację osób bezrobotnych.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

Wojewódzki Urząd Pracy w Gdańsku	WUP jako jednostka organizacyjna samorządu wykonuje zadania w zakresie polityki rynku pracy, posiada powiązania m.in. z regionalną polityką gospodarczą. Promuje programy w zakresie przedsiębiorczości oraz aktywizacji zawodowej, zwłaszcza osób o trudnej sytuacji na rynku pracy. WWUP odpowiada za wdrożenie polityki regionalnej i krajowej oraz realizuje Krajową Strategię Zatrudnienia na lata 2001 - 2011. Jest odpowiedzialny za opracowanie Regionalnego Planu Działania na Rzecz Zatrudnienia oraz Rocznych Planów Działania wdrażania EFS. Ogłasza konkursy na realizację projektów innowacyjnych. WUP może rekomendować projekty innowacyjne i ich produktu. Jest zainteresowany zwiększeniem wskaźnika zatrudnienia osób w wieku 50+.
Pomorska Wojewódzka Rada Zatrudnienia	PWRZ pełni rolę instytucji dialogu społecznego dla rynku pracy. Jej zadaniem jest m. in. inspirowanie przedsięwzięć zmierzających do pełnego i produktywnego zatrudnienia w województwie pomorskim. PWRZ wspiera przedsięwzięcia mające na celu zwiększenie aktywności zawodowej mieszkańców województwa, opiniuje Plany Działania na kolejne lata, wydaje opinie dot. kierunków kształcenia, szkolenia oraz zatrudnienia w województwie.
Pomorska Rada Przedsiębiorczości	PRP wspiera inicjatywy i przedsięwzięcia w zakresie realizacji Strategii Rozwoju woj. pomorskiego w obszarze przedsiębiorczości oraz oceny systemu wspierania przedsiębiorczości na Pomorzu. RPR przekazuje opinie dot. polityki rynku pracy, w tym aktywizacji zawodowej osób 50+ osobom odpowiedzialnym za tworzenie polityk i decydom.
Wojewódzka Komisja Dialogu Społecznego	Wojewódzka Komisja Dialogu Społecznego powołana przez Wojewodę, złożona z przedstawicieli administracji rządowej, administracji samorządowej, związków zawodowych i pracodawców, uprawniona jest do wyrażania opinii w sprawach objętych zakresem zadań związków zawodowych i organizacji pracodawców będących w kompetencji administracji rządowej i samorządowej z terenu województwa.
Powiatowe rady zatrudnienia	Organy opiniodawczo-doradcze Starostów w sprawach polityki rynku pracy. Opiniują roczne Plany Działania PUP-ów, programy szkoleń, opiniują sprawozdania z realizacji zadań przez PUP-y. Są zainteresowane poprawą sytuacji na lokalnych rynkach pracy i zwiększeniem aktywności mieszkańców.
Powiatowe urzędy pracy	Powiatowe urzędy pracy realizują zadania z zakresu promocji zatrudnienia, łagodzenia skutków bezrobocia oraz aktywizacji zawodowej, realizują programy rynku pracy, przygotowują Strategie Rozwiązywania Problemów Społecznych i Programy na Rzecz Zatrudnienia, mają wpływ na sytuację na lokalnym rynku pracy, są zainteresowane zwiększeniem aktywności zawodowej mieszkańców powiatów.
Niepubliczne instytucje rynku pracy	Agencja zatrudnienia, instytucje szkoleniowe, instytucje dialogu społecznego - organizacje związków zawodowych, pracodawców i bezrobotnych oraz organizacje pozarządowe wspierające rynek pracy i edukacji.
Firmy z branży handlowej	Działy personalne firm zajmujące się rekrutacją pracowników na stanowiska handlowe.
Regionalna Sieć Tematyczna Województwa Pomorskiego	Forum dialogu między ekspertami i beneficjentami projektów innowacyjnych realizowanych w ramach POKL. Promują dobre praktyki w celu przeniesienia doświadczeń wypracowanych w ramach projektów z poziomu regionalnego na poziom krajowy.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### 7.3. Plan działań włączających i ich charakterystyka

Charakter podejmowanych i planowanych w trakcie trwania projektu działań włączających do głównego nurtu polityki uzupełnia podejmowane działania upowszechniające. Elementy włączania są prowadzone od początku realizacji projektu, jednakże intensyfikacja działań nastąpi po analizie wyników testowania, ewaluacji zewnętrznej oraz po opracowaniu finalnej wersji produktu, która zostanie poddana walidacji.

Po pozytywnej walidacji projektu zakłada się następujące działania włączające do głównego nurtu polityki:

- udostępnienie wyników projektu Instytutowi Badań Edukacyjnych w kontekście prac nad Krajową Ramą Kwalifikacji,
- organizację panelu włączającego, na którym zostaną zaprezentowane wyniki testowania modelu dla przedstawicieli PWRZ, Konwentu Dyrektorów PUP-ów, WUP w Gdańsku, Wojewódzkiej Komisji Dialogu Społecznego, NRZ, MPiPS. Celem panelu jest zaprezentowanie uzyskanych rezultatów, prezentacja modelu, jego funkcjonalności i warunków i efektów zastosowania.
- rzecznictwo – włączenie modelu i jego produktów pośrednich do narzędzi, z których korzystają doradcy zawodowi/trenerzy/szkoleniowcy z publicznych i niepublicznych instytucji rynku pracy oraz pracownicy działów personalnych firm zatrudniających handlowców,
- organizacja warsztatów wdrożeniowych dla użytkowników produktu finalnego (2 grupy po 12 osób, podczas 2-dniowych warsztatów),
- przygotowanie rekomendacji i propozycji zmian w zakresie rozwiązań prawnych dotyczących walidacji kompetencji uzyskanych poza kształceniem formalnym.

### 7.4. Mainstreaming horyzontalny i wertykalny w projekcie

**Mainstreaming horyzontalny** czyli transfer informacji o wygenerowaniu dobrego rozwiązania/praktyki jest realizowany w projekcie poprzez komunikację i bezpośrednie spotkania z przedstawicielami użytkowników z województwa pomorskiego. Dzięki znaczącemu potencjałowi lidera i partnerów projektu w zakresie możliwości docierania do szerokiej i różnorodnej grupy potencjalnych użytkowników z całego kraju poprzez sieć swoich kontaktów i powiązań, mainstreaming horyzontalny realizowany będzie także w innych województwach. Po deklaracji chęci użytkownika modelu lub jego produktów pośrednich przez użytkowników nastąpią działania mainstreamingowe na zasadzie transferu wdrożeń – jako transfer wiedzy i umiejętności o produkcie finalnym w celu jego replikowania. Będą to warsztaty wdrożeniowe, doradztwo, instruktaż.

W związku z tym, że dwie instytucje partnerskie realizujące projekt – Fundacja Gospodarcza oraz ProFirma Sp z o.o. zobowiązały się do wdrożenia i użytkowania modelu w jego wersji finalnej, także one będą podmiotem mainstreamingu horyzontalnego – oddelegowani pracownicy o wymaganych kwalifikacjach wezmą udział w fazie testowania, jako asesorzy-obszerni, potem także w warsztatach wdrożeniowych.

**Mainstreaming wertykalny** będzie angażował otoczenie polityczne i decydentów różnych szczebli w celu przekonania ich do włączenia produktów projektu do systemu wpływającego lub współtworzącego główny nurt polityki. W projekcie przejawia się w formie rzecznictwa czyli

*Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego*

## **Akademia Handlowa 50+ - *innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+***

działania na rzecz systemowego stosowania rozwiązań wypracowanych w projekcie, m.in. w kontekście tworzenia Krajowej Ramy Kwalifikacji.

W celu osiągnięcia założeń związanych z włączaniem do głównego nurtu będziemy współpracować z lokalnymi politykami – poprzez rady dzielnic, biura radnych i biura poselsko-senatorskie (wizyty w siedzibach lokalnych polityków, udział w debatach, zapraszanie na spotkania, konferencje, dostarczanie/wysyłka informacji o projekcie). Dzięki już istniejącym kontaktom z biurami poselsko-senatorskimi planujemy nawiązanie kontaktu z Podkomisją ds. Rynku Pracy. Celem działań włączających jest również zaangażowanie/zainteresowanie regionalnych polityków wysokiej rangi oraz innych znaczących partnerów.

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

**W ramach Strategii włączania do głównego nurtu polityki również nie wprowadzano zasadniczych zmian.** Doprecyzowano, poszerzono listę podmiotów objętych działaniami włączającymi, w stosunku do pierwotnej wersji wniosku o dofinansowanie projektu, aby objąć tymi działaniami jak najszerszy krąg interesariuszy. Dodatkowo zaplanowano poszukiwanie instytucji, które realizują projekty skierowane do podobnej grupy odbiorców lub użytkowników, w celu organizowania wspólnych przedsięwzięć, wspierania w realizacji działań, czy wykorzystania wspólnych kanałów dystrybucji informacji. Podejmowane dodatkowe inicjatywy mają przyczynić się do jeszcze większej skuteczności działań włączających.

## **Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

### **VIII. KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU**

<b>Termin</b>	<b>Kamienie milowe</b>
II. 2013	Rozpoczęcie procesu rekrutacji odbiorców
V. 2013	Zakończenie rekrutacji odbiorców
III. 2013	Rozpoczęcie realizacji wstępnych sesji Development Centre
V. 2013	Zakończenie realizacji wstępnych sesji Development Centre
VI. 2013	Rozpoczęcie realizacji programów rozwojowych
IX. 2013	Zakończenie realizacji programów rozwojowych
VIII. 2013	Rozpoczęcie realizacji końcowych sesji Development Centre i wydawania certyfikatów
IX. 2013	Zakończenie realizacji końcowych sesji Development Centre i wydawania certyfikatów
X. 2013	Podsumowanie analizy rzeczywistych efektów testowania, w tym procesu ewaluacji on-going
XII. 2013	Zakończenie prac nad ostateczną wersją produktu finalnego
I – II. 2014	Walidacja produktu finalnego przez IOK
VII. 2014	Zakończenie procesu upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki ostatecznej wersji produktu finalnego



## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### IX. ANALIZA RYZYKA

Zespół realizujący projekt przeprowadził identyfikację i ocenę ryzyk projektowych, wraz z określeniem działań zapobiegawczych.

Przedstawione poniżej ryzyka projektowe, uporządkowane zostały wg zadań realizowanych w projekcie i są to:

- Upowszechnienie i włączenie do głównego nurtu polityki wstępnej wersji produktu
- Oddanie produktu do opinii IOK
- Testowanie opracowanego produktu
- Analiza rzeczywistych efektów testowania produktu/ewaluacja
- Opracowanie produktu finalnego
- Walidacja produktu finalnego przez IOK
- Upowszechnienie i włączenie do głównego nurtu polityki ostatecznej wersji produktu
- Zarządzanie projektem

Na podstawie indywidualnych ocen prawdopodobieństwa wystąpienia ryzyka oraz siły jego oddziaływania, ustalone zostały iloczyny tych wartości, a następnie na ich podstawie dokonano określenia wartości przeciętnych. W tabeli ryzyk projektowych umieszczonej poniżej pozostawiono tylko te ryzyka dla których wartość iloczynu siły oddziaływania x prawdopodobieństwo wystąpienia był równa lub wyższa od 4 oraz te ryzyka, których występowanie wiąże się z zadaniami II etapu (właściwego dla realizacji strategii wdrażania projektu), pominięte zostały natomiast ryzyka zidentyfikowane dla I Etapu prac, czyli przeprowadzenie szczegółowej diagnozy i analizy problemu, tworzenie partnerstwa oraz pracowanie wstępnej wersji produktu finalnego.

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

### 9.1. Identyfikacja potencjalnych zagrożeń

Lp.	Główne ryzyka	Wpływ ryzyka (średnia) <sup>3</sup>	Istniejące narzędzia/ działania zapobiegawcze	Prawdopodobieństw o wystąpieniu ryzyka (średnia) <sup>4</sup>	Iloczyn ryzyko x prawdopodobieństw o (średnia)
<b>Upowszechnienie i włączenie do głównego nurtu polityki wstępnej wersji produktu</b>					
1.	Niewystarczająca satysfakcja z usług wykonawcy materiałów informacyjno-promocyjnych bądź cateringowych (terminowość, jakość, komunikacja).	2	Negocjacje z wykonawcą; w przypadku wyczerpania środków negocjacyjnych - zmiana wykonawcy.	2	4
2.	Niewystarczająco zoptymalizowany sposób dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych.	2	Reorganizacja bądź zmiana sposobu dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych lub opracowanie nowego planu dystrybucji.	2	4
<b>Oddanie produktu do opinii IOK</b>					
3.	Brak akceptacji przez IOK.	2	Konsultacje roboczej wersji strategii i opisu produktu z ekspertami wewnętrznymi i zewnętrznymi.	2	4
<b>Testowanie opracowanego produktu</b>					
4.	Rotacja kadr zatrudnionych do testowania	2	Aktywne zaangażowanie wszystkich osób dedykowanych do przeprowadzenia testowania. Zabezpieczenie dodatkowej kadry na etapie rekrutacji do testowania - utworzenie grupy rezerwowej personelu testującego narzędzie.	2	4
5.	Niedostateczna liczba chętnych do uczestnictwa w testowaniu modelu.	2	Dywersyfikacja źródeł pozyskiwania uczestników testowania. Intensywna akcja promująca testowanie, wykorzystanie użytkowników w celu zachęcenia odbiorców do udziału w testowaniu - wykorzystanie jako nośnika informacji instytucji rynku pracy, agencji rekrutacyjnych, bezpośrednio firm zatrudniających osoby w zawodach handlowych. Przygotowanie listy argumentów zachęcających do udziału w testach. Dotarcie do szerokiej grupy odbiorców woj. pomorskiego (plakaty, ulotki, spotkania).	2	4

<sup>3</sup> Ryzyko: wysokie = 3, średnie = 2, niskie = 1.

<sup>4</sup> Prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka: duże = 3, średnie = 2, małe = 1.

**Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego**

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

6.	Niedostateczne zaangażowanie uczestników w testowanie modelu - absencja uczestników.	2	Stosowanie metod motywujących i aktywizujących w trakcie testowania. Profesjonalna kadra prowadząca zajęcia, rozmowy rekrutacyjne sprawdzające poziom motywacji, wsparcie opiekunów indywidualnych w trakcie całego testowania.	2	4
7.	Rezygnacja uczestników w trakcie testowania.	2	Tworzenie list rezerwowych. Ustalenie zasad uczestnictwa i rezygnacji z projektu. Zwrócenie szczególnej uwagi na motywacje uczestników w trakcie rekrutacji do testowania	2	4
8.	Niekorzystne opinie nt. produktu w środowisku odbiorców i użytkowników.	2	Szerokie informowanie interesariuszy o produkcie i jego zaletach, umożliwienie zapoznania się z narzędziem.	2	4
9.	Ograniczenie uczestników testowania do osób pracujących.	2	Monitorowanie procesu rekrutacji uczestników do testowania. W przypadku braku zainteresowania ze strony pierwotnie założonej grupy zwrócenie się do IP o zgodę na rozszerzenie grupy do testowania o osoby niepracujące.	2	4
10.	Brak koordynacji działań w zakresie testowania.	2	Stały nadzór ze strony kierownika projektu, wymiana doświadczeń wewnątrz GZP, ścisła współpraca pomiędzy osobami pełniącymi rolę koordynatorów w instytucjach wchodzących w skład partnerstwa.	2	4
<b>Analiza rzeczywistych efektów testowania produktu/ewaluacja</b>					
11.	Niekorzystne opinie nt. produktu w środowisku odbiorców i użytkowników	2	Szerokie informowanie interesariuszy o produkcie i jego zaletach, umożliwienie zapoznania się z narzędziem.	2	4
<b>Opracowanie produktu finalnego</b>					
12.	Brak możliwości modyfikacji narzędzia.	2	Systematyczna analiza postępu i wyników testowania.	2	4
13.	Brak jasnych wytycznych w zakresie opracowania ostatecznej wersji produktu finalnego oraz kryteriów oceny.	2	Pozyskiwanie informacji z IP, bieżące śledzenie opinii z walidacji innych produktów.	2	4
<b>Walidacja produktu finalnego przez IOK</b>					
14.	Brak akceptacji IOK.	2	Konsultacje produktu w trakcie testowania wstępnej wersji m.in. podczas Paneli Ekspertkich. Współpraca z IW (IP) - konsultacje przygotowanego dokumentu.	2	4
<b>Upowszechnienie i włączenie do głównego nurtu polityki ostatecznej wersji produktu</b>					
15.	Niewystarczające zainteresowanie interesariuszy implementacją modelu.	2	Monitorowanie ilości zgłoszeń na konferencje/warsztaty/panele oraz odpowiedzi na pisma i zapytania.	2	4

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego

## Akademia Handlowa 50+ - innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+

16.	Niewystarczające dotarcie do decydentów politycznych (niewystarczające włączenie do głównego nurtu polityki).	2	Monitorowanie reakcji kluczowych decydentów podczas GZP - na podstawie informacji przekazywanych od partnerów; monitorowanie ilości zgłoszeń na konferencje/warsztaty/ panele oraz odpowiedzi na pisma i zapytania.	2	4
17.	Niewystarczająco zrozumiały przekaz komunikacyjny w strategii włączania do głównego nurtu (np. na poziomie doboru terminologii).	2	Weryfikacja i modyfikacja przekazywanych interesariuszom treści poprzez przystosowanie komunikatu językowego do potrzeb interesariuszy na podstawie konsultacji z reprezentantami interesariuszy.	1	2
18.	Niewystarczająca ilość interesariuszy powiadomionych o modelu.	2	Stworzenie listy uzupełniającej interesariuszy, docieranie do większej ilości interesariuszy poprzez zintensyfikowaną kampanię upowszechniającą oraz działania włączające w ramach własnych zasobów - np. media związkowe, komisje zakładowe, spotkania związkowe.	1	2
<b>Zarządzanie projektem</b>					
19.	Specyfika realizacji projektów innowacyjnych.	2	Konsultacje z IP, wymiana doświadczeń na spotkaniach GZP oraz spotkaniach zespołu projektowego.	2	4
20.	Brak płynności finansowej w przekazywaniu środków.	2	Opracowanie harmonogramu działań uwzględniającego cykl życia projektu oraz monitorowanie przepływów gotówkowych w projekcie.	2	4
21.	Wzrost cen rynkowych na usługi zewnętrzne zaplanowane w budżecie projektu.	2	Możliwość zgłaszania zmian do budżetu projektu do IP.	2	4
22.	Niewywiązywanie się firm zewnętrznych z umowy.	2	Precyzyjne kryteria doboru wykonawców (w tym potwierdzone doświadczenie). Odpowiednie konstruowanie umów z wykonawcami, konsultacje prawne w zakresie przygotowywanych umów. Stosowanie kar umownych (wpisy do umów).	2	4
23.	Rotacja i odejścia pracowników.	2	Stworzenie bazy zastępczej pracowników kluczowych.	2	4
24.	Opóźnienia w realizacji działań według planu.	2	Monitorowanie i aktualizacja harmonogramu, ścisła współpraca koordynatorów z poszczególnymi instytucjami, omawianie bieżących i planowanych działań na spotkaniach koordynatorów.	2	4

**Akademia Handlowa 50+ -  
innowacyjny model walidacji i uzupełniania kompetencji zawodowych osób 50+**

**ZAŁĄCZNIK**

Opis Produktu Finalnego.

Lider Projektu – Fundacja Gospodarcza:

---

Partner nr 1 – ProFirma Sp. z o.o.:

---

Partner nr 2 – Region Gdański NSZZ „Solidarność”:

---

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego