



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



STRATEGIA

wdrażania projektu innowacyjnego testującego

„DBAJKI GRAJKI multimedialny program psychoedukacyjny dla szkół podstawowych”

**„DBAJKI GRAJKI multimedialny program psychoedukacyjny dla szkół podstawowych”
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego**



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego „DBAJKI GRAJKI multimedialny program psychoedukacyjny dla szkół podstawowych”

Priorytet IX, Działanie 9.6, Konkurs 1/POKL/9/D.1.1/2010

Autorzy Strategii:

Dorota Drozdowska-Szymborska

Dorota Szatkowska

Cel projektu:

Podniesienie efektywności uczenia się poprzez stworzenie multimedialnego programu opartego na animowanych filmach psychoedukacyjnych, interaktywnych grach komputerowych, scenariuszach zajęć i ćwiczeń kształtujących kompetencje twórczego myślenia, innowacyjności i pracy zespołowej wśród uczniów ze szczególnym uwzględnieniem uczniów o specjalnych potrzebach edukacyjnych (problemy wychowawcze, w nauce)

Dane o Projekcie:

Beneficjent: Fundacja Drabina Rozwoju; ul. Dobra 5/2; 00-384 Warszawa

Numer Umowy: POKL.09.01.02-30-360/10-01

Okres realizacji Projektu: 01.03.2011 – 31.12.2012

Poznań, grudzień 2011r.



Spis treści

I. Uzasadnienie

- 1.1 Opis problemów grupy docelowej
- 1.2 Przyczyny, konsekwencje i skala występowania opisanych

II. Cel wprowadzenia innowacji

- 2.1 Jaki będzie pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacji?
- 2.2 Wskaźniki, jakie określają osiągnięcie celu

III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

- 3.1 Na czym polega innowacja?
- 3.2 Komu służy ta innowacja?
- 3.3 Jakie warunki muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie
- 3.4 Efekty zastosowania
- 3.5 Elementy objęte przez innowację, w tym produkt finalny

IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

- 4.1 Dobór grup użytkowników i odbiorców, którzy wezmą udział w testowaniu
- 4.2 Przebieg testowania
- 4.3 Materiały, jakie otrzymają uczestnicy
- 4.4 Sposób monitorowania przebiegu testowania

V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

- 5.1 Jakie efekty zastosowania innowacji wystarczająco uzasadniają jej stosowanie?
- 5.2 Sposoby oceny wyników testowania
- 5.3 Ewaluacja – ocena efektywności produktu

VI. Strategia upowszechniania

- 6.1 Jaki jest cel działań upowszechniających?
- 6.2 Grupy, do których będą skierowane działania upowszechniające
- 6.3 Plan działań i ich charakterystyka

VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

- 7.1. Cel działań włączających
- 7.2 Grupy docelowe
- 7.3 Plan działań i ich charakterystyka

VIII. Kamienie milowe II etapu projektu

IX. Analiza ryzyka

X. Lista załączników

I. Uzasadnienie

1.1 Opis problemów grupy docelowej

Badania społeczne prowadzone w ramach I etapu projektu realizowane były równoległe przez Beneficjenta (w Polsce) i Partnera (w Niemczech). Narzędzia badawcze zostały uwspólnione w ramach współpracy ponadnarodowej, co pozwoliło na opracowanie jednego raportu z badań.

W ocenie nauczycieli największym problemem w sytuacji szkolnej pozostaje agresja – zwłaszcza w relacjach rówieśniczych. Dotyczy to w podobnym stopniu agresji słownej, jak i fizycznej. Jako przyczyny nauczyciele postrzegają przede wszystkim niedostosowanie społeczne, słaby rozwój emocjonalny – często wynikający z trudnej sytuacji rodzinnej, chęć zwrócenia na siebie uwagi, a także niską samoocenę. Powiązaniem problemem jest obojętność i brak wrażliwości na krzywdę innych.

Wśród problemów w nauce najczęściej pojawia się brak koncentracji, trudności z pisaniem i czytaniem, w tym czytania ze zrozumieniem oraz brak motywacji do nauki. Efektem są dość słabe wyniki egzaminów kończących szkołę podstawową.

Osobną grupę problemów postrzeganych przez nauczycieli stanowi postawa uczniów wobec nauczyciela: brak szacunku, roszczeniowość, nie wykonywanie poleceń.

Jako problem sygnalizowano też problemy psychiczne dzieci (np. obniżenie nastroju, lęki, zaburzenia zachowania). Zarówno nauczyciele jak i uczniowie szczególną uwagę zwracają na trudności w rozpoznawaniu emocji i panowania nad nimi.

Przyczyn tych problemów większość kadry upatruje w trudnościach psychologicznych uczniów będących wynikiem sytuacji rodzinnej: braku wsparcia ze strony rodziców, słabej współpracy między nimi a szkołą, czasem też zaniedbań wychowawczo-opiekuńczych.

Z badań Partnera ponadnarodowego wynika, iż wśród polskich dzieci uczących się w Niemczech na pierwszy plan wysunęły się trudności z akceptacją w klasie, i „kłopoty wynikające z faktu, że dziecko jest w obcym kraju”.

Rozwój dzieci jest dla nauczycieli, wychowawców i pedagogów bardzo ważny. Z badań wynika jednak, iż przywiązują zbyt małą uwagę do miękkich umiejętności uczniów: nie potrafią identyfikować i wzmacniać ich mocnych stron, niedostatecznie troszczą się o samoocenę dzieci, a także zbyt rzadko zachęcają je do kreatywności, stosowania nieszablonowych rozwiązań i samodzielności.

Jednocześnie w obliczu sytuacji problemowych kadra szkolna postępuje dość szablonowo: dominują działania wymagające najmniejszego zaangażowania, a jednocześnie dające najmniej trwałe rezultaty, jak rozmowa wychowawcza z uczniem czy próba kontaktu z rodzicami. Może to świadczyć o niedostatecznej znajomości nowoczesnych metod pracy z dziećmi, braku wiary w swoje kompetencje, ale także braku wsparcia instytucjonalnego.

Pytani o przyczyny trudności z radzeniem sobie w sytuacjach problematycznych nauczyciele wskazują na kwestie systemowe i organizacyjne (nadmiar obowiązków, zbyt liczne klasy), kwestie metodyczne (brak odpowiednich narzędzi) oraz społeczne



(brak współpracy z rodzicami). Jednak największa grupa badanych nie potrafiła określić przyczyn bezradności.

Większość nauczycieli deklaruje chęć korzystania z nowych metod dydaktycznych. Wskazują jednak na brak dostępu do dobrze przygotowanych i adekwatnych do potrzeb materiałów. Niewielu z nich podejmuje się samodzielnego opracowywania pomocy naukowych i autorskich programów wsparcia potencjału uczniów. W niewielkim stopniu wykorzystują multimedia.

Nauczyciele, wychowawcy i pedagodzy mają pewne informacje na temat metody bajkoterapii: jest ona przez nich postrzegana pozytywnie. Doceniają możliwości jakie stwarzają bajki w zakresie rozwoju emocjonalnego uczniów, większej empatyczności, poszukiwania rozwiązań sytuacji problemowych, a także podnoszenia samooceny. Podkreślają jednak brak nie tylko wiedzy metodycznej (nt. planowania i przebiegu zajęć, stosowania konkretnych strategii terapeutycznych), ale również informacji na temat dostępności adekwatnych tekstów „bajkoterapeutycznych”.

Najważniejsze wyniki z badań z uczniami:

- 97% przyznaje, że było świadkami sytuacji agresywnych w szkole
- 97% lubi oglądać bajki i grać w gry komputerowe
- 84% doświadcza problemów interpersonalnych (współpraca w grupie, komunikowanie się)
- 72% nie zna sposobów twórczego rozwiązywania problemów
- 64% stwierdza, że nudzi się na lekcjach
- 66% przyznaje się do uderzenia innego dziecka;
- 59 % ma problemy z nazwaniem swoich mocnych stron
- 48% czuje wsparcie wychowawcy w trudnych chwilach
- 46% dzieci polskich uczących się w szkołach w Niemczech doświadcza odmienności
- 33% ma poczucie, że nauczyciele chwalą ich nietypowe pomysły
- 23% ma poczucie odrzucenia wśród uczniów;

Najważniejsze wnioski z badań z kadrą placówek oświatowych:

- 80% przyznało, że agresja uczniów jest dla nich problemem
- 56% nie potrafi sobie radzić z tego rodzaju zachowaniami uczniów
- najczęstszą reakcją jest rozmowa z uczniem i próba przeniesienia odpowiedzialności na innych (np. rodziców, dyrektora szkoły, psychologa); jedynie 15% wprowadza zajęcia interaktywne, warsztaty czy psychoedukację jako sposób radzenia sobie z trudnościami
- 60% zna metodę bajkoterapii, ale regularnie korzysta z niej jedynie 34% z nich
- 55% korzysta z gotowych programów i technik wspierania potencjału uczniów
- 48 % stosuje techniki twórczości w procesie dydaktycznym
- 40% potrafi wskazać mocne strony uczniów
- ponad 20% nie jest w stanie określić działań pozwalających na poprawę sytuacji bezradności nauczycieli wobec uczniów trudnych
- istnieje związek między lubieniem swojej pracy a gotowością do wprowadzania elementów multimedialnych, a także chęcią poszukiwania nowych materiałów dydaktycznych

- wprowadzanie nowych metod prowadzenia zajęć jest skorelowane z częstym poszukiwaniem materiałów dydaktycznych i samodzielnym ich opracowywaniem
- istnieje odwrotny związek między subiektywną oceną nasilenia problemów z zachowaniami agresywnymi uczniów a częstotliwością stosowania gotowych technik i programów wspierania potencjału uczniów

Wnioski i rekomendacje dot. produktu finalnego

- Bajki i gry komputerowe są atrakcyjną i zrozumiałą formą przekazu dla dzieci. Poszczególne elementy produktu warto budować w oparciu o schematy i techniki znane dzieciom z gier komputerowych i filmów rysunkowych. Środowisko Dbajek–Grajek powinno wykorzystywać wzorce fantastyczne, podróżnicze i przygodowe. Bohaterowie powinni być kolorowi, interesujący i nieszablonowi.
- Uczniowie borykają się z problemem agresji rówieśniczej, doświadczają problemów interpersonalnych, nie potrafią twórczo rozwiązywać problemów. W Niemczech duża część uczniów boryka się z poczuciem odmienności. Problemy te przekładają się także na trudności w procesie uczenia się: brak koncentracji, poczucie znudzenia, niechęć do wykonywania poleceń i zadań.

Kwestie te powinny znaleźć odzwierciedlenie w scenariuszach Dbajek-Grajek, ukazując powiązanie pomiędzy problemami oraz złożoność sytuacji szkolnej – nakładanie się zachowań różnych uczniów.

Równocześnie Dbajki-Grajki powinny budować przekaz pozytywny: rozwijania zarówno konkretnych umiejętności bardziej efektywnego uczenia się, jak i miękkich kompetencji: empatia, nastawienie na szukanie rozwiązań, umiejętność budowania satysfakcjonujących relacji z innymi dziećmi.

- Konieczne jest uwypuklenie w programie roli pozytywnej samooceny dzieci, zasobów sprzyjających rozwojowi osobistemu, a także pogłębionej samoświadomości (np. dotyczącej swoich mocnych stron).
- Nauczyciele poszukują gotowych, kompleksowych nowych narzędzi dydaktycznych, są także zainteresowani podnoszeniem kwalifikacji. Produkt finalny powinien zakładać także komponent szkolenia dla nauczycieli, obejmujący nie tylko poznanie metody czy poznanie różnych sposobów pracy z jej wykorzystaniem, , ale także rozwój umiejętności jej kreatywnego wykorzystania i rozwijania. Produkt powinien zawierać też zestawy gotowych ćwiczeń i zajęć towarzyszących narzędziom multimedialnym
- Schematyczne podejście do rozwiązywania problemów trudnego ucznia często powoduje krótkotrwałość efektów. Dbajki-Grajki powinny budować narzędzie wspierające długofalową pracę z dzieckiem.
- Bariere zgłaszaną przez nauczycieli stanowi mała indywidualizacja pracy. Dbajki-Grajki rozwijając umiejętności pracy grupowej powinny też umożliwiać lepsze poznanie pojedynczego ucznia i tworzyć narzędzia pracy zindywidualizowanej.
- Nauczyciele o krótszym stażu są bardziej otwarci na nowatorskie rozwiązania. Należy zadbać o upowszechnienie produktu do kadry o dłuższym stażu zawodowym i większej wstrzeźliwości we wprowadzaniu nowych narzędzi i form pracy.

II. Cel wprowadzenia innowacji

2.1 Jaki będzie pożądaný stan docelowy po wprowadzeniu innowacji?

Celem jest wypracowanie i wdrożenie innowacyjnego narzędzia wspierania procesu dydaktycznego ukierunkowanego na efekty uczenia się, w tym kształtowania kompetencji twórczego myślenia, innowacyjności i pracy zespołowej wśród uczniów.

Pożądaný stan po wprowadzeniu innowacji to:

- zwiększenie umiejętności psychospołecznych uczniów
- zwiększenie umiejętności kreatywnego i twórczego myślenia jako sposobu rozwiązywania problemów
- wzrost umiejętności współpracy i korzystania z pomocy innych oraz wspólnego tworzenia czegoś
- zwiększenie poczucia własnej wartości i umiejętności uczniów oraz związane z tym odważniejsze podejmowanie przez nich nowych, nieznanych zadań i problemów
- zmniejszanie zachowań agresywnych.
- Wzrost umiejętności kadry pedagogicznej wykorzystywania twórczych i aktywnych metod pracy dydaktycznej ze szczególnym uwzględnieniem ucznia trudnego

Z punktu widzenia odbiorców produktu 60 polskich odbiorców, w tym 50%dz. i 50%chł. oraz 20 niemieckich odbiorców:

- będzie miało dostęp do narzędzia wspierającego ich rozwój psychoedukacyjny.
- zostanie objętych pomocą w rozwijaniu kompetencji kluczowych w tym: komunikacji, twórczego rozwiązywania problemów oraz podwyższania samooceny i zmniejszania zachowań agresywnych

Z punktu widzenia użytkowników produktu 20 użytkowników polskich 18K i 2M oraz 10 użytkowników niemieckich :

- włączy produkt do swojej pracy dydaktycznej,
- zdobędzie umiejętności pracy z narzędziem psychoedukacyjnym,
- zwiększy swoje kompetencje zawodowe w zakresie wykorzystywania innowacyjnych metod pracy z uczniem trudnym.

Od strony produktu finalnego stworzony zostanie:

- Film animowany DVD, 2) Gra komputerowa–CD/DVD, 3) Materiały dla Kadry–CD, 4) Książka dla ucznia/rodzica

2.2 Wskaźniki, jakie określają osiągnięcie celu to:

Dzieci:

- % potrafiących wskazać właściwe rozwiązania trudnych sytuacji społecznych;
- % potrafiących nazwać własne stany emocjonalne oraz bohaterów historyjki;
- % u których wzrosła samoocena;
- % które potrafią twórczo rozwiązywać problemy
- % umiejących właściwie rozpoznać przejawy przemocy
- % które wiedzą do kogo mogą się zwrócić w trudnej sytuacji domowej;
- % nauczycieli, którzy nauczyli się wykorzystywać metodę bajkoterapii w swojej pracy dydaktycznej



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



- % nauczycieli którzy sięgnęli po techniki twórczości w procesie dydaktycznym
- % nauczycieli, którzy zastosowali program multimedialny Dbajki – Grajki w pracy dydaktycznej ze szczególnym uwzględnieniem ucznia trudnego;
- znajomość zasad prowadzenia zajęć z wykorzystaniem narzędzia
- % nauczycieli którzy poszerzą metodologię pracy z uczniem w tym z uczniem trudnym
- Poziom satysfakcji z uczestnictwa w programie



III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

3.1 Na czym polega innowacja?

Innowacyjność rozwiązania polega na wprowadzeniu do pracy dydaktycznej nowoczesnego i powszechnego wśród uczniów narzędzia multimedialnego połączonego ze sprawdzoną i przynoszącą znakomite efekty metodą pracy opartej na bajkoterapii.

Innowacyjność ta przejawia się w 3 wymiarach, tj. uczestnika, formy wsparcia i produktu finalnego.

Innowacyjność na **poziomie uczestnika** obejmuje działaniem ucznia tzw. trudnego, który dotychczas w niewielkim stopniu korzystał z pomocy. Koncepcja psychoedukacyjnego multimedialnego narzędzia jest rozwiązaniem nowatorskim, dotychczas niestosowanym, a jednocześnie opartym na dwóch sprawdzonych modelach pracy: bajkoterapii i multimedialnych (gry i filmy) oraz adekwatnym do grupy docelowej i jej zainteresowań.

Innowacyjność na **poziomie formy wsparcia** przejawia się w połączeniu pracy psychologiczno-pedagogicznej z filmami i grami komputerowymi opartymi o sprawdzoną i przynoszącą znakomite efekty metodą terapii - tzw. Bajkoterapią. Innowacyjne na tym poziomie jest także położenie szczególnego nacisku na kształtowanie kompetencji twórczego myślenia, innowacyjności i pracy zespołowej wśród uczniów

Innowacyjność na **poziomie produktu finalnego** polega na tym, że obejmuje oddziaływaniem całe środowisko szkolne (ucznia, nauczyciela, rodzica). Zawiera aktywne multimedialne metody włączające odb. i użyt. Nauczanie i przyswajanie wiedzy odbywa się w sposób niekonwencjonalny. Zajęcia z użyciem produktu motywują ucznia do dział., twórcz. myślenia i kreatywn. rozwiąz. prob. Poprzez multimedialne narzędzie uczeń przeżywając fabułę i narrację przeżywa różne emocje bohaterów. Pozwala mu to identyfikować się z postaciami i razem z nimi nabywać umiejętności psychospołeczne.

Wg M.Molickiej („Bajki Terapeutyczne” Media Rodzina 2003) bajkoterapia polega tym, że dziecko, poznając historię bohatera, który znajduje się w podobnej do niego sytuacji, ma możliwość lepszego zrozumienia swojego położenia i tego, co się z nim dzieje. Bajka, historia daje też informację, jak można poradzić sobie z konkretnym problemem lub tym, co dzieje się w jego sercu. Bajki terapeutyczne pokazują inny sposób myślenia, odczuwania i reagowania. Dziecko słuchając tych bajek nie czuje się zagrożone ani ośmieszona. Opisywanie stanów emocjonalnych w bajkach sprzyja kształtowaniu empatii, rozumieniu siebie i innych, ułatwianiu komunikacji. Dziecko oswaja się, zatem z sytuacjami lękowymi z miejsca dla niego bezpiecznego, nie przeżywa ich w świecie realnym, czyli nie powoduje wzmożenia tego lęku.

3.2 Komu służy ta innowacja?

W realizowanym projekcie innowacja skierowana jest do dwóch grup docelowych:

- użytkowników produktu – polska kadry pedagogiczna 20 osób (18K i 2M) oraz niemiecka kadra – 10 osób
- Uczniów Szkół Podstawowych. Na etapie testowania obejmujemy 60 osób z Polski (50% K i 50%M) oraz 20 osób z Niemiec, ze szczególnym uwzględnieniem ucznia tzw. trudnego (mającego problemy emocjonalne i trudności w nauce).

Po etapie testowania, wersja finalna produktu zostanie upubliczniona i będzie dostępna dla wszystkich SP oraz placówek oświat., poradni psych-pedag. z terenu całego kraju oraz dla dzieci polonijnych w Niemczech. Wypracowany wspólnie z



Partnerem model przyczyni się do uzupełnienia oferty szkół i placówek oświatowych, wzbogacając ją o działania do tej pory nie proponowane.

W szerokim rozumieniu innowacja jest skierowana do podopiecznych i pracowników Ośrodków Szkolno-Wychowawczych i Socjoterapeutycznych. Są to placówki, które skupiają dzieci i młodzież z podobnymi trudnościami jak grupa odbiorców wyłoniona do testowania. Bazując na narzędziach wypracowanych i przetestowanych w ramach projektu możliwe będzie zaadaptowanie formuły narzędzia do różnych grup docelowych i problemów, których rozwiązanie mają wspierać.

3.3 Jakie warunki muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie?

Warunkiem właściwego wypracowania innowacji jest:

- akceptacja metody przez użytkowników. W tym celu do bieżących prac nad koncepcją i formułą narzędzia zostali zaproszeni przedstawiciele placówek oświatowych wyłonionych do udziału w projekcie.
- prawidłowy dobór ekspertów, posiadających wiedzę i doświadczenie z zakresu bajkoterapii, pracy z uczniem trudnym i psychologii. Zespół autorski skorzysta zarówno z profesjonalnej wiedzy, jak i doświadczenia niezbędnego przy tworzeniu produktów finalnych.
- rekrutacja odbiorców, od której zależy, czy osoby korzystające ze wsparcia to te, do których, zgodnie z założeniami instrumentu finalnego, takie wsparcie powinno trafić. Kluczowa będzie ścisła współpraca z użytkownikami, którzy podczas superwizji będą omawiali trudności i efekty stosowania narzędzia. Prawidłowa diagnoza i analiza pozwolą w jak największym stopniu zaspokoić potrzeby i niwelować deficyty odbiorcy, czyli zapewnić właściwe działanie innowacji.

Warunkiem właściwego działania innowacji jest:

- Odbiorcy muszą zostać przeszkoleni ze stosowania metody i obsługi narzędzia multimedialnego oraz zapoznani z materiałami wypracowanymi w projekcie

3.4 Efekty zastosowania.

Efekty projektu można podzielić na kilka kategorii:

- a) w odniesieniu do odbiorców Korzyści dla odbiorców koncentrują się na wzroście kompetencji kluczowych (społ. i obywat.), umiejętności porozumiewania się, kreatywności i twórczego rozwiązywania problemów. Uczeń poprzez narzędzie zobaczy wiele psychologicznie wiarygodnych sytuacji, które nauczą go rozpoznawać i nazywać uczucia, emocje. Pokażą jak i gdzie szukać wsparcia, uświadomią źródła zachowań agresywnych i pokażą metody radzenia sobie z nimi. Uczeń będzie potrafił ocenić swoje mocne strony (szczegółowe efekty zamieszczono w raporcie z badań)

w odniesieniu do użytkowników Korzyści dla użytkowników: uzyskanie możliwości wdrożenia innowacyjnego sposobu przekazywania uczniom wiedzy i umiejętności, zwiększenie skuteczności procesu nauczania, zwiększenie potencjału pracowników (rozwój zawodowy),

- b) w odniesieniu do interesariuszy (pozostałych osób kontaktujących się z dziećmi)

Korzyści: zmiana postrzegania postaw ucznia trudnego przez społeczeństwo, Zmniejszenie problemów z nawiązywaniem właściwych relacji emocjonalnych i społecznych z odbiorcami w szczególności z tzw. uczniem trudnym

3.5 Elementy objęte przez innowację, w tym produkt finalny.

- 1) Opracowanie wersji produktu finalnego, który składać się będzie z produktów:

FILMY Płyta DVD (praca indywidualna lub grupowa)



Film 1 „WIELOGŁOWY POTWÓR” przedstawia logikę i dynamikę grupowego procesu prześladowania oraz pokazuje typowe role tego procesu: ofiary, głównego prześladowcy, jego popleczników i milczącej większości. Porusza także problem odmienności – zarówno spowodowanej cechami indywidualnymi, jak i wynikającej z przynależności do mniejszości kulturowej (problem imigrantów). **Film 2 „PRACA DOMOWA”** opowiada o wpływie sytuacji domowej dzieci na ich funkcjonowanie w szkole i grupie oraz wyniki w nauce. Pokazany jest wpływ biedy i obciążenia dziecka obowiązkami domowymi, a także destrukcyjny wpływ na psychikę dziecka konfliktów rodzinnych i nie liczenie się z jego zdaniem. Film ostrzega przed etykietowaniem osób na podstawie odgrywanych ról czy masek, które noszą bez znajomości ich sytuacji i uczuć. Pokazuje konsekwencje braku otwartej komunikacji. **Film 3 „WYŚCIG”** przedstawia problem zróżnicowania możliwości intelektualnych dzieci i konsekwencje tego w środowisku szkolnym. Pokazane jest dziecko o niższych niż przeciętna możliwościach intelektualnych, które nie ma w domu wsparcia w nauce oraz dziecko bardzo zdolne i pracowite, ale obciążone nadmiernymi oczekiwaniami rodziców, co powoduje u niego perfekcjonizm. Każde z nich jest wyobcowane i potrzebuje pomocy.

Gier: GRY **pierwsza „KRYJÓWKA”** uczy, że łatwiej radzić sobie z trudnościami, gdy mamy przyjaciół, ale trzeba ich umiejętnie dobrać – ważnym kryterium jest to, jak nas traktuje dana osoba. **Gra druga „TAJEMNICE”** pokazuje, że tajemnica nieświadomiona utrudnia życie, tajemnica uświadomiona, ale dźwigana samotnie ciąży, a tajemnica dzielona z zaufaną osobą staje się czymś, co nas łączy. **Gra trzecia „WYGRANA”** pokazuje, że każda osoba ma jakieś zdolności i dobrze jest znać swoje mocne strony. Aby praca zespołowa przynosiła jak najlepsze efekty zadania muszą być rozdzielone zgodnie z umiejętnościami poszczególnych członków w zespole, a atmosfera i model współpracy być przyjazna dla wszystkich zaangażowanych osób.

KSIĄŻKA „INNE HISTORIE Z PLANETY TAKTALI” podzielona na 6 części, z których każda skupia się na 1 pierwszoplanowej postaci z filmu. Każda niesie z sobą konkretny problem, który poznajemy w krótkich tekstach. Są to zarówno krótkie opowiadanka, listy, fragmenty pamiętników, sny, ogłoszenia, scenki, dialogi itp. Dzięki temu możemy mieć wgląd w uczucia, przemyślenia i przeżycia głównego bohatera, a także spojrzeć na niego oczami innych osób. Niektóre teksty trzeba będzie uzupełnić – wymyślić zakończenie, rozmowę bohaterów, uzupełnić opis uczuć itp.

CD materiały dla Kadry zawierający informacje jak korzystać z filmu, gry. Treść połączona z fabułą filmów, które będą określały zakres problematyki zawartej w danej części zajęć. Przykłady atrakcyjnych form prowadzenia zajęć, jak używać personifikacji, sposoby „przełożenia” informacji, wiedzy o procesach na opowieści, gdyż wg koncepcji narracyjnej struktury ludzkiego umysłu są one łatwiej przyswajane i zapamiętywane. Co to jest bajkoterapia, profil psychologiczny ucznia o specjalnych potrzebach edukacyjnych typowe przyczyny, najczęstsze błędy dorosłych (np. niewłaściwe odczytanie nieświadomych komunikatów dziecka), działania konstruktywne i narzędzia do bezpośredniej pracy z uczniem (grupa i indywidualnie).

2) Testowanie wstępnej wersji produktu w wybranych placówkach oświatowych w Polsce i w Niemczech

3) Opracowanie finalnej wersji produktu

4) Upowszechnienie produktu finalnego w Polsce i w Niemczech.

IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

Testowanie produktu finalnego zaplanowane jest na okres: 12.2011 – 07.2012. Celem testów jest zbadanie skuteczności wstępnej wersji produktu, czy - i w jakim zakresie – przyczyni się do rozwiązania problemów grupy odbiorców. Za cały proces testowania, w tym również monitorowania, odpowiedzialny będzie Specjalista merytoryczny we współpracy z Koordynatorem projektu.

4.1 Dobór grup użytkowników i odbiorców, którzy wezmą udział w testowaniu.

Dobór grup użytkowników i odbiorców na potrzeby przeprowadzenia testów poprzedzone jest nawiązaniem współpracy z placówkami oświatowymi, w których będą odbywać się testy narzędzia. Na potrzeby przeprowadzenia testów Projektodawca pozyska 20 użytkowników i 60 odbiorców, a Partner 10 użytkowników i 20 odbiorców. Nabór będzie prowadzony metodą bezpośrednią przez wytypowane osoby ze strony Projektodawcy i Partnera, którzy wyłonią użytkowników z placówek oświatowych, którzy wskażą odbiorców opisanych w pkt. 3.2 Strategii. Dobór tej grupy dopasowano do specyfiki rozwiązywanych problemów ze szczególnym uwzględnieniem ucznia tzw. trudnego. Udział i zbieranie opinii użytkowników w trakcie przeprowadzania testów będzie zagwarantowany poprzez podpisanie umów uczestnictwa w projekcie gwarantujących ich aktywność do końca testów.

4.2 Przebieg testowania.

Testowanie narzędzia oznacza przejście wszystkich kroków opisanych w ramach programu psychoedukacyjnego. Proces testowania składać się będzie z następujących etapów:

- Oceny stanu początkowego wiedzy, umiejętności i kompetencji psychospołecznych przeprowadzana na etapie rekrutacji i selekcji każdego uczestnika testów (użytkownika i odbiorcy)
- Testowania właściwego – analizy efektywności stosowania Dbajek-Grajek w trakcie testów;
- Zakończenia z ewaluacją końcową i agregowaniem wyników, które będą upowszechniane w dalszej części projektu.

Udział użytkowników w testach polegać będzie na przejściu kompleksowej ścieżki:

- Szkolenie - 10h przygotowujące do pracy z uczniem w tym: techniki twórczości w procesie dydaktycznym, wykłady z bajkoterapii, zajęcia warsztatowe z obsługi narzędzia multimedialnego, scenariuszy zajęć i prowadzenia zajęć z ich użyciem;
- Superwizje – 60h w trakcie których będzie omawiane przez użytkowników testowanie oraz pojawiające się trudności, uwagi dotyczące ewentualnych zmian.
- Bieżące testowanie produktów finalnych użytkownika z odbiorcą

Udział odbiorców w testach:

- Uczestniczenie w zajęciach z użyciem narzędzia (1h/tygodniowo)
- Wypełnienie ankiet satysfakcji korzystania z narzędzi multimedialnych (filmy i gra) po zakończeniu zajęć
- spotkania i rozmowy z Koordynatorem projektu i przedstawicielem Partnera

Proces testowania przez odbiorców będzie prowadzony pod nadzorem użytkowników. Połączony będzie z bieżącym monitorowaniem użyteczności i skuteczności produktu zarówno pod względem metodycznym, psychoedukacyjnym i technicznym.

4.3 Materiały, jakie otrzymają uczestnicy.

W trakcie testów użytkownicy otrzymają umowę uczestnictwa w projekcie, poradnik wydany na płycie CD i materiały szkoleniowe oraz filmy i gry.

4.4 Sposób monitorowania przebiegu testowania.

Monitoring w projekcie obejmuje zbieranie bieżących informacji o przebiegu testowania od użytkowników i od odbiorców z Polski i Niemiec. Obie grupy będą wypełniać specjalnie przygotowane formularze monitoringowe „Karty monitoringu” – użytkownicy, skale satysfakcji – odbiorcy. Dodatkowo przedstawiciel zespołu projektowego będzie realizował cykl spotkań z użytkownikami i z odbiorcami niezależnie (w częstotliwości co najmniej co dwa miesiące). Spotkania posłużą zebraniu informacji nt. tego co zdaniem grupy jest mocną stroną projektu a co jeszcze wymaga korekty. Dopuszczalny zakres korekty obejmuje zmiany metodyczne w scenariuszach zajęć, wydłużenie/skrócenie poszczególnych modułów, modyfikacje merytoryczne oraz techniczne. O wprowadzeniu zmian zawsze będzie decydował zespół projektowy.

Monitoring opinii użytkowników - metody	Monitoring opinii odbiorców- metody
<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Karta monitoringu” – raz w miesiącu (forma: ankieta pisemna, telefoniczna lub spotkanie bezpośrednie). ▪ Ankieta ewaluacyjna po szkoleniach ▪ Superwizje -dyskusje grupowe (wnioski) ▪ cykliczne spotkania z użytkownikami (krótkie sprawozdania specjalisty merytorycznego projektu) ▪ swobodne uwagi i informacje mailowe wpływające na adres przedstawiciela zespołu projektowego – wszystkim użytkownikom zostanie podany kontakt telefoniczny i mailowy ▪ końcowa ankieta opinii o projekcie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ skala mierząca satysfakcję dziecka z korzystania z produktów (po każdorazowym korzystaniu) ▪ skala mierząca satysfakcję dziecka z udziału w zajęciach ▪ spotkania i rozmowy z członkiem zespołu projektowego (raport) ▪ końcowa ankieta opinii o projekcie

V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

5.1 Jakie efekty zastosowania innowacji wystarczająco uzasadniają jej stosowanie?

Projekt można określić poprzez 3 niezależne wymiary: atrakcyjność, skuteczność i efektywność. **Atrakcyjność** projektu będzie oceniona przez Polskich i Niemieckich użytkowników i odbiorców. Ich pozytywna rekomendacja będzie jednym z wymaganych warunków do uznania sukcesu projektu. Jeśli okaże się, że w odniesieniu do uczniów projekt: a) podniósł w oczekiwanym stopniu umiejętności porozumiewania się, kreatywności i twórczego rozwiązywania problemów, b) wzrosło u uczniów poczucie własnej wartości i umiejętności a co za tym idzie chętniej podejmują się oni nowych zadań, c) zmalała liczba zachowań agresywnych, d) zmalało poczucie odmienności wynikające z przynależności do mniejszości kulturowej W odniesieniu do nauczycieli: wzrosną umiejętności kadry pedagogicznej wykorzystywania twórczych i aktywnych metod pracy dydaktycznej ze szczególnym uwzględnieniem ucznia trudnego osiągniemy sukces na polu **skuteczności**. **Efektywność** zmierzmy porównując zmiany w funkcjonowaniu społecznym uczniów objętych oddziaływaniem, do zmian w funkcjonowaniu grupy kontrolnej objętej takim samym badaniem (zarówno pretestem jak i posttestem) - 10-cioro dzieci w wieku szkoły podstawowej z innych szkół. Z porównania tych grup będziemy wnioskować, czy projekt daje jednoznacznie lepsze efekty. Będzie to warunkiem dostatecznym jako uzasadnienie stosowania projektu na szerszą skalę. Badania będą metodologicznie tak zaprojektowane, aby kontrolować ważne zmienne niezależne (czas okres testowania, wiek dzieci, pochodzenie, płeć, miejsce zamieszkania).

5.2 Sposoby oceny wyników testowania w Polsce i w Niemczech.

Lp.	Metoda	Badane wskaźniki
1	Analiza kart monitoringu – raz w miesiącu (użytkownicy)	Łatwość użytkowania scenariuszy zajęć, filmów i gier, szczegółowość opisów, dostępność pomocy, pomysłowość, adekwatność i efektywność narzędzia
2	Analiza ankiet ewaluacyjnych po szkoleniach użytkowników	Przydatność treści w pracy dydaktycznej, atrakcyjność form pracy pokazanych na szkoleniu, kompetencje trenera
3	Analiza Superwizji z użytkownikami	Liczba użytkowników uczestniczących w superrewizjach Wnioski specjalisty merytorycznego
4	Analiza informacji mailowych spływających do przedstawiciela zespołu projektowego	Liczba wniosków racjonalizatorskich
5	Analiza skali satysfakcji ucznia po zajęciach	Poziom satysfakcji
6	Analiza spotkań i rozmów odbiorców z przedstawicielem zespołu projektowego	Liczba uczniów uczestniczących w spotkaniach Wnioski specjalisty merytorycznego
7	Analiza wyników „Kwestionariusza kompetencji	Liczba ocenianych dzieci przez kadry pedagogiczną Zmiany w zakresie kompetencji psychospołecznych, twórczego rozwiązywania sytuacji trudnych (w tym



	psychospołecznych dziecka	związanych z konfliktami z rówieśnikami, agresją, kłopotami domowymi, a także odmiennością). Różnica między wynikami pretestu i posttestu dla poszczególnych kompetencji
8	Analiza wyników kwestionariusza dla użytkowników	Liczba nauczycieli którym wzrosły umiejętności w zakresie zastosowania innowacyjnych metod dydaktycznych, radzenia sobie z agresją wśród uczniów, którzy sięgnęli po techniki twórczości w procesie dydaktycznym i nabyli umiejętności pracy z uczniem trudnym
9	Analiza końcowych ankiet opinii o projekcie - badanie użytkowników i odbiorców	Skuteczność, efektywność, atrakcyjności, łatwości korzystania z produktu, adekwatność zalecanej częstości zajęć, stopień dopasowania scenariuszy zajęć do elementów multimedialnych, jakość wsparcia w projekcie, bilans mocnych stron w stosunku do obszarów do zmiany

5.3 Ewaluacja

5.3.1. Ewaluacja wewnętrzna - obserwacje w trakcie szkolenia i superwizji dla użytkowników prowadzone przez trenerów, Spec. merytorycznego i Koordynatora. Zostaną opisane w raporcie końcowym. Zebrania Grupy Zarządzającej 1 raz w miesiącu podczas których omawiane są bieżące sprawy, realizacja działań, postęp finansowy w odniesieniu do działań merytorycznych, efektywność upowszechniania.

5.3.2. Ewaluacja zewnętrzna - niezależna firma zostanie wyłoniona z zachowaniem zasady konkurencyjności. Kluczowym kryterium wyboru będzie zaproponowana metodologia, jej dostosowanie do projektu innowacyjnego. Preferowane będzie doświadczenie w przeprowadzaniu ewaluacji programów społecznych i/lub edukacyjnych, szczególnie w projektach POKL. Efekty projektu będą oceniane na poziomach: **a) merytorycznym** (zgodność z celem i zdiagnozowanymi potrzebami grupy odbiorców i użytkowników), **b) metodycznym** (skuteczność, efektywność, atrakcyjność i innowacyjność produktów i metod pracy), **c) technicznym** (działania narzędzi, aplikacji i filmów, jakości materiałów), **d) komunikacyjnym** (jasność przekazu w scenariuszach zajęć, bezpośredniości i przyjazności komunikacji w spotkaniach superwizyjnych, na szkoleniach, dostępności komunikacji z ekspertami w projekcie i możliwości zgłaszania uwag).

Podstawowe kryteria ujęte w ewaluacji obejmą: **a)** Adekwatność, zgodność przyjętych celów projektu ze zidentyfikowanym problemami i potrzebami beneficjentów, **b)** Efektywność poniesionych nakładów do uzyskanych wyników, **c)** Skuteczność, stopień osiągnięcia celów projektu innowacyjnego, **d)** Oddziaływanie/wpływ na ile upowszechnienie i włączenie produktu finalnego będzie sprzyjało osiągnięciu celów PO KL, **e)** Trwałość efektów skuteczność działań upowszechniających i włączających, szanse dalszego funkcjonowania produktu finalnego. Badaniem objęci będą wszyscy uczestnicy testowania. Wyniki zostaną przedstawione w raporcie.

Metody ewaluacji **a)** analiza dokumentów i danych, w tym z monitoringu i superwizji, **b)** wywiady z odbiorcami, **c)** wywiady z użytkownikami, **d)** ankiety ewaluacyjne użytkowników, **e)** badanie satysfakcji korzystania z narzędzi multimedialnych, udziału w zajęciach, **f)** ankiety końcowe opinii użytkowników i odbiorców, **g)** raporty koordynatora po cyklicznych spotkaniach z użytkownikami i z odbiorcami (wnioski opisowe)

VI. Strategia upowszechniania

6.1 Jaki jest cel działań upowszechniających?

Strategia upowszechniania projektu została opracowana i jest konsekwentnie realizowana od początku projektu. Zgodnie z nią przyjęto poniższe cele działań upowszechniających:

- dotarcie ze szczegółową informacją o produktach finalnych projektu do jego potencjalnych użytkowników, odbiorców i pozostałych interesariuszy z terenu woj. Wielkopolskiego oraz Niemiec zainteresowanych jego wykorzystaniem,
- zwiększenie poziomu wiedzy potencjalnych użytkowników i odbiorców na terenie Poldki i Niemiec oraz pozostałych interesariuszy produktami cząstkowymi wypracowanymi w trakcie realizacji projektu.

6.2 grupy docelowe i plan działania

Przedmiotem upowszechniania będzie multimedialny program psychoedukacyjny wspierający proces dydaktyczny ukierunkowany na efekty uczenia się, w tym kształtowania kompetencji twórczego myślenia, innowacyjności i pracy zespołowej wśród uczniów Szkół Podstawowych.

Grupy, do których będą skierowane działania upowszechniające na terenie Polski i Niemiec:

L p	Grupa	uzasadnienie	skala
1	Użytkownicy – pracownicy placówek oświatowych	bezpośredni realizatorzy działań powinni postrzegać multimedialny program psychoedukacyjny jako wsparcie w swojej pracy zawodowej, a nie utrudnienie i dodatkową komplikację i przeszkodę w pracy	ok. 2000 osób
2	Organy zarządzające placówkami oświatowymi	osoby decydujące o organizacji pracy w placówkach oświatowych, wykorzystanie Dbajek-Grajek zależy od ich decyzji	min. 50
3	Dziennikarze	zainteresowani tematyką edukacji. Artykuły publikowane przez nich pozwolą dotrzeć z informacją o Dbajkach-Grajkach do	min. 10

		szerokiego grona interesariuszy	
4	Strony i fora internetowe	pozwołą dotrzeć do szerokiego grona interesariuszy i spopularyzują Dbajki-Grajki	min. 10
5	Instytucje wspierające rozwój tzw. ucznia trudnego	ich udział pozwoli dotrzeć do odbiorców Dbajek-Grajek	min. 5 jednostek

6.3 Plan działań i ich charakterystyka.

Upowszechnianie będzie realizowane w okresie trwania całego projektu tj. od 03.2011 r. do 12.2012r.

Cel: wzbudzenie zainteresowania projektem i upowszechnienie rezultatów wśród potencjalnych użytkowników na terenie Polski i Niemiec

Działania zrealizuje Pracownik projektu zajmujący się promocją i upowszechnianiem, administrator strony www oraz przedstawiciel Partnera. Do ich zadań należy:

- Uruchomienie, moderowanie oraz promocja strony internetowej projektu – będącej podstawowym źródłem informacji o postępie prac i powstałych rezultatach
- Media relations –przygotowanie komunikatów prasowych. Bieżące kontakty z mediami w celu lobbingu na rzecz upowszechniania Dbajek-Grajek
- Promocja Dbajek-Grajek w Internecie za pomocą banerów, reklam umieszczonych w minimum 10 portalach, pozycjonowanie strony internetowej projektu
- Publikacja w prasie 2 artykułów sponsorowanych na temat istoty stosowania Dbajek-Grajek.
- Wydruk 2000 egzemplarzy broszury o programie psychoedukacyjnym Dbajek-Grajek i jej upowszechnienie (prezentacje w trakcie spotkań)
- Wspólna z Partnerem Organizacja 1 konferencji nt. Dbajek-Grajek dla łącznie 100 użytkowników, których zachęci do stosowania metody i podniesienia kwalifikacji, które przełożą się na efekty pracy

VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

7.1. Cel działań włączających

Celem działań włączających do głównego nurtu jest doprowadzenie do szerszego wykorzystania i stosowania w praktyce produktu finalnego projektu, tj. multimedialnego programu psychoedukacyjnego Dbajki-Grajek zarówno w Polsce jak i w Niemczech.

Rozwiązanie koncentruje się na działaniach praktycznych, bezpośrednio angażując odbiorców i użytkowników. Nie wymaga uregulowań na drodze administracyjnej. O sukcesie stanowić będzie chęć stosowania go przez kolejne placówki oświatowe. W związku z tym prowadzone będą działania mające na celu włączenie do głównego nurtu praktyki – mainstreaming horyzontalny.

7.2. Grupy docelowe

Działania włączające skierowane będą do:

- pracowników placówek oświatowych z Polski i Niemiec: wypracowane wspólnie rozwiązanie stanowi bezpośrednie narzędzie, jakie mogą wykorzystywać w pracy z uczniami
- zarządzających placówkami oświatowymi z Polski i Niemiec: organy te mają m.in. wpływ na wdrażanie nowych programów w placówkach, dobór kadry i jej szkolenia, organizację pracy, budżety placówek, a także wymianę informacji i doświadczeń (głównie na poziomie lokalnym i regionalnym)
- inne instytucje i placówki z Polski i Niemiec działające na rzecz uczniów w tym tzw. trudnych: choć nie jest to pierwotna grupa docelowa użytkowników wypracowanego rozwiązania innowacyjnego, środowiska te mogą korzystać z niego w pracy psychoedukacyjnej; włączenie Dbajek-Grajek do ich praktyki może zaowocować adaptacją metody do różnych grup docelowych.

7.3. Plan działań i ich charakterystyka

Nadawcą działań włączających będzie beneficjent, Fundacja Drabina Rozwoju oraz Partner projektu, wraz z zespołem eksperckim i autorskim zaangażowanym w wypracowanie produktu finalnego, oraz użytkownicy biorący udział w procesie testowania.

Ze względu na charakter rozwiązania przekaz będzie dotyczyć kwestii praktycznych: począwszy od kwestii technicznych i struktury produktu, przez proces szkolenia i przygotowania do użytkowania, po wytyczne dotyczące wdrażania, stosowania i ewaluacji efektów.

etap	główne narzędzia
testowanie produktu i opracowanie produktu finalnego	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zaangażowanie użytkowników w proces testowania, w tym przez uwzględnianie otrzymywanych od nich informacji zwrotnych ▪ budowanie bazy danych podmiotów i osób wyrażających zainteresowanie zastosowaniem wypracowywanego rozwiązania
Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Konferencja dla łącznie 100 osób: w trakcie której nastąpi demonstracja produktów, przedstawione zostaną różne aspekty stosowania rozwiązania metodologiczne i techniczne, a także warunki jego pozyskania i wdrożenia; będzie to także okazja do rozmowy z twórcami modelu ▪ doradztwo dot. rozwiązania dla osób zainteresowanych jego zastosowaniem – osobiste, telefoniczne i przez e-mail ▪ wersja demonstracyjna produktu finalnego udostępniana potencjalnym użytkownikom zainteresowanych zastosowaniem rozwiązania ▪ indywidualne konsultacje - na etapie wdrożenia innowacji, dla użytkowników modelu

VIII. Kamienie milowe II etapu projektu

Lp	Kamienie milowe	Termin realizacji (mm-rr)
1	Rozpoczęte testy Dbajek-Grajek w Polsce i w Niemczech.	01-2012
2	Zakończony w Polsce nabór 20 użytkowników i 60 odbiorców oraz w Niemczech 10 użytkowników i 20 odbiorców do udziału w testach Dbajek-Grajek	01-2012
3	Zakończone testy Dbajek-Grajek w Polsce i w Niemczech	07-2012
4	Przeprowadzona ewaluacja zewnętrzna skuteczności programu psychoedukacyjnego Dbajek-Grajek	07-2012
5	Ostateczna wersja produktu finalnego.	07-2012
6	Szkolenia i superwizje użytkowników	01-2012 do 06-2012
7	Upowszechnianie rezultatów projektu w Polsce i w Niemczech: spotkania, kontakty z użytkownikami oraz media-relation.	09-2012
8	Mainstreaming horyzontalny w Polsce i w Niemczech.	09-2012
9	Zakończona realizacja projektu.	12-2012

IX. Analiza ryzyka

- oszacowanie prawdopodobieństwa wystąpienia ryzyka w skali od 1 do 3, gdzie 1 oznacza niskie prawdopodobieństwo, a 3 – wysokie prawdopodobieństwo,
- oszacowanie wpływu ryzyka na realizację projektu w skali od 1 do 3, gdzie 1 oznacza bardzo mały wpływ na realizację projektu, a 3 – wpływ bardzo duży,
- zidentyfikowanie najważniejszych zagrożeń: przemnożenie punktów za „prawdopodobieństwo” i „wpływ ryzyka”; za istotne uznane są zagrożenia, które uzyskały co najmniej 4 punkty.

Nazwa ryzyka	Prawdopodobieństwo wystąpienia	Wpływ na realizację projektu	Zidentyfikowane najważniejsze zagrożenia	Zarządzanie ryzykiem
Zagrożenia istotne				
Ryzyko związane z nieprawidłową implementacją wypracowanych rozwiązań	2	2	4	W przygotowanie produktu finalnego i procesu jego implementacji, o początku realizacji projektu, zaangażowani są eksperci oraz przedstawiciele użytkowników. Mają realny wpływ na ostateczny kształt, w tym warunków wdrażania i implementacji. Elementem produktu jest szkolenie dla użytkowników, które w kompleksowy sposób przygotowuje ich do użytkowania rozwiązania. Powstanie instrukcja, w której opisany zostanie produkt finalny. Na wszystkich etapach realizacji monitorowany będzie sposób użytkowania produktu i identyfikowane punkty krytyczne wdrażania, co pozwoli na natychmiastową reakcję na poziomie użytkowników lub produktu.
Niedopasowanie systemu wdrażania produktu do możliwości użytkowników – poziom zaangażowania czasu, warunki prowadzenia wdrożenia	2	2	4	Ryzyko zidentyfikowane zostało w I etapie realizacji. Zespół ekspercki i projektowy wypracował elastyczne rozwiązania stopnia zaangażowania użytkownika, umożliwiające indywidualne podejście. Będzie to uwzględnione w fazie testowania narzędzi i w razie potrzeby podjęte będą dalsze działania. Ważną rolę odgrywa tu informacja zwrotna od użytkowników
Zagrożenia średnie				

Niedopasowanie produktu do potrzeb odbiorców.	1	3	3	W projekt zaangażowani są specjaliści od bajkoterapii, pracy z uczniem trudnym i psychologii. Podjęto współpracę z wykonawcami mającymi doświadczenie w dziedzinie bajek terapeutycznych i pracy z tzw. uczniem trudnym.
Negatywny wynik oceny efektywności produktu (ewaluacji)	1	3	3	Na każdym etapie realizacja produktów i osiąganie rezultatów podlega monitorowaniu i ocenie przez specjalistę ds. merytorycznych. Dzięki temu możliwe jest wprowadzenie działań zaradczych w sytuacji zagrożenia.
Zagrożenia niskie				
Konflikty w zespole i z Partnerem	2	1	2	Zdefiniowanie ról, zakresu odpowiedzialności i obowiązków poszczególnych członków zespołu. Określony został jednoznaczny proces decyzyjny, W I etapie wypracowano sprawny system komunikacji w zespole.
Niedopasowanie parametrów instrumentu wsparcia (produktu) do oczekiwań odbiorców - nieatrakcyjność	1	2	2	Zaangażowano wykonawców o doświadczeniu w realizacji usług o podobnym charakterze: bajkoterapeutów, wykonawców technicznych filmów, gier, materiałów CD. Koncepcja produktu, od strony atrakcyjności, podlega weryfikacji przez przedstawicieli odbiorców na etapie tworzenia i finalizacji produktu.
Nieterminowe wykonanie zadań przez wykonawców poszczególnych zadań	1	2	2	Umowy z wykonawcami określają harmonogram prac. Nad terminowością czuwa Koordynator, który w przypadku opóźnień podejmuje działania weryfikujące źródło opóźnienia i umożliwiające ich niwelowane lub wprowadza działania zaradcze.
Brak odpowiedniej liczby uczestników	1	1	1	Kontakt ze szkołami nawiązany został w początkowym etapie projektu. Znane są także Szkoły, które można włączyć w przypadku wycofania się wcześniej wytypowanych uczestników.
Trudności z wypracowaniem produktu finalnego.	1	1	1	Założenia produktu finalnego zostały przemyślane i opisane na etapie przygotowywania wniosku o dofinansowanie, natomiast w I etapie realizacji poszczególne narzędzia zostały opracowane. W kolejnym etapie produkt będzie podlegał testowaniu, co umożliwi wykrycie i skorygowanie ewentualnych niedostatków.



X. Lista załączników:

- I. Załącznik nr 1 – Filmy - wstępna wersja produktu finalnego
- II. Załącznik nr 2 – Gry - wstępna wersja produktu finalnego
- III. Załącznik nr 3 – Skrócone opisy Gry 1,2,3
- IV. Załącznik nr 4 – Skrócony opis książki
- V. Załącznik nr 5 – Skrócony opis filmów 1,2,3
- VI. Załącznik nr 6 - Skrócony opis materiałów dla nauczycieli na CD
- VII. Załącznik nr 7 – Charakterystyka postaci
- VIII. Załącznik nr 8 – Instrukcja pobierania produktów finalnych
- IX. Załącznik nr 9 – Raport z badań