



STRATEGIA WDRAŻANIA PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO

„Jobcoaching - innowacyjna aktywizacja bezrobotnych 45+”

Dane o projekcie:

Beneficjent: Centrum Doradztwa Unijnego Wioletta Piotrowska-Tarapacz, Jacek Frankowski s.c.

ul. Ratajczaka 26/3 61-815 Poznań,

tel. (61) 8354592, fax. (61) 8351701,

e-mail: cdu@cdu.edu.pl, www.jobcoaching.cdu.edu.pl

Partner: Krzysztof Bondyra- Doradztwo Społeczne i Gospodarcze

ul. Św. Wojciech 22/24 m. 7, 61-749 Poznań

tel.: 603/ 933 732, 609/499 230

www.dsig.pl, e-mail: dsig@dsig.pl

Numer umowy: POKL.06.01.01-30-203/10

Okres realizacji projektu: **30.06.2011r.-27.06.2014r.**

Poznań, maj 2012r.



Spis treści:

I. UZASADNIENIE	1
II CEL WPROWADZENIA INNOWACJI	5
III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO	7
IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO	13
V. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA:.....	18
VI STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA	20
VII STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI:.....	22
VIII. KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU	27
IX. ANALIZA RYZYKA	28
X. Wykaz załączników:	30



I. UZASADNIENIE

1.1 Opis problemów bezrobotnych 45+

Grupą docelową projektu „Jobcoaching jako narzędzie aktywizujące osoby 45+ na terenie województwa wielkopolskiego” zgodnie z wnioskiem o dofinansowanie są bezrobotni oraz osoby pozostające bez zatrudnienia powyżej 45 roku życia (dalej bezrobotni 45+). Podczas realizacji pierwszego etapu projektu przeprowadzone zostały **badania ilościowe** (wywiady kwestionariuszowe z 600 bezrobotnymi 45+ i 600 pracodawcami z woj. wlkp) i **jakościowe** (60 wywiadów pogłębionych z doradcami zawodowymi, przedstawicielami instytucji rynku pracy, przedstawicielami organizacji pracodawców, jobcoachami oraz samymi beneficjentami, którzy skorzystali w PUP z Indywidualnych Planów Działań), które z jednej strony potwierdziły znane problemy bezrobotnych 45+, tym samym wyrażając konieczność realizacji projektu, z drugiej strony dostarczyły nowych informacji oraz przedstawiły ocenę różnych czynników wpływających na sytuację bezrobotnych 45+ na rynku pracy.

Badania miały na celu poznanie sytuacji i potrzeb bezrobotnych 45+, możliwości dopasowania metod stosowanych w ramach jobcoachingu do specyfiki tej kategorii osób w woj. wielkopolskim, poznanie opinii pracodawców z woj. wielkopolskiego na temat postrzegania osób bezrobotnych 45+ oraz ich kwalifikacji, pogłębienie wiedzy na temat form wsparcia oferowanych przez instytucje rynku pracy dla bezrobotnych 45+.

Analiza wyników badań **wskazała na następujące problemy osób 45+ pozostających bez zatrudnienia na wielkopolskim rynku pracy:**

-Osobom 45+ trudniej znaleźć pracę niż innym grupom bezrobotnych – wiek ogranicza szansę zdobycia odpowiedniej pracy, tzn. wraz z liczbą lat szanse znalezienia pracy są coraz mniejsze;

-stereotypowe nastawienie pracodawców do pracowników 45+ jako bardziej podatnych na absencje w pracy ze względów zdrowotnych, mniej zmotywowanych do pracy, niechętnych do nauki, nie potrafiących obsługiwać komputera i programów komputerowych oraz nie znających języków obcych;

-Głównymi barierami utrudniającymi znalezienie pracy, oprócz stereotypowego postrzegania osób 45+ przez pryzmat ich wieku, są w opinii samych bezrobotnych oraz pracodawców problemy zdrowotne, brak możliwości dojazdu do pracy oraz brak odpowiednich kwalifikacji;

-Płeć jest również czynnikiem wpływającym na znalezienie pracy–bardziej dyskryminowane są kobiety, którym lokalny rynek pracy prawie wcale nie oferuje atrakcyjnych miejsc pracy, lub nie są one zgodne z kwalifikacjami czy wykształceniem tych osób;

-Oferowane formy pomocy przez PUP dla bezrobotnych 45+ są niewystarczające. Bezrobotni wskazują na konieczność zmian podejmowanych działań na bardziej skuteczne, długofalowe i prowadzące w ostateczności do szybkiego zdobycia i zachowania pracy;

-Chociaż pracodawcy dostrzegają zalety osób 45+ takie jak: szacunek do pracy, duża wiedza zawodowa, bogate doświadczenie, umiejętność kontaktu z ludźmi, zdolność do samoorganizacji pracy, terminowego wykonywania zadań, to jednak sami przyznają, że jest moda na zatrudnienie osób młodych, które w porównaniu ze starszymi łatwiej potrafią np. opanować obsługę komputera i nowe programy oraz mają wyższe kwalifikacje.

Również podczas **spotkań z interesariuszami** Projektodawca pogłębił wiedzę dotyczącą problemów grupy docelowej o następujące wnioski:



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

-Bezrobotni 45+ zwracają uwagę na swoją trudną sytuację na rynku pracy, która przejawia się w małej lub niedostosowanej do ich kwalifikacji liczbie ofert pracy (w większości przypadków konieczne jest orzeczenie o niepełnosprawności) oraz w dyskryminacji ze względu na wiek, co szczególnie odczuwane jest podczas rozmów kwalifikacyjnych;

-Wśród bezrobotnych 45+ istnieje przekonanie, że pracodawcy chętniej zatrudniają osoby młode, które można lepiej „ukształtować” i z łatwością zwolnić czy wymienić na nowego pracownika, a oferowanie pracy osobom 45+ jest dla pracodawcy nieatrakcyjne i zbyt ryzykowne, gdyż istnieje obawa, że takie osoby częściej będą chorować lub wymuszą na pracodawcy niemożność zwolnienia, aż do osiągnięcia wieku emerytalnego;

-Pomoc, jaką osoby 45+ dostają z urzędu pracy głównie polega na kierowaniu bezrobotnych na staże lub szkolenia (choć często bezrobotni sami muszą szukać dla siebie szkoleń i prosić o kontakt z doradcą). Bezrobotni 45+ są zdania, że urzędy pracy nastawione są na ewidencjonowanie, a panująca rutyna powoduje trudności w efektywnym poszukiwaniu pracy.

W ramach prowadzonych badań dokonano również przeglądu doświadczeń międzynarodowych w obszarze jobcoachingu. Praktyki i doświadczenia wypracowane w tym obszarze na terenie krajów zachodnich stanowiły inspirację dla tego projektu. Na etapie badawczym została przeprowadzona analiza danych zastanych obejmująca usytuowanie jobcoachingu pomiędzy innymi metodami coachingu oraz wykorzystanie jobcoachingu jako metody wsparcia dla osób bezrobotnych w innych państwach zachodnich. Dokonano analizy aspektów metodycznych, metodologicznych, mechanizmów szkoleń itp., i ta analiza pozwoliła wysnuć cenne wnioski dla projektu.

Metodyka jobcoachingu stosowana w innych państwach została wykorzystana w naszym projekcie. Stwierdzono natomiast brak zestawień porównawczych, które pozwoliłyby oceniać skuteczność i efektywność tego działania poza granicami kraju.

W tym kontekście istotny dla projektu jest następujący wniosek. W państwach, których dotyczyło badanie, szczególnie Holandia i Belgia, usługi jobcoachingowe nie są realizowane wyłącznie przez sektor publiczny lub niepubliczny, a raczej na styku i we współpracy pomiędzy tymi sektorami.

Źródła holenderskie udostępniają informacje o zawodzie Jobcoacha, szczególnie o ścieżce nabycia kwalifikacji zawodowych. W Holandii Jobcoach jest pełnoprawnym zawodem. W tym państwie działa około 1000 Jobcoachów (przy liczbie mieszkańców ok. 16,5 mln). Szkolenia realizują firmy prywatne, często we współpracy z wyższymi szkołami zawodowymi (nie będącymi uniwersytetami), celem nadawania w pełni formalnych kwalifikacji zawodowych (dyplom HBO). Program szkolenia trwa 10 dni i jest podobny do programu szkolenia zawartego w niniejszym projekcie. Podobnie, procesy jobcoachingowe realizowane są przez podmioty prywatne – firmy branży HR lub fundacje działające w sektorze usług społecznych – na zamówienie ze strony pracodawców lub ze strony administracji publicznej. Administracja publiczna odgrywa rolę z jednej strony zlecającego takie usługi społeczne jak wsparcie osób w trudnej sytuacji i poszukujących zatrudnienia, a z



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

drugiej instancji organizującej i nadzorującej świadczenie usług społecznej przez podmioty niepubliczne.

Wart wskazania jest również przykład belgijski, gdzie jednym z projektów obejmujących Jobcoaching był projekt zrealizowany w 2003 roku przez Stowarzyszenie Flora, z siedzibą w Brukseli (Projekt Jobcoaching Flora 2001-2003¹). Projekt był współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego i koncentrował się w na wsparciu (w większości) kobiet na etapie poszukiwania zatrudnienia i w szczególności na etapie utrwalenia w nowym miejscu pracy. Co istotne, projekt ten oparty był o partnerstwo pomiędzy kluczowymi aktorami reintegracji zawodowej, w tym w szczególności pomiędzy instytucjami rynku pracy (publicznymi i prywatnymi), pracodawcami, władzami publicznymi, związkami zawodowymi, osobami zainteresowanymi oraz Stowarzyszeniem Flora, jako wykonawcą projektu.

Powyższe przykłady sugerują następujące wnioski: 1) Jobcoaching jest realizowany w warunkach szerokiego zaangażowania organizacji niepublicznych, zarówno działających komercyjnie jak i bezdochodowo w obszarze usług publicznych, w tym w zakresie reintegracji zawodowej oraz 2) Jobcoaching jest przykładem systemu opartego o partnerstwo międzysektorowe, szczególnie partnerstwo publiczno-prywatne oraz publiczno-społeczne (uzupełnienia do pkt. 1 pisma warunkowo akceptującego strategię).

1.2 Przyczyny występowania opisanych problemów

Zarówno badania ilościowe, jak i jakościowe pozwoliły uzyskać informacje o przyczynach wyżej wymienionych problemów grupy odbiorców, a uzyskane wnioski wskazują na następujące czynniki:

- grupowe spotkania osób bezrobotnych z doradcą, co nie sprzyja otwartości, zaufaniu i poznaniu swoich słabych i mocnych stron oraz szczegółowej analizie danych o predyspozycjach zawodowych beneficjenta;
- niewielka ilość atrakcyjnych ofert szkoleniowych, dostosowanych do potrzeb osób 45+, w tym takich, które powinny kończyć się uzyskaniem odpowiedniego certyfikatu;
- brak odpowiedniej liczby warsztatów podnoszących samoocenę osób bezrobotnych; takie kursy wpływają motywująco na konkretne plany powrotu na rynek pracy i wzmacniają psychicznie poczucie własnej wartości osób pozostających bez zatrudnienia;
- niewystarczające przygotowanie doradców zawodowych do pracy z osobami 45+ - specyficzne potrzeby i kompetencje osób 45+ nie są odpowiednio wykorzystywane i przedstawiane jako atuty potencjalnego pracownika;
- brak umiejętności osób 45+ do przedstawienia swoich atutów potencjalnemu pracodawcy- nikt ich nigdy nie uczył jak „zaprezentować się” na rynku pracy, i z przekonaniem przedstawiać własne atuty i kompetencje. Osoby 45+ są zdania, że młodzi ludzie są na uprzywilejowanej pozycji, gdyż wiarygodnie potrafią powiedzieć, że są w stanie szybko uczyć się i dostosowywać się do nowych warunków pracy;
- brak wiary bezrobotnych osób 45+ we własne możliwości i umiejętności;
- brak kampanii medialnych i informacyjnych prezentujących mocne strony osób 45+;
- Bezrobotni 45+ krytycznie oceniają wsparcie otrzymane ze strony PUP – zarówno w kontekście pośrednictwa pracy i otrzymanych ofert, jak i wsparcia indywidualnego.

¹ <http://www.florainfo.be/IMG/pdf/042ff6ab-0fa0-4967-843f-fbca65913ee6.pdf>



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Jednocześnie, przynajmniej na poziomie deklaratywnym, badani sygnalizują dość dużą gotowość do przekwalifikowania się albo zdobycia nowych umiejętności w celu znalezienia zatrudnienia. Oprócz większej liczby ofert pracy (lub w dużej mierze ofert pracy za wyższe niż proponowane wynagrodzenie) respondenci wyraźnie wskazują na potrzebę otrzymania pomocy w zakresie wskazania błędów popełnianych podczas poszukiwania pracy oraz wskazania technik i metod poszukiwania pracy.

-Wywiady z bezrobotnymi 45+ pokazują, że o ile w sferze deklaracji badani wskazują, że zaproponowana pomoc ze strony doradcy zawodowego była raczej zadowolająca, a jego działania są na ogół potrzebne, to jednak w kontekście bardziej pogłębionych i szczegółowych pytań pojawiają się odpowiedzi, że tematy, które poruszane są na spotkaniach z doradcą mają na celu jedynie badanie profilu psychologicznego bezrobotnych i służą informowaniu o miejscach szkoleń czy kursów. Takie elementy pracy doradców zawodowych są więc niewystarczające, aby osoba bezrobotna mogła szczegółowo poznać siebie i swoje predyspozycje, atrakcyjne dla pracodawcy na lokalnym rynku pracy. Bezrobotni wskazują w IDI również na potrzebę motywacji ze strony doradców;

-Forma kontaktu z doradcą (kontakt telefoniczny lub spotkania raz, dwa razy na kilka miesięcy) także nie sprzyja zmotywowaniu uczestników do szukania pracy i efektywnej pracy nad sobą, a metody pracy, które są krótkotrwałe i często pozbawione indywidualnego charakteru, nie przekładają się na efektywne znalezienie zatrudnienia w krótkim okresie czasu;

-Dla osób bezrobotnych 45+ najważniejszą sprawą w przypadku korzystania z usług i pomocy doradcy zawodowego jest to, aby kontakt z tą osobą „nie urwał się” w przypadku podjęcia pracy, ale żeby osoba 45+ miała wciąż wsparcie, które opierać się będzie na wzajemnym zaufaniu, relacjach partnerskich i indywidualnym zaangażowaniu ze strony osoby wspierającej w nowej rzeczywistości pracy, w której się znalazła. Taką pomoc oferuje metoda jobcoachingu, którą chciałoby być objętych większość badanych (55% kobiet i 44% mężczyzn);

-Niewielka ilość lub zupełny brak długofalowych i kompleksowych programów aktywizujących 45+ w wielu powiatach woj. wielkopolskiego, co powoduje, że osoby bezrobotne tracą wiarę w swoje możliwości i są pozbawione motywacji do pracy i działania;

-Obecne rozwiązania, w ramach których poruszają się publiczne instytucje zatrudnienia ograniczają zakres i możliwości wdrażania nowych, innowacyjnych rozwiązań, które mogłyby polepszyć sytuację bezrobotnych 45+ na rynku pracy.

Przeprowadzone w I etapie projektu badania i konsultacje potwierdzają więc tezę, że dotychczasowe działania podejmowane przez publiczne służby zatrudnienia na rzecz bezrobotnych 45+ są niewystarczająco skuteczne.

1.3 Skala występowania opisanych problemów

Skalę powyżej opisanych problemów bezrobotnych 45+ opisują następujące dane:

-wg danych GUS od 2009 obserwować można wzrost odsetka bezrobotnych 45+ w ogólnej liczbie bezrobotnych w Wielkopolsce – w 2009 stanowili oni 25,68%, 2010-26,77%, 2011-27%;

-z roku na rok coraz więcej osób 45+ rejestruje się jako bezrobotni (w Wielkopolsce – w 2008 – było 24 328 os. bezrobotnych 45+ (w tym 13 977 K-57,45%), 2009 – 30 684 (16 472 K - 53,68%), 2010 – 33 432 (17 165 K - 51,34%), 2011 – 33 969 (16 706 K - 49,18%)) (WUP Poznań, GUS).



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

-stopa bezrobocia wśród osób w wieku 45-54 lata wynosiła w III kwartale 2011 r. 5,8% (i z roku na rok rośnie: 2008-3,5%, 2009-3,9%), a w wieku 55 lat i więcej – 4,6% (i rośnie: 2008-3,3%, 2009-4,2%, 2010-4,7%); (GUS, Aktywność ekonomiczna ludności w województwie wielkopolskim);

-z roku na rok przybywa bezrobotnych 55+, którzy co najmniej rok zostają bez zatrudnienia – w Wielkopolsce od 2008 r. do 2010 r. liczba osób w wieku 55-64 lat pozostająca bez pracy przez okres dłuższy niż 1 rok wzrosła o 1119 osób; w 2010r. takich osób było ponad 4 tys. (GUS)

- badania ilościowe z bezrobotnymi osobami 45+ ujawniły następujące wnioski:
 - większość (56%) kobiet i mężczyzn twierdzi, że działania PUP do tej Pory nie doprowadziły ich do zatrudnienia
 - tylko 22% badanych kobiet i 15% mężczyzn objętych było Indywidualnym Planem Działania, 26% korzystało z doradcy zawodowego PUP,
 - 63% kobiet i 55% mężczyzn uważa, że w poszukiwaniu pracy przydałaby się pomoc we wskazaniu błędów popełnianych podczas poszukiwania pracy.

1.4 Konsekwencje istnienia zidentyfikowanych problemów

Ww. problemy rodzą następujące konsekwencje:

- izolacja bezrobotnych 45+ oraz pogłębienie i utrwalenie stereotypów dotyczących tej grupy osób, prowadzące do wykluczenia z aktywności społecznej i zawodowej,
- zagrożenie przekazywaniem negatywnych wzorów (brak zatrudnienia) kolejnym pokoleniem – jeśli rodzic jest długotrwale bezrobotnym, to duże prawdopodobieństwo, że postawy te będą powielane przez dzieci,
- wzrost wydatków publicznych na pomoc bezrobotnym oraz walkę z marginalizacją i wykluczeniem społecznym,
- dalsze obniżanie poczucia własnej wartości i obniżona samoocena osoby bezrobotnej 45+ oraz akceptacja stereotypów na własny temat, jako pracownika gorszego, z niższymi kwalifikacjami,
- wzrost bierności zawodowej osób 45+ i niechęć do jakiegokolwiek współpracy,
- postawy pasywne i roszczeniowe bezrobotnych 45+, które powodować będą akceptację swojej sytuacji i upominanie się o opiekuńczą rolę państwa w postaci różnego rodzaju zasiłków.

W związku z powyższymi problemami istnieje potrzeba działań je ograniczających lub niwelujących. Należy wprowadzić narzędzie/metodę, która pozwoli na skuteczniejszą aktywizację osób 45+, a co za tym idzie na minimalizację negatywnych skutków. Powyższe badania wykazały zasadność tez stawianych we wniosku aplikacyjnym oraz potwierdziły zasadność dalszej realizacji projektu. Również spotkania z interesariuszami w I etapie realizacji projektu potwierdzają zasadność wdrażania nowych rozwiązań. Proces przywracania na rynek pracy osób 45+ wymaga działań szerszych niż doradztwo zawodowe czy szkolenia. Niezbędne jest objęcie tych osób zindywidualizowanym wsparciem w całym procesie powrotu na rynek pracy (również w okresie adaptacji w miejscu pracy).

II CEL WPROWADZENIA INNOWACJI

Celem ogólnym osiągniętym do 27 czerwca 2014 r. jest wypracowanie, przetestowanie a następnie upowszechnienie i włączenie do polityki 1 programu wsparcia osób bezrobotnych w grupie wiekowej 45+, dostępnego na terenie województwa wielkopolskiego, wykorzystującego model jobcoachingu: Wskaźniki realizacji celu ogólnego(przy założeniu: stan wyjściowy = 0):

	Centrum Doradztwa Unijnego s.c. 61-815 Poznań, ul. Ratajczaka 26/3, tel. (61) 835 45 92 (83, e-mail: cdu.edu.pl		Doradztwo Społeczne i Gospodarcze ul. Św. Wojciech 22/24 m. 7, 61-749 Poznań tel.: 603/ 933 732, 609/499 230 www.dsig.pl , e-mail: dsig@dsig.pl
---	--	---	---



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

- Liczba wypracowanych innowacyjnych modeli jobcoachingu– 1- Protokół odbioru produktu finalnego, pomiar na zakończenie etapu V
- Liczba osób, które brały udział w testowaniu produktu-30- Listy obecności, pomiar na zakończenie testowania(10 jobcoachów i 20 bezrobotnych)
- Liczba osób, które wzięły udział w konferencji upowszechniającej-100- Lista obecności na konferencji, pomiar po realizacji konferencji
- Liczba trenerów, którzy zdobędą kompetencje, umożliwiające włączenie metody do praktyki – 50- Lista obecności na szkoleniach trenerów, pomiar po szkoleniu trenerów testujących i upowszechniających(łączna liczba jobcoachów)

Cel ogólny będzie osiągnięty przez następujące cele szczegółowe:

1) nabycie kompetencji w zakresie metodyki jobcoachingu przez grupę testową 10 trenerów wskaźniki i pomiar: -Liczba osób, które ukończyły kurs jobcoachingu w grupie trenerów testowych- 10, Listy obecności na zajęciach(min. 80% obecności), protokoły egzaminacyjne(10 trenerów pozytywnie zda egzamin), ankiety ewaluacyjne, liczba certyfikatów. Pomiar na zakończenie szkolenia trenerów po egzaminie końcowym

2) opracowanie 1 programu szkolenia jobcoachów dostosowanego do specyfiki bezrobocia w grupie docelowej w regionie wielkopolskim, wskaźniki i pomiar:

-Liczba programów szkolenia jobcoachów -1 Egzemplarz wydanego programu szkoleniowego możliwego do dalszej publikacji. Pomiar na zakończenie etapu VI,

3) pozyskanie wiedzy o skuteczności i warunkach sukcesu modelu jobcoachingu poprzez przeprowadzenie testowego procesu jobcoachingowego z udziałem wyselekcjonowanej grupy odbiorców liczącej 20 osób, wskaźniki i pomiar:

-Liczba osób pozostających bez zatrudnienia w wieku 45+, które wzięły udział w procesie jobcoachingu,- listy obecności na spotkaniach, pomiar na zakończenie testowania

-Liczba BO 45+, którzy są zadowoleni z proponowanej formy wsparcia i wskazują na jej skuteczność-16 -Testy i ankiety ewaluacyjne, arkusze i formularze obserwacyjne odbiorców sporządzone przez jobcoachów, pomiar na zakończenie testowania,

-Liczba jobcoachów, którzy wykazali zadowolenie z proponowanej metodyki i wskazali na jej skuteczność - 9 Testy i ankiety ewaluacyjne, pomiar: j. w.

-Liczba raportów ewaluacyjnych-1 Raport końcowy z badań ewaluacyjnych i warunków sukcesu modelu, protokół odbioru raportu, pomiar na zakończenie testowania

4) nabycie kompetencji w zakresie metodyki jobcoachingu przez grupę 40 jobcoachów (upowszechniających), poprzez szkolenie w zakresie jobcoachingu przeprowadzone przez grupę testową jobcoachów, z wykorzystaniem wiedzy i doświadczeń zdobytych w fazie testowej, wskaźniki i pomiar:

- Liczba jobcoachów, którzy wzięli udział w szkoleniu-40- Listy obecności na zajęciach.

Pomiar w trakcie szkoleń oraz na zakończenie szkoleń trenerów upowszechniających po egzaminie końcowym.

- Liczba jobcoachów, którzy ukończyli szkolenie i uzyskali certyfikat - 37 Listy obecności na zajęciach, protokoły egzaminacyjne, liczba certyfikatów. Pomiar j. w.

5) pozyskanie pogłębionej wiedzy o aktualnie dostępnej ofercie wsparcia osób bezrobotnych w grupie wiekowej powyżej 45 lat, dokładne określenie potencjału metodyki jobcoachingu oraz skali i charakterystyki zapotrzebowania na taką usługę:

- raport z badań – 3 – protokół odbioru raportów z badań.

- Liczba osób zainteresowanych zdobyciem kompetencji jobcoacha – 60- Zgłoszenia rekrutacyjne na jobcoachów testowych i jobcoachów upowszechniających

Pomiar na zakończenie etapu IV i VI



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Pomiarów dokonywać będzie asystent pod nadzorem Kierownika projektu. Cele nie uległy zmianie w stosunku do zapisów wniosku, uszczegółowione zostały wskaźniki i sposoby pomiaru.

Stanem pożądanym po wprowadzeniu innowacji będą:

- Nabyte kompetencje jobcoachów w zakresie metodyki jobcoachingu – 50 osób
- Opracowany program szkolenia przy wykorzystaniu metodyki jobcoachingu
- Przetestowany, gotowy do wdrożenia model aktywizacji osób 45+
- Skutecznie przeprowadzony proces jobcoachingowy u 20 BO oraz pogłębiony stan wiedzy nt warunków skuteczności modelu
- Wyposażenie pracowników Instytucji Rynku Pracy w nowe narzędzie aktywizacyjne
- Uzyskane pożądane kompetencje na rynku pracy u 20 odbiorców z grupy osób 45+
- Upowszechnienie jobcoachingu jako skutecznej metody aktywizacji osób 45+
- Zwiększenie zatrudnienia wśród bezrobotnych 45 + - **metoda jobcoachingu jest skuteczną metodą wpływającą na wzrost zatrudnienia wśród osób korzystających z tej metody. Na podstawie doświadczeń zagranicznych można wnioskować, iż znaczna część osób, która będzie odbiorcą procesów jobcoachingowych znajdzie zatrudnienie i utrwali się na rynku pracy. Ponadto w przypadku utraty zatrudnienia, wypracowane mechanizmy i postawy pozwolą na znalezienie kolejnej pracy. Również konsultacje przeprowadzone z coachami i jobcoachami wskazują na wysoką efektywność metody w przypadku klientów faktycznie zainteresowanych zatrudnieniem.**

Mając na uwadze powyższe zakłada się, iż również w Polsce zastosowanie metody jobcoachingu w stosunku do osób bezrobotnych 45+, wpłynie na zatrudnienie znacznego odsetka osób jobcoachingowanych, co przełoży się na zwiększenie zatrudnienia w tej grupie.

W związku z tym na poziomie projektu zakłada się, iż 50% odbiorców produktu biorących udział w jobcoachingu w fazie testowej znajdzie zatrudnienie. (uzupełnienia do pkt. 14 pisma warunkowo akceptującego strategię).

III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO

3.1 Na czym polega innowacja?

Innowacja polega na wprowadzeniu do systemu wsparcia osób bezrobotnych w wieku 45+ w województwie wielkopolskim metody Jobcoachingu.

Jobcoaching to jeden z rodzajów coachingu, kierowany do osób bezrobotnych. Jest to długofalowy, pogłębiony sposób pracy z klientem (osobą bezrobotną), zakorzeniony w partnerskiej relacji, przy dużym stopniu zaufania pomiędzy Jobcoachem a klientem. Pojedynczy proces jobcoachingowy może trwać od 6 do 18 miesięcy zależnie od stopnia trudności sytuacji danej osoby. Jobcoach nie gra roli doradcy klienta, który podaje mu gotowe rozwiązania. Jest raczej przewodnikiem w procesie zmiany, starając się wzmacniać zdolności i zasoby, naświetlać preferencje i możliwości jakie posiada klient.

Wiodącym wymiarem innowacyjności projektu jest innowacyjność formy wsparcia w kontekście innowacyjności grupy docelowej - dotychczas najbardziej rozpowszechnionym sposobem wspierania bezrobotnych (w tym bezrobotnych 45+) jest doradztwo zawodowe w połączeniu z standardowym programem szkoleń oferowanym przez służby zatrudniania. Obecnie bezrobotni zarejestrowani w PUP mają możliwość skorzystania ze wsparcia doradców zawodowych. W PUP (zwłaszcza dużych ośrodkach miejskich) takie spotkanie z doradcami odbywają się raz na 120 dni, a proces wsparcia trwa nie dłużej, niż do momentu uzyskania zatrudnienia przez bezrobotnego.



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Wsparcie oferowane dzisiaj przez doradców nie jest wsparciem zindywidualizowanym, spotkania z doradcą służą głównie badaniu profilu bezrobotnego i informowaniu o ofertach szkoleń, natomiast w procesie doradczym pomija się kwestie motywacyjne i wpływające na zmianę postaw bezrobotnego.

Powyższe obserwacje zostały potwierdzone podczas badań, w pierwszym etapie realizacji projektu. Również podczas konsultacji, sami odbiorcy (bezrobotni 45+ z woj. wielkopolskiego) wskazywali na fakt, iż mimo wyraźnego zaangażowania ze strony doradców i pośredników, czują się w urzędzie jak petenci, a potrzebują zindywidualizowanego i systematycznego wsparcia, ze strony jednej osoby.

Model Jobcoachingu oferuje odmienny, nowatorski sposób działania wobec grupy docelowej, który jest bardziej kompleksowy, długofalowy, pogłębiony i zindywidualizowany. Innowacyjność takiego modelu wsparcia, oraz to co fundamentalnie odróżnia Jobcoaching od doradztwa zawodowego, to: zakres, kompleksowość, głębia, wykorzystywane instrumenty oraz relacja pomiędzy Jobcoacherem i klientem; ciągłość i kompletność procesu treningowego, od rozpoczęcia współpracy pomiędzy Jobcoacherem i klientem, poprzez diagnozę sytuacji Klienta, realizację zaplanowanych działań, aż do wsparcia w miejscu pracy po zdobyciu zatrudnienia, wygaszania wsparcia, usamodzielnienia klienta i zamknięcia procesu Jobcoachingu; praca z jednym jobcoacherem w całym procesie Jobcoachingu.

Model jobcoachingu będzie wzbogacony o elementy szczególnie wspierające pozostających bez zatrudnienia mieszkańców wielkopolski w wieku 45+: szczególny nacisk kładziony będzie na motywowanie do kształcenia i poszerzania kompetencji (osoby są 45+ szczególnie niechętnie dokończaniu się); pracę nad umiejętnością komunikacji z osobami w innym wieku; inspirowanie do działania z uzasadnieniem, iż to właśnie teraz jest najlepszy moment ich życia, do podejmowania zmian; motywowanie na innych wartościach niż pieniądze; pracę nad autoprezentacją; zachęcanie do wyjścia z domu i włączenie do społeczeństwa; język dobrany do klienta w wieku 45+; wyuczenie umiejętności społecznych (radzenie sobie z krytyką, również ze strony osób młodych, współpraca w zespole, zadawanie pytań itp.); prowadzenie ścieżki jobcoachingowej z uwzględnieniem możliwości, m. in. zdrowotnych klienta; pracę nad umiejętnością podkreślenia własnych zalet związanych z wiekiem (stabilność, dyspozycyjność, brak opieki nad małymi dziećmi) w procesie poszukiwania pracy; podniesienie poczucia wartości osób 45+, które niepowodzenia na rynku pracy traktują jak życiową porażkę.

Dodatkowo model jobcoachingu wpisuje się w dwa inne wymiary innowacyjności:

-innowacyjność grupy docelowej: Jobcoaching pozostaje w Polsce metodą wsparcia osób w trudnej sytuacji zawodowej mało rozpowszechnioną. Dotychczas korzystały z tego sposobu wsparcia głównie osoby niepełnosprawne (działania Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji). Wybrana w projekcie grupa docelowa (osoby 45+ pozostające bez zatrudnienia, zamieszkałe w woj. wielkopolskim) nie była obejmowana tego typu wsparciem

-innowacyjność problemu: nowe narzędzie dotyczy również problemu trudności z adaptacją do nowych warunków pracy u osób 45+, jobcoaching w swoim procesie obejmuje również wsparcie osób bezrobotnych 45+ w pierwszych adaptacyjnych miesiącach w nowej pracy, dzięki czemu zwiększa prawdopodobieństwo utrzymania zatrudnienia przez klienta, dotychczasowe formy wsparcia oferowane przez instytucje publiczne, nie oferowały takiej pomocy.

3.2 Komu służy, kto będzie mógł ją wykorzystać w przyszłości (grupy docelowe):

Innowacja służy odbiorcom projektu: pozostającym bez zatrudnienia mieszkańcom Wielkopolski w wieku powyżej 45 r. życia., którzy charakteryzują się następującymi



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

cechami (wnioski z przeprowadzonych w I etapie projektu badań i konsultacji): niechęcią do podejmowania kształcenia i mniejszą motywacją do pracy; niskim poziomem samoświadomości i słabym poczuciem wartości; bezradnością wobec postępu współczesności i strachem przed powrotem na rynek pracy; apatią; brakiem umiejętności autoprezentacji i rozeznania rynku pracy; silnym oporem przed zmianą i rozgoryczeniem ich obecną sytuacją oraz sytuacją na rynku pracy; brakiem wiary w możliwości powrotu na rynek pracy; brakiem umiejętności zaprezentowania swojego wieku jako atutu dla pracodawcy.

Wielkość tej grupy docelowej szacuje się na ok. 20 tysięcy osób zarejestrowanych jako bezrobotne w wieku 50+ (brak danych dla osób 45+, dane GUS za rok 2010). Docelowo odbiorcami projektu będzie 20 osób bezrobotnych oraz pozostające bez zatrudnienia w wieku 45+ zamieszkałych w woj. wielkopolskim.

Innowacja służy również użytkownikom, którymi są: pracownicy publicznych służb zatrudnienia, organizacji sektora pozarządowego zaangażowanych w realizację polityki społecznej, firm prywatnych świadczących usługi wsparcia rynku pracy.

Innowacja może być również stosowana przez pracowników instytucji pomocy społecznej w zakresie podejmowania działań na rzecz osób wykluczonych społecznie, które często pozostają bez zatrudnienia. Zgodnie z art. 36 pkt. 2 ppkt. g ustawy o pomocy społecznej świadczeniami z pomocy społecznej są m.in. świadczenia niepieniężne w postaci poradnictwa specjalistycznego. Ustawa dzieli poradnictwo specjalistyczne na przykładowe trzy kategorie: prawne, psychologiczne i rodzinne. Nie jest to jednak katalog zamknięty. W ramach poradnictwa pracownicy jednostek organizacyjnych pomocy społecznej prowadzonych przez powiat (np. powiatowe centra pomocy rodzinie) mogą w ramach poradnictwa wspierać również osoby borykające się z bezrobociem, w tym również z wykorzystaniem metody jobcoachingu (uzupełnienia do pkt. 2 pisma warunkowo akceptującego strategię).

Wielkość tych grup nie jest niestety oszacowana. Docelowo użytkownikami projektu będzie m.in. 10 trenerów uczestniczących w testowaniu i ocenie produktu, 40 trenerów przeszkolonych przez trenerów testujących którym zostaną przekazane narzędzia w ramach działań upowszechniających i włączających.

3.3. Jakie warunki muszą być spełnione by innowacja działała właściwie:

a) Użytkownicy produktu (pracownicy instytucji rynku pracy i **pomocy społecznej**) muszą być przeszkoleni w zakresie jobcoachingu – przeszkolenie pracowników instytucji rynku pracy w zakresie jobcoachingu jest elementem projektu na etapie wprowadzania do praktyki. Poza projektem koszty wdrożenia jobcoachingu w instytucjach obejmują: koszt przeszkolenia jobcoacha (ok. 1500zł – 2000zł za przeszkolenie 1 jobcoacha). Czas wdrożenia – 9 dni szkoleniowych, niezbędnych do przeszkolenia przyszłego jobcoacha.

b) Należy stworzyć odpowiednie warunki dla systemu wsparcia grupy docelowej (osoby bezrobotne w wieku powyżej lat 45) - każda instytucja, która zapewnia usługi jobcoachingowe powinna dysponować odpowiednimi pomieszczeniami, które zapewniają stosowny komfort oraz całkowitą prywatność spotkań klienta i Jobcoacha- bez dostępu osób postronnych w trakcie spotkań jobcoachingowych.

c) Zaangażowanie wszystkich sektorów, w których realizowane mogą być procesy jobcoachingowe. Zawód jobcoacha lokuje się w kilku sektorach, które mogą organizować procesy Jobcoachingowe, tj. sektor publiczny, sektor prywatny i sektor pozarządowy, **sektor pomocy społecznej**. Istotne dla systemu wsparcia grupy docelowej jest to, żeby usługi jobcoachingowe dostępne były w wielu miejscach, w tym przede wszystkim w ramach sektora publicznego, który jest sektorem wiodącym w aktywizacji zawodowej osób



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

pozostających bez zatrudnienia. Kluczowe będzie więc stworzenie zrównoważonego systemu, z udziałem wszystkich tych sektorów, które będą oferować jobcoaching. Warunkiem dla powstania takiego systemu jest zainteresowanie ze strony wszystkich trzech sektorów, wyrażone poprzez podjęcie współpracy z Jobcoachami, udostępnienie im odpowiedniej infrastruktury i wsparcia organizacyjnego, oraz promocja tego modelu działania na rzecz grupy docelowej w regionie. Obecnie nie ma żadnych przeszkód formalnych ani prawnych do stosowania metody w sektorze prywatnym oraz pozarządowym, nie ma również wyraźnych przeciwwskazań w sektorze publicznym. Przebadani w ramach diagnozy i konsultacji doradcy zawodowi z PUP stwierdzili, że nie stosują jobcoachingu ponieważ po pierwsze nie znają metody (co będzie można zmienić dzięki działaniom upowszechniającym i włączającym), po drugie nie mają czasu na jej stosowanie, ale formalnie nie ma przeszkód do stosowania elementów jobcoachingu w procesie doradczym do momentu podjęcia zatrudnienia przez klienta (stąd pojawiają się postulaty skierowane do decydentów, umożliwiające włączanie jobcoachingu do standardów działań w urzędach pracy).

Problemem może natomiast być źródło finansowania jobcoachingu prowadzonego przez sektor prywatny, jednakże możliwe jest tutaj finansowanie realizacji tych działań przez sektor publiczny na zasadzie zlecenia zadań podmiotom prywatnym na podstawie art. 24 ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, lub też w ramach partnerstwa publiczno-społecznego.

Doprecyzowując kwestie finansowania pracy jobcoachów po zakończeniu projektu, należy wskazać następujące źródła finansowania:

1) dla sektora publicznych służb zatrudnienia:

- doradcy zatrudnieni np. w PUP będą mogli stosować elementy jobcoachingu w ramach realizowanego przez siebie doradztwa – rozwiązanie takie nie rodzi konieczności dodatkowego finansowania ich pracy – rozwiązanie takie (tj. wprowadzenie elementów jobcoachingu do standardowych metod stosowanych przez doradcę nie stoi w sprzeczności z zapisami przepisów prawa w szczególności z Ustawą o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy oraz z zapisami ROZPORZĄDZENIA MPiPS z dnia 14 września 2010 r. w sprawie standardów i warunków prowadzenia usług rynku pracy.

Zgodnie z dyspozycją § 43 ww. rozporządzenia porada indywidualna obejmuje:

- 1) ustalenie problemu zawodowego;
- 2) analizę sytuacji osoby, z uwzględnieniem jej zainteresowań, predyspozycji i kompetencji oraz uwarunkowań zdrowotnych, społecznych i ekonomicznych;
- 3) analizę możliwości i wybór odpowiedniego sposobu rozwiązania problemu zawodowego;
- 4) ustalenie potrzeby przeprowadzenia specjalistycznych badań lekarskich lub psychologicznych;
- 5) weryfikację sposobu rozwiązania problemu zawodowego lub wskazanie możliwości skorzystania z innych usług rynku pracy z uwzględnieniem wyników specjalistycznych badań lekarskich lub psychologicznych;
- 6) zalecenia dotyczące dalszego postępowania, w tym potrzeby objęcia uczestnika pomocą przez innego pracownika powiatowego urzędu pracy lub inną instytucję.

Powyższe zapisy standardów usług rynku pracy nie wykluczają możliwości stosowania elementów jobcoachingu w ramach Porady indywidualnej świadczonej



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

przez doradcę zawodowego. Zauważyło to również Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, które w raporcie z badań „Efektywność usług i instrumentów rynku pracy służących podnoszeniu kwalifikacji bezrobotnych”(W-wa 2007) zaleciło „wprowadzenie dla każdej osoby bezrobotnej rozmowy z doradcą zawodowym w formie jobcoachingu, mającej na celu rozpoznanie przez osobę bezrobotną swoich mocnych stron i wspólne z doradcą znalezienie możliwości działania i nakreślenie celu związanego z wychodzeniem z bezrobocia.”

- uwzględnienie wykorzystania metody jobcoachingu przez PUP w ramach programów specjalnych i 10% limitu środków Funduszu Pracy lub dodatkowych środków tego Funduszu z rezerwy Ministra od roku 2014 i w latach kolejnych. Działania realizowane w ramach programów specjalnych kierowane są do osób w stosunku do których stosowane usługi i instrumenty rynku pracy okazały się niewystarczające do powrotu na rynek pracy bądź utrzymania miejsca pracy. Programy specjalne realizowane są w ramach 10% limitu środków Funduszu Pracy ustalonych na dany rok dla konkretnego powiatu. Jeżeli jednak na lokalnym rynku istnieje potrzeba realizowania dodatkowych działań starosta może wystąpić do Ministra Pracy i Polityki Społecznej z wnioskiem o przyznanie dodatkowych środków Funduszu Pracy z rezerwy Ministra. Wraz z wnioskiem złożony zostaje projekt programu specjalnego, zaopiniowany pozytywnie przez Powiatową Radę Zatrudnienia, którego opracowanie poprzedza szczegółowa analiza potrzeb rynku pracy. Cechą wyróżniającą programy specjalne na tle innych działań urzędu, jest możliwość dodatkowej, nie przewidzianej w innych sytuacjach, pomocy uczestnikom programów. Ustawodawca przewidział finansowanie specyficznych elementów wspierających zatrudnienie adekwatnych do uwarunkowań lokalnego rynku pracy,

2) dla sektora pomocy społecznej:

– możliwość finansowania ze środków unijnych (EFS) w przyszłej perspektywie finansowej (2014 – 2020); w obecnie realizowanym Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki możliwe byłoby realizowanie zadań z zakresu jobcoachingu także w ramach projektów systemowych realizowanych przez Ośrodki Pomocy Społecznej w ramach Priorytetu nr 7, jako elementu uzupełniającego aktywne formy wsparcia oferowane przez gminne i miejskie instytucje pomocy społecznej osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym,

- pracownicy zatrudnieni w instytucjach pomocy społecznej będą mogli stosować elementy jobcoachingu w ramach realizowanego przez siebie Doradztwa specjalistycznego – rozwiązanie takie nie rodzi konieczności dodatkowego finansowania ich pracy – rozwiązanie takie (tj. wprowadzenie elementów jobcoachingu do standartowych metod stosowanych przez pracowników instytucji pomocy społecznej nie stoi w sprzeczności z zapisami przepisów prawa w szczególności z Ustawą o pomocy społecznej,

3) dla sektora niepublicznego (fundacje, stowarzyszenia, niepubliczne instytucje rynku pracy, itp.):

- władze samorządowe np. starości mogą na podstawie art. 24 ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy zlecić zadania jobcoachingu podmiotom prywatnym, ze środków tych może być finansowana praca jobcoachów



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

- fundacje mogą finansować pracę jobcoachów z grantów z różnych instytucji, pozyskiwanych na cele statutowe np. z Funduszu Inicjatyw Obywatelskich, środków samorządu województwa, gminnych i powiatowych oraz ze środków instytucji finansujących różne projekty sektora NGO

- fundacje mogą finansować pracę jobcoachów w ramach partnerstwa publiczno-społecznego realizowanego na podstawie Ustawy o działalności pożytku publicznego i wolontariacie w ramach zadań zleconych lub przekazanych do realizacji organizacjom pozarządowym,

- zaangażowanie sektora prywatnego w finansowanie jobcoachingu poprzez np. finansowanie fundacji lub stowarzyszeń i realizację projektów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (np. w ramach akcji przedsiębiorstwa biorące udział w aktywizacji osób 45+ otrzymywałyby tytuł „Społecznie Odpowiedzialny Pracodawca”, co stanowiłoby dla nich element kreowania wizerunku jako firm społecznie odpowiedzialnych i kreujących swój pozytywny wizerunek)

Wszystkie ww. sektory mogą również podejmować działania zmierzające do pozyskania środków Unii Europejskiej w następnej perspektywie finansowej w latach 2014-2020. Obecnie zakres wsparcia w ramach POKL jest nieznany, ale zapewne znajdą się w nim środki przeznaczone na niestandardowe działania rynku pracy. (uzupełnienia do pkt. 12 pisma warunkowo akceptującego strategię).

d) Zainteresowanie po stronie grupy odbiorców.

3.4 Jakie efekty może przynieść zastosowanie innowacji?

Efektami stosowania innowacji będą:

- zmniejszenie bezrobocia wśród pozostających bez zatrudnienia mieszkańców wielkopolski w wieku 45+ ze względu na zastosowanie bardzo skutecznej metody aktywizacji (w opinii doradców, którzy wzięli udział w konsultacjach strategii, w przypadku rzeczywistych chęci klienta, metoda wykazuje wysoką efektywność);
- poszerzenie wiedzy na temat jobcoachingu wśród pracowników instytucji rynku pracy
- zastosowanie metody jobcoachingu przez instytucje rynku pracy ze względu na prostą i przystępną formę modelu oraz łatwość wdrożenia w instytucjach;
- podniesienie poczucia wartości u klientów 45+ jobcoachingu, zbudowanie postaw pro aktywnych oraz zachęcenie do samopoznania;
- zmiana opinii społecznej nt wsparcia oferowanego osobom bezrobotnym przez instytucje rynku pracy, jako wsparcie na zasadach partnerskich, a nie urzędniczych.
- **50 pracowników instytucji rynku pracy oraz pomocy społecznej zostanie zaznajomionych z jobcoachingiem (uzupełnienia do pkt. 4 pisma warunkowo akceptującego strategię).**
- **minimum 10 instytucji zacznie stosować wypracowany model w codziennej praktyce – ten efekt będzie przede wszystkim świadczył o sukcesie realizacji projektu w wymiarze praktycznym (uzupełnienia do pkt. 3 i 4 pisma warunkowo akceptującego strategię).**
- **50% odbiorców produktu poddanych w projekcie jobcoachingowi znajdzie zatrudnienie (uzupełnienia do pkt. 3 pisma warunkowo akceptującego strategię).**



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Jedynym nakładem niezbędnym do wdrożenia jobcoachingu w jednostkach jest przeszkolenie pracowników z jobcoachingu – koszt szkolenia ok. 1500 zł – 2000 zł za 9-dniowe szkolenie 1 osoby. Jest to koszt nieporównywalnie mniejszy niż oferowane szkolenie z coachingu – 8000 – 15000 zł lub studia podyplomowe z doradztwa zawodowego, których koszt wynosi ok. 4.500 zł.

Wdrożenie modelu ogranicza koszty społeczne związane z pozostawianiem osób 45+ poza rynkiem pracy (zasiłki, renty, zapomogi itp.), które de facto przewyższają koszty prowadzenia aktywizacji z użyciem proponowanego narzędzia. W związku z tym zaniechania stosowania innowacji byłoby o wiele bardziej kosztowne społecznie.

3.5 Jakie elementy będzie obejmować innowacja?

Innowacją jest podejście do aktywizacji osób bezrobotnych 45+ z wykorzystaniem procesu jobcoachingowego.

Narzędziem innowacji będzie produkt finalny złożony z:

- program jobcoachingu dostosowany do potrzeb grupy odbiorców (osoby bezrobotne 45+) w regionie wielkopolskim. Szczegółowe elementy programu zostały wypracowane w pierwszym, badawczym etapie projektu, z uwzględnieniem specyfiki grupy docelowej oraz uwarunkowań województwa wielkopolskiego.

- programu szkolenia jobcoachów, w zakresie metodyki jobcoachingu, technik i narzędzi oraz filozofii współpracy pomiędzy klientem a trenerem pracy (w formie programu szkolenia)

- metodyki umożliwiającej dostosowanie jobcoachingu do potrzeb różnych grup odbiorców oraz różnych regionów (w formie opisowej) – jest to dokument wskazujący na czynniki niezmiennie i zmiennie w procesie jobcoachingu w stosunku do różnych grup, zawierający wskazówki odnośnie praktycznych rozwiązań uwzględniających te zmiennie

- podręcznika jobcoachingu zawierającego opis metodyki jobcoachingu, technik i narzędzi oraz filozofii współpracy pomiędzy klientem a jobcoacherem oraz zestaw studiów przypadku powstały w fazie testowej projektu. Podręcznik będzie dostępny w wersji fizycznej i elektronicznej do ściągnięcia ze strony internetowej projektu. Podręcznik będzie uzupełniony przez nośnik optyczny (płyta CD-ROM), na której umieszczone będą edytowalne i nieedytowalne (wzorcowe) wersje dokumentów (wzorce listów motywacyjnych oraz CV), oraz narzędzi treningu pracy (testy, kwestionariusze, tabele) oraz po okresie testowania podręcznik zostanie wzbogacony o nagrania wzorcowych audio/video sesji treningowych.

- zestaw materiałów treningowych w wersji fizycznej oraz multimedialnej (na nośniku optycznym) przeznaczony dla odbiorców jobcoachingu, w tym: wzorce listów motywacyjnych oraz CV, struktura i zakres Indywidualnego Planu Rozwoju, struktura bilansu kompetencji, wskazówki dotyczące przygotowania i prowadzenia rozmowy kwalifikacyjnej, oraz po okresie testowania materiały zostaną wzbogacone o nagrania audio/video wzorcowych rozmów kwalifikacyjnych.

W toku prac nad produktem finalnym ujednolicono terminologię opisu produktu finalnego stosując sformułowania jobcoaching i jobcoach.

Ponadto w wyniku konsultacji z grupami docelowymi stworzono dodatkowy składnik produktu finalnego:

- narzędzie rekrutacyjne jobcoachów – test predyspozycji sporządzony przez psychologa (w formie opisowej), zestaw kompetencji i postaw, jakie powinien posiadać jobcoach.

IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

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



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

W projekcie na etapie testowania przewidziano rekrutację 10 użytkowników testujących oraz 20 odbiorców (odpowiedzialny za realizację specjalista ds. rekrutacji).

a) Użytkownicy testujący: zrekrutowanych zostanie 10 osób wykazujących odpowiednie predyspozycje do zawodu Jobcoacha. Warunkiem przystąpienia do projektu będzie posiadanie wykształcenia wyższego na poziomie przynajmniej licencjackim. Zawód Jobcoacha wymaga jednak, w stopniu większym niż formalne wykształcenie, silnych predyspozycji osobowościowych i kompetencji psychospołecznych. Praca Jobcoacha wymaga cech takich jak: nastawienie prospołeczne, koncentracja na celu, komunikatywność, tolerancja, wrażliwość i takt, cierpliwość, opanowanie emocji, zdolność do zrównoważonego angażowania się emocjonalnego, a także zdolność do odnajdywania się w sytuacjach trudnych na gruncie personalnym i zawodowym – i te cechy przede wszystkim będą brane pod uwagę przy rekrutacji kandydatów.

W ramach rekrutacji Jobcoachów zostanie przeprowadzona:

- analiza Curriculum Vitae i doświadczenia zawodowego kandydata (np. praca z ludźmi) (0- 5 pkt)

- ocena kandydata (0- 50 pkt) dokonana przez obserwatorów (m.in. specjalistę HR oraz eksperta jobcoachingu i/lub koordynatora merytorycznego) na rozmowie kwalifikacyjnej- oceniane będą umiejętności interpersonalne wskazane powyżej

- badanie predyspozycji- test predyspozycji (68-272 pkt)

Jobcoachowie będą rekrutowani z osób, które uzyskały największą ilość punktów z uwzględnieniem min. 2 miejsc dla osób z każdego sektora (prywatnego, pozarządowego, publicznego).

Liczba 10 jobcoachów jest odpowiednio małą liczbą, zgodnie z wytycznymi zawartymi w podręczniku projektów innowacyjnych, która zarazem pozwoli na skuteczne testowanie Jobcoachingu w grupie testowej odbiorców oraz szkolenie grupy upowszechniającej jobcoachów.

Po zakończeniu realizacji projektu narzędzie rekrutacyjne jobcoachów (test predyspozycji) zostanie udostępnione wszystkim potencjalnym pracodawcom jobcoachów, czyli osobom zarządzającym instytucjami, które będą chciały wdrożyć jobcoaching. Narzędzie to jest tak skonstruowane, iż pozwala nawet osobom nie będącym ekspertami, ocenić czy kandydat na jobcoacha posiada predyspozycje do wykonywania tej pracy. Wobec powyższego poza projektem weryfikacji predyspozycji osób, chcących pracować w charakterze jobcoachów dokonywać będą pracodawcy tych osób, którzy będą korzystać ze skonstruowanego w ramach projektu narzędzia (uzupełnienia do pkt. 5 pisma warunkowo akceptującego strategię).

b) odbiorcy produktu – zrekrutowanych zostanie 20 osób bezrobotnych 45+ w ramach poniższej procedury:

I etap: Weryfikacja zgłoszeń pod kątem formalnym (przynależność do grupy docelowej, kompletność dokumentów).

II etap: Analiza motywacji na podstawie rozmowy (ogólna ocena motywacji 1-10 pkt) oraz testu motywacji (test badający motywację klienta do podejmowania pozytywnych zmian i ogólnego nastawienia do aktywizacji 1-10 pkt). Przyjęte do projektu zostaną osoby, które uzyskają najwięcej punktów, przy czym dla zachowania reprezentatywności grupy, podział miejsc zapewniony będzie następująco:

1) ze względu na okres pozostawania bez zatrudnienia:

ok. 15% - osoby pozostające bez zatrudnienia powyżej 24 miesięcy; ok. 85% - osoby pozostające bez zatrudnienia poniżej 24 miesięcy





Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

2) ze względu na miejsce zamieszkania: 1/3 osoby zamieszkałe na wsi; 2/3 osoby zamieszkałe w mieście

3) ze względu na staż zawodowy:

Ok. 23% osoby zatrudnione od 10 do 20 lat; ok. 36% osoby zatrudnione od 20 do 30 lat
Pozostałe miejsca dla osób z innym niż wymienione stażem pracy. Taki podział odbiorców wynika ze struktury bezrobotnych osób 45+ w woj. – dane GUS.

Ponadto dla zachowania zasady równości szans -min. 14 miejsc w projekcie zarezerwowanych jest dla kobiet.

Udział odbiorców i użytkowników przez cały okres testowania zostanie zapewniony dzięki podpisaniu umów zobowiązujących do uczestnictwa w projekcie, aż do wyczerpania ścieżki wsparcia/zakończenia procesu testowania oraz poprzez odpowiedni dobór uczestników projektu (tj. najbardziej zmotywowanych do uczestnictwa w projekcie oraz takich, na których potrzeby projekt odpowiada w przypadku odbiorców/najbardziej predysponowanych do uczestnictwa w projekcie w przypadku użytkowników).

4.2. Przebieg testowania: V 2012- VI 2013

a) Rekrutacja jobcoachów - opis przebiegu rekrutacji w pkt. 4.1.

b) Szkolenie jobcoachów

Szkolenie będzie obejmować 9 dni szkoleniowych i przeprowadzone będzie zgodnie z opracowanym programem szkoleniowym.

c) Rekrutacja odbiorców - opis przebiegu rekrutacji w pkt. 4.1.

d) Testowanie właściwe (11 miesięcy)- polegać będzie na prowadzeniu procesu jobcoachingowego-10 przeszkolonych jobcoachów będzie testować model z 20 odbiorcami (statystycznie 2 odbiorców na 1 jobcoacha, 100 h sesji na osobę). Proces jobcoachingowy składa się z kilku logicznie ze sobą powiązanych etapów. Pierwszy to analiza i diagnoza sytuacji klienta. Na tym etapie ustalane są podstawowe fakty o sytuacji klienta, w tym szczególnie stan obecny klienta i jego źródła, wykształcenie i doświadczenie, preferencje i możliwości zawodowe, cele zawodowe klienta. Efektem końcowym etapu jest sformułowany Indywidualny Plan Rozwoju.

Pomiędzy Indywidualnym Planem Rozwoju a Indywidualnym Planem Działania, stanowiącym standardowe narzędzie pracy doradców zawodowych, występują różnice, które świadczą o innowacyjności proponowanej w projekcie metody.

Indywidualny Plan Działania jest autonomicznym narzędziem wykorzystywanym w doradztwie zawodowym. Indywidualny Plan Rozwoju, przynależny do Jobcoachingu różni się od niego w pewnych elementach zawartości oraz struktury. Strukturę IPD normalizuje art. 34 a Ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, zgodnie z którą IPD musi zawierać:

- 1) działania możliwe do zastosowania przez urząd pracy w ramach pomocy określonej w ustawie;
- 2) działania planowane do samodzielnej realizacji przez bezrobotnego lub poszukującego pracy w celu poszukiwania pracy;
- 3) planowane terminy realizacji poszczególnych działań;
- 4) formy, planowaną liczbę i terminy kontaktów z pośrednikiem pracy, doradcą zawodowym lub innym pracownikiem urzędu pracy;
- 5) termin i warunki zakończenia realizacji indywidualnego planu działania.

W stosunku do Indywidualnego Planu Rozwoju nie ma przepisów normatywnych wskazujących na ich treści, w związku z tym może być w miarę potrzeb poszerzany





Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

o różne elementy. W założeniu IPR w swojej strukturze posiada część związaną z subiektywnymi odczuciami klienta w stosunku do przyczyn występowania problemu z uzyskaniem i co ważne, utrzymaniem zatrudnienia a także np. część związaną z oczekiwaniami klienta (co służy sformułowaniu celów jobcoachingu zawartych w IPR). Między IPD a IPR zasadniczą różnicą jest obszar formalny i czasowy jaki te plany obejmują. IPD jest w stosunku do IPR zdecydowanie bardziej krótkofalowy a działanie doradcy w formułowaniu IPD w stosunku do IPR jest bardziej dyrektywne. Czyli IPD jest bardziej na "tu i teraz" i ma pomóc klientowi w znalezieniu zatrudnienia (wejściu lub powrocie na rynek pracy) IPR natomiast uwzględnia szerszy obszar funkcjonowania klienta. W IPR koncentrujemy się na sferze rozwoju osobistego w obszarze zawodowym a nie wyłącznie na znalezieniu zatrudnienia, możliwego do podjęcia przez daną osobę w danej chwili w związku z jej doświadczeniem zawodowym i wykształceniem. IPR koncentruje się też na wspomaganie rozwoju mocnych i słabych stron, możliwościach przekwalifikowania, rozwijania umiejętności społecznych i interpersonalnych, koncentruje się na rozwiązywaniu (a nie poszukiwaniu przyczyn problemów), promując rozwój nowych strategii myślenia i działania itd. Kontekst IPR jest zatem szerszy zarówno w aspekcie formalnym jak i czasowym. Klient współpracujący z jobcoacherem ma w założeniu rozwijać się na drodze kariery zawodowej, a nie wyłącznie znaleźć jakiegokolwiek formalne zatrudnienie. Oznacza to też, że kontakt z jobcoacherem w ramach IPR uwzględnia aspekty związane z rozwojem w sytuacjach zawodowych czyli w okresach posiadania zatrudnienia(okres utrwalenia w miejscu pracy).

Nie należy jednakże lokować innowacyjności niniejszego projektu na poziomie konstrukcji samych narzędzi. To co stanowi centralną różnicę pomiędzy IPD a IPR to sposób wykorzystania. W przypadku Jobcoachingu sposób wykorzystania narzędzi takich jak IPR wypływa z zakresu i charakteru procesu jobcoachingowego, będącego rodzajem coachingu. Charakter ten jest intensywny, silnie zindywidualizowany i spersonalizowany, oparty o relację pomiędzy Jobcoacherem a klientem cechując się pogłębionym poznaniem i zaufaniem. Wypracowanie Indywidualnego Planu Rozwoju, wraz z definicją wszystkich problemów oraz wszystkich decyzji i rozwiązań leży po stronie klienta, a Jobcoach tworzy ramy i strukturę pracy, zapewnia narzędzia, wzmacnia motywację. Jest bardziej przewodnikiem i asystentem w procesie niż doradcą. Stąd też wypływa różnica w tytułach obu dokumentów: plan działania a plan rozwoju, gdzie pierwszy sugeruje poziom bardziej operacyjny a drugi poziom bardziej długofalowy, strategiczny, przez to schodzący głębiej w sytuację klienta. Ta różnica oddaje również odmienną ideę Jobcoachingu i doradztwa zawodowego, i sposobem pracy Jobcoacha i doradcy z klientem.

Na etapie realizacji, działania zaplanowane w IPR są ściśle monitorowane i wspierane przez Jobcoacha, a ich intensywność stopniowo maleje, wraz ze wzrostem niezależności po stronie klienta. Celem bezpośrednim IPR jest doprowadzenie i utrwalenie klienta na rynku pracy, a celem ostatecznym jest przywrócenie mu autonomii na gruncie zawodowym oraz trwałe wzmocnienie jego zatrudnialności, tak był w stanie samodzielnie poruszać się po runku pracy.

Jak wskazano w dokumentacji projektowej, badania przeprowadzone na etapie badawczym niniejszego projektu, szczególnie z udziałem aktywnych doradców zawodowych, jak również klientów publicznych służb zatrudnienia, wykazują, iż



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

doradcy zawodowi nie pracują według nakreślonej powyżej logiki; ich relacja z klientem nie jest pogłębiona, spotkania dotyczące IPD są rzadkie, i bardziej ograniczone w zakresie niż ma to miejsce w modelowym Jobcoachingu, nie skupiają się również na tym, aby w beneficjencie pomocy zaszła zmiana mentalna. Indywidualny plan rozwoju zawiera program działań ujęty w harmonogramie i podporządkowany celom SMART wybranym przez klienta, ale jest przede wszystkim narzędziem, które ma spowodować mentalną zmianę u klienta, taką zmianę nastawienia do samego siebie i otoczenia, by mógł on skutecznie powrócić i poruszać się po rynku pracy (uzupełnienia do pkt. 13 pisma warunkowo akceptującego strategię).

Etap drugi to realizacja Indywidualnego Planu Rozwoju. W tej części procesu ustalane są działania operacyjne, ujęte w harmonogram, które klient realizuje samodzielnie przy wsparciu Jobcoacha. Realizacja IPR ma stworzyć odpowiednie nastawienie klienta do pracy, pomóc mu w znalezieniu równowagi między życiem zawodowym i prywatnym, wzmocnić jego moce przerobowe, rozwinąć jego wiarę w siebie i własne umiejętności w miejscu pracy, podnieść kwalifikacje. Ten etap powinien zakończyć się znalezieniem miejsca pracy przez klienta. Trzeci etap Jobcoachingu, obejmuje wsparcie klienta w pierwszym okresie w sytuacji zatrudniania po okresie bezrobocia i utrwalenie w miejscu pracy. Wsparcie ma celu wzmocnienie klienta w miejscu pracy, wsparcie w rozwiązywaniu pierwszych problemów, współpraca z pracodawcą. Na zakończenie jobcoachingu następuje ewaluacja realizacji IPR. Proces jobcoachingowy będzie realizowany zgodnie z podręcznikiem jobcoachingu oraz programem jobcoachingu wypracowanym w projekcie.

4.3 Materiały dla uczestników projektu

Użytkownicy otrzymają

- opracowany podręcznik jobcoachingu
- zestaw materiałów jobcoachingowych zebranych w „narzędziownik” (również w formie multimedialnej) takich jak: formularz rejestracji klienta, formularz preferencji zawodowych, formularz analizy SWOT(do samooceny), strukturę Indywidualnego Planu Rozwoju, arkusze do monitoringu, formularz podsumowujący, arkusz pomiaru efektywności, wzorce listów motywacyjnych i CV, arkusz analizy interesariuszy, arkusz wykresu Gantta, formularz podsumowujący sesję, arkusz pytań pomocniczych, formularz Bilansu Kompetencji, wskazówki przygotowania i prowadzenia rozmowy kwalifikacyjnej, nagranie audio/video z rozmowy kwalifikacyjnej.

Odbiorcy otrzymają:

- Wypełnione przy wsparciu ze strony jobcoacha: Indywidualny Plan Rozwoju, analizę SWOT, bilans kompetencji, arkusz preferencji zawodowych, mapę rynku pracy oraz ewentualnie inne dokumenty, wspomagające proces jobcoachingu, wypełniane w trakcie procesu jobcoachingu

4.4.Sposób monitorowania przebiegu testowania.

Bieżący monitoring realizacji przebiegu testowania będzie prowadzony przez koordynatora merytorycznego projektu i będzie obejmował:

W etapie 1.- Przeszkolenie 10 jobcoachów (grupa użytkowników):

- proces nabywania kompetencji, wiedzy i umiejętności u trenerów testowych mierzony na podstawie protokołów z obserwacji prowadzonych przez wykładowcę

W etapie 2. -Jobcoachingu dla grupy odbiorców:



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

-stopień nabywania kompetencji przez odbiorców 45+ mierzony na podstawie formularzy wypełnianych przez jobcoachów po każdej sesji i formularzy monitoringu wypełnianych min. raz na 2 miesiące w ciągu całego procesu

- ocena skuteczności jobcoachingu przez użytkowników oraz odbiorców mierzona na podstawie ankiet ewaluacyjnych oraz obserwacji procesu jobcoachingowego przez eksperta oraz koordynatora merytorycznego

Ponadto będą cyklicznie organizowane spotkania z użytkownikami i odbiorcami, które umożliwią dyskusję nad testowanym rozwiązaniem.

Ww. monitoring służyć będzie udoskonalaniu metody oraz wprowadzaniu działań korygujących przy formułowaniu ostatecznego kształtu produktu finalnego. Uzyskane w ten sposób informacje wzbogacą model, tak, by lepiej odpowiadał potrzebom zarówno użytkowników, jak i odbiorców. Wszystkie opinie i uwagi użytkowników, odbiorców i eksperta będą brane pod uwagę.

Osobą weryfikującą prawidłowość testów oraz decyzyjną w kwestii wprowadzania korekt, będzie kierownik projektu. Ponadto na bieżąco prowadzony będzie monitoring realizacji celów szczegółowych, opisany w pkt. II strategii.

V. SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA:

5.1 Jakie efekty zastosowania innowacji będą wystarczające?

Efektami innowacji będą:

-wprowadzenie systemowego, spójnego rozwiązania do polityki wsparcia bezrobotnych, jakim jest jobcoaching

- wdrożenie modelu jobcoachingu przez 10 trenerów testujących

- nabycie kompetencji w zakresie metodyki jobcoachingu przez grupę testową 10 trenerów

- wykorzystanie 1 programu szkolenia jobcoachów dostosowanego do specyfiki bezrobocia grupie docelowej w regionie wielkopolskim na grupie 50 jobcoachów

- upowszechnienie modelu jobcoachingu wśród 150 przedstawicieli instytucji rynku pracy w wyniku działań upowszechniających

- nabycie kompetencji przez przeszkolenie 40 uczestników upowszechniających, którzy następnie będą mogli wdrożyć nowe metody. Po zakończeniu projektu kompetencje jobcoachingowe nabędzie łącznie 50 jobcoachów(10 testowych + 40 upowszechniających). Osoby te, pracujące w różnego typu instytucjach wspierających osoby bezrobotne (np. PUP, firmy szkoleniowe, fundacje, **instytucje pomocy społecznej** itp.)wykorzystają metodę w swojej przyszłej pracy z osobami bezrobotnymi 45+, co pozwoli na lepszą aktywizację tej grupy.

- **50 pracowników instytucji rynku pracy oraz pomocy społecznej zostanie zaznajomionych z jobcoachingiem (uzupełnienia do pkt. 4 pisma warunkowo akceptującego strategię).**

- **minimum 10 instytucji zacznie stosować wypracowany model w codziennej praktyce – ten efekt będzie przede wszystkim świadczył o sukcesie realizacji projektu w wymiarze praktycznym (uzupełnienia do pkt. 3 i 4 pisma warunkowo akceptującego strategię).**

- **50% odbiorców produktu poddanych w projekcie jobcoachingowi znajdzie zatrudnienie (uzupełnienia do pkt. 3 pisma warunkowo akceptującego strategię).**



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Efekty zostały skonsultowane w I fazie realizacji projektu z przedstawicielami grup docelowych, tj. doradcami zawodowymi i bezrobotnymi 45+. Konsultacje wykazały trafność założonych efektów

5.2 Sposoby oceny wyników testowania:

Prowadzone będą 2 rodzaje ewaluacji:

Ewaluacja wewnętrzna prowadzona będzie przez koordynatora merytorycznego, a nadzorowana będzie przez kierownika projektu. Działania prowadzone będą w celu określenia skuteczności modelu oraz czynników na nią wpływających. Na bieżąco będą prowadzone obserwacje rezultatów i ich porównanie ze wstępnymi założeniami projektu, w celu wszczęcia działań naprawczych.

Sposoby analizy:

- oceny postępów odbiorców dokonywane przez jobcoachów sukcesywnie w trakcie realizacji testowania za pomocą formularza monitoringu. Uwaga głównie koncentrowała się będzie na aspektach związanych z zaangażowaniem odbiorców 45+, przeprowadzaniem samooceny odbiorców 45+, umiejętnością wykorzystywania wiedzy zdobytej podczas sesji, wzrostem motywacji odbiorców 45+.
- raporty eksperta na temat umiejętności jobcoachów
- raporty kwartalne koordynatora merytorycznego uwzględniające wnioski ze spotkań konsultacyjnych z użytkownikami i odbiorcami, ocenę umiejętności odbiorców (na podstawie ocen wypełnianych przez jobcoachów testujących w całym okresie testowania).

5.3 Ewaluacja zewnętrzna

W celu zobiektywizowania wyników oraz uzyskania niezależnej weryfikacji przebiegu procesu implementacji modelu w II i III kwartale 2013 r. zostanie przeprowadzona **ewaluacja zewnętrzna**, która obejmowała będzie:

- 1) Ankiety ewaluacyjne z odbiorcami i użytkownikami (30 szt.)
- 2) Indywidualne wywiady z odbiorcami i użytkownikami (5 szt.)
- 3) Zogniskowany wywiad grupowy z odbiorcami i użytkownikami (przeprowadzane będą przez profesjonalnych moderatorów na podstawie narzędzia badawczego w formie scenariusza

Celami ewaluacji zewnętrznej będzie zdobycie informacji o:

- a) Adekwatności wdrażanego modelu do rzeczywistych potrzeb beneficjentów ostatecznych,
- b) Skuteczności wypracowanego produktu i jego efektywności kosztowej w porównaniu do podejścia stosowanego dotychczas,
- c) Stopniu zaspokojenia potrzeb grup docelowych w wyniku udziału w testowaniu projektu.

Etapy ewaluacji zewnętrznej:

- wybór wykonawcy,
- dobranie narzędzi i metod badawczych,
- przeprowadzenie badań ewaluacyjnych,
- sformułowanie wniosków i zaleceń,
- opracowanie raportu końcowego.



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Ewaluacja zewnętrzna w całości zostanie zlecona podmiotowi zewnętrznemu, wybranemu zgodnie z zasadą konkurencyjności. Wybór zostanie dokonany na podstawie następujących kryteriów:

- doświadczenie w przeprowadzaniu badań w obszarze rynku pracy,
- doświadczenia w przeprowadzaniu ewaluacji i/lub audytów projektów finansowanych z EFS,
- cena.

Ewaluacja zewnętrzna i wewnętrzna wskaże obszary, w których należy wprowadzić modyfikacje, aby produkt był skuteczny.

Analiza skuteczności funkcjonowania modelu przeprowadzona zostanie również na podstawie spotkań konsultacyjnych z użytkownikami i odbiorcami. Na zakończenie etapu Kierownik projektu przeprowadzi analizę rzeczywistych efektów testowania, uwzględniając wyniki ewaluacji zewnętrznej i wewnętrznej.

VI STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

1.) Cel działań upowszechniających

Za główny cel działań upowszechniających uznaje się dotarcie do potencjalnych użytkowników, odbiorców i wszystkich zainteresowanych podmiotów z informacją o możliwości i potencjale zastosowania metodyki jobcoachingu.

Informowanie i promocja będzie odbywa się przez cały okres trwania projektu (m. In. spotkania konsultacyjne z użytkownikami i odbiorcami produktu). Właściwe działania upowszechniające rozpoczną się w lutym 2012 roku i potrwają do czerwca 2014 roku. Za realizację ww. działań odpowiedzialny będzie Specjalista ds. upowszechnienia produktu pod nadzorem i we współpracy z Kierownikiem projektu.

Upowszechniane będą wszystkie elementy produktu finalnego.

2.) Grupy do których skierowane są działania upowszechniające

Lp	Grupa	Uzasadnienie	Skala
1	Odbiorcy- pozostający bez zatrudnienia z grupy 45+	Zachęcenie potencjalnych odbiorców do skorzystania z proponowanej formy wsparcia jaką stanowi jobcoaching.	300 osób
2	Przedstawiciele publicznych instytucji rynku pracy zajmujący się wsparciem bezrobotnych 45+, przedstawiciele pomocy społecznej (np. powiatowych centrów pomocy rodzinie) (uzupełnienia do pkt. 2 pisma warunkowo akceptującego strategię).	Bezpośredni realizatorzy, którzy powinni postrzegać jobcoaching jako nowatorski sposób działania i wsparcia wobec grupy docelowej. Zainteresowanie tej grupy jest kluczowe w procesie stosowania modelu jobcoachingu ponieważ to ta grupa będzie model w przyszłości stosować.	Min. 100 osób



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

3	Przedstawiciele organizacji sektora pozarządowego, firm prywatnych świadczących usługi rynku pracy,	Uzasadnienie j.w	Min.50 osób
4	Osoby zarządzające publicznymi i niepublicznymi instytucjami rynku pracy, jednostkami pomocy społecznej (uzupełnienia do pkt. 2 pisma warunkowo akceptującego strategię).	Od decyzji tych osób zależy upowszechnienie metody w podległych jednostkach.	Min. 50 osób
5	Media	Zainteresowanie mediów umożliwi popularyzację modelu	Min. 10 redakcji
6	Pracodawcy i organizacje zrzeszające wielkopolskich pracodawców	Świadomość tej grupy jest istotna dla zatrudniania grupy docelowej	Min. 600 pracodawców oraz min. 10 organizacji

3.) Plan działań i ich charakterystyka

Upowszechnianie będzie realizowane w okresie od 1.02.2012r. do 27.06.2014r. Podzielone zostanie na II etapy:

I etap (12.2011r.-12.2013r.)- cel: wzbudzenie zainteresowania wypracowanym modelem oraz upowszechnienie dotychczasowych rezultatów wśród potencjalnych uczestników.

Działania:

- uruchomienie strony internetowej- jako podstawowe źródło informacji (informacje dla potencjalnych użytkowników, wyniki raportów, materiały do pobrania)
- spotkania z grupami docelowymi z woj. wielkopolskiego, na których przedstawiony zostanie produkt finalny. Spotkania powtarzane będą cyklicznie w trakcie trwania projektu. Produkt zostanie przedstawiony potencjalnym użytkownikom, a także osobom bezrobotnym z grupy 45+ w celu poddania ocenie jego zastosowania – **spotkania raz na kwartał, 15 osób na spotkaniu**
- opracowanie materiałów informujących, które opisują ideę jobcoachingu, a także możliwości jego zastosowania- rozesłanie do potencjalnych i użytkowników e-maili informacyjnych w ilości 100 sztuk
- informacje dla mediów o innowacyjnym modelu
- udostępnienie wypracowanych produktów finalnych na stronie internetowej
- spotkania z potencjalnymi grupami docelowymi raz na kwartał **15 osób na spotkaniu**
- wydruk plakatów (200 sztuk) i ulotek (200 sztuk) na temat jobcoachingu i rozesłanie materiałów do instytucji rynku pracy, **sektora pozarządowego oraz pomocy społecznej. (uzupełnienia do pkt. 2 i 6 pisma warunkowo akceptującego strategię).**

II etap (01.2014r.-06.2014r.)- cel: upowszechnienie jobcoachingu wśród interesariuszy z województwa wielkopolskiego

Działania:



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

- a) kontynuacja działań realizowanych w pierwszej fazie upowszechniania, wzbogacone o doświadczenia zdobyte przez Beneficjenta w trakcie realizacji projektu.
- b) organizacja konferencji upowszechniającej wypracowaną metodę- 1 konferencja zorganizowana w maju 2014r.-dla 100 osób (wysłanie zaproszeń m.in. do pracodawców, którzy brali udział w badaniach) organizacji sektora pozarządowego, firm prywatnych świadczących usługi wsparcia rynku pracy z woj. Wielkopolskiego, publicznych instytucji rynku pracy, **instytucji pomocy społecznej**)
- c) publikacja opracowanej metody, przesłana m.in. do WUP i PUP-ów, instytucji rynku pracy- kwiecień 2014r. w 100 egzemplarzach
- d) zamieszczanie informacji dotyczących projektu na lokalnych portalach informacyjnych (typu www.epoznan.pl) czy też forach lokalnych forach internetowych, zamieszczanie informacji na stronie internetowej projektu.
- e) wysyłka do instytucji rynku pracy oraz **instytucji pomocy społecznej (uzupełnienia do pkt. 2 pisma warunkowo akceptującego strategię)**,opracowanych produktów w formie elektronicznej -50 podmiotów
- f) wysyłka wyników badań oraz wypracowanych produktów do 600 pracodawców biorących udział w badaniach
- g) newsletter – bieżące informowanie o nowościach w projekcie wszystkich zainteresowanych podmiotów.

Proponowane podejście do działań upowszechniających nie różni się od zapisów zawartych we wniosku o dofinansowanie. Zapisy te zostały doprecyzowane i uszczegółowione.

Plan działań gwarantuje dotarcie do wszystkich interesariuszy z Wielkopolski, którzy są żywo zainteresowani skutecznym wdrożeniem i stosowaniem innowacji.

VII STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI:

1.) Cel działań włączających

Przedmiotem włączenia będzie wypracowana metodyka jobcoachingu oraz program pracy z osobami bezrobotnymi 45+.

Celem działań jest włączenie produktu finalnego w nurt polityki aktywizacyjnej 45+ (szerokie zastosowanie w praktyce). Cel zostanie osiągnięty przez nabycie kompetencji z zakresu jobcoachingu przez przedstawicieli instytucji rynku pracy oraz zwiększenie świadomości decydentów w zakresie skuteczności modelu wypracowanego w projekcie.

Właściwe działania włączające rozpoczną się w lutym 2014 roku i potrwać do czerwca 2014 roku. Za realizację ww. działań odpowiedzialny będzie Specjalista ds. upowszechnienia produktu pod nadzorem i we współpracy z Kierownikiem projektu.

2.) Grupy do których skierowane są działania włączające

Lp	Grupa	Uzasadnienie	Skala
1	Pracownicy publicznych i niepublicznych instytucji rynku pracy zajmujący się aktywizacją	Bezpośredni realizatorzy, którzy powinni postrzegać jobcoaching jako nowatorski sposób działania i	40





Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

	osób bez zatrudnienia oraz pracownicy pomocy społecznej, pracownicy sektora pozarządowego (uzupełnienia do pkt. 6 i 2 pisma warunkowo akceptującego strategię).	wsparcia wobec grupy docelowej. Zainteresowanie tej grupy jest kluczowe w procesie stosowania modelu jobcoachingu ponieważ to ta grupa będzie model w przyszłości stosować. Osoby z tej grupy za zgodą swoich przełożonych mogą stosować elementy lub pełny proces jobcoachingu (w zależności w jakiej instytucji pracują). (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego strategię).	
2	Osoby zarządzające organizacjami sektora pozarządowego, firm prywatnych świadczących usługi rynku pracy, instytucjami pomocy społecznej (uzupełnienia do pkt. 6 i 2 pisma warunkowo akceptującego strategię).	Od tych osób zależy stosowanie jobcoachingu w zarządzanych przez nie instytucjach. Istotne jest, by instytucje postrzegały jobcoaching jako innowacyjną metodę aktywizacji zawodowej bezrobotnych, która ma udoskonalić rezultaty ich pracy, a nie jako zagrożenie dla obecnego dotychczas doradztwa zawodowego. Bardzo ważne jest, by te organizacje postrzegały jobcoaching jako narzędzie, które warto zastosować w swojej strukturze organizacyjnej. Osoby z tej grupy mogą podjąć decyzję o stosowaniu elementów lub pełnego procesu jobcoachingu w zarządzanych przez nie instytucjach (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego strategię).	Min. 50 osób
3	Dyrektorzy Powiatowych Urzędów Pracy i innych publicznych instytucji rynku pracy	Od tych osób zależy stosowanie w praktyce elementów jobcoachingu w publicznych służbach zatrudnienia. Osoby z tej grupy mogą podjąć decyzję o stosowaniu elementów procesu jobcoachingu w zarządzanych przez nie instytucjach (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego strategię)	Min.50 osób



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

4	Wojewódzkie i Powiatowe Rady Zatrudnienia	Organy opiniodawczo-doradcze marszałka województwa i starostów w sprawach polityki rynku pracy mają wpływ na kształtowanie polityki zatrudnieniowej w regionie. Powiatowe Rady opiniują programy specjalne (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego strategię)	Min. 100
5	Wojewódzkie Urzędy Pracy	Prowadzą zadania samorządu województwa w zakresie polityki rynku pracy. Mogą na zlecenie starosty podjąć decyzję o sfinansowaniu usług jobcoachingowych prowadzonych przez publiczne służby zatrudnienia w ramach programów specjalnych (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego strategię)	16
6	Władze samorządowe – przede wszystkim starości, prezydenci, marszałkowie	Decydują o polityce społecznej w powiatach oraz o zleceniu usług rynku pracy podmiotom niepublicznym. Marszałek lub starości mogą podjąć decyzję o zleceniu zadań jobcoachingowych podmiotom niepublicznym na podstawie art. 24 ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy. Ponadto starości mogą zainicjować realizację jobcoachingu przez publiczne służby zatrudnienia w ramach programów specjalnych. Starości mogą się zwrócić również do Ministra Pracy o przyznanie dodatkowych środków z rezerwy dysponenta Funduszu Pracy na realizację jobcoachingu przez publiczne służby zatrudnienia w ramach programów specjalnych (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego	Min.50






Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

		strategię)	
7	Radni	Mogą przyczynić się do popularyzacji modelu, choć nie mają bezpośredniego wpływu na kształtowanie polityki zatrudnieniowej w regionie (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego strategię)	Min. 100
8.	Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej i Minister Pracy i Polityki Społecznej (uzupełnienia do pkt. 6 pisma warunkowo akceptującego strategię).	Jest odpowiedzialne za kierunki działań w ramach krajowej polityki rynku pracy, może zaproponować zmiany legislacyjne w zakresie wprowadzenia jobcoachingu do standartowych usług świadczonych przez publiczne służby zatrudnienia. Minister Pracy i Polityki Społecznej może na wniosek starosty przyznać dodatkowe środki z rezerwy dysponenta Funduszu Pracy na realizację programów specjalnych przez publiczne służby zatrudnienia wdrażających jobcoaching (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego strategię).	1
9	Posłowie i senatorzy	Mają wpływ na zmiany legislacyjne, mogą wystąpić z inicjatywą ustawodawczą dotyczącą wprowadzenia jobcoachingu do standartowych usług świadczonych przez publiczne służby zatrudnienia (uzupełnienia do pkt. 7 pisma warunkowo akceptującego strategię)	Min 10

3.) Plan działań i ich charakterystyka

Działania włączające będą prowadzone w okresie od 02.2014r. do 06.2014r.

a)W ramach mainstreamingu horyzontalnego, skoncentrowanego na działaniach praktycznych, podjęte będą następujące działania:

 <p>Centrum Doradztwa Unijnego s.c. 61-815 Poznań, ul. Ratajczaka 26/3, tel. (61) 835 45 92 (83, e-mail: cdu.edu.pl</p>	 <p>Doradztwo Społeczne i Gospodarcze ul. Św. Wojciech 22/24 m. 7, 61-749 Poznań tel.: 603/ 933 732, 609/499 230 www.dsig.pl, e-mail: dsig@dsig.pl</p>	 <p>AKTYWIZACJA 45+ JOB COACHING</p>
--	---	---



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

- bezpośrednie kontakty osobiste i telefoniczne z pracownikami publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia, **organizacji pozarządowych, instytucji pomocy społecznej (uzupełnienia do pkt. 2 i 6 pisma warunkowo akceptującego strategię)** w celu zapoznania ich z modelem – **planowanych jest ok. 10 bezpośrednich spotkań i rozmów w kwartale (uzupełnienia do pkt. 9 pisma warunkowo akceptującego strategię)**

-przeszkolenie grupy 40 pracowników publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia, **organizacji pozarządowych, instytucji pomocy społecznej (uzupełnienia do pkt. 9 pisma warunkowo akceptującego strategię)** w zakresie metodyki jobcoaching'u I kwartał 2014r łącznie powstanie grupa 50 jobcoachów (10 testowych i 40 upowszechniających), którzy będą podejmować zatrudnienie lub współpracę z różnymi instytucjami i organizacjami z województwa wielkopolskiego. Będą współpracować z publicznymi służbami zatrudnienia, z organizacjami sektora pozarządowego zaangażowanymi w realizację polityki społecznej, z firmami prywatnymi świadczącymi usługi wsparcia rynku pracy, **z instytucjami pomocy społecznej (uzupełnienia do pkt. 2 pisma warunkowo akceptującego strategię)** oraz pracodawcami, którzy będą zainteresowani wprowadzić jobcoaching do własnej praktyki

-organizacja 3 seminariów dla zainteresowanych potencjalnych użytkowników produktu – podczas seminariów zostanie przekazana koncepcja zastosowania metodyki jobcoachingu w praktyce – **na każde seminarium planuje się zaproszenie 15 osób (uzupełnienia do pkt. 9 pisma warunkowo akceptującego strategię)**

- utrzymanie strony internetowej projektu z modelem do pobrania

Celem tych działań będzie przekazanie innowacyjnych rozwiązań osobom i instytucjom zajmującym się problemami grupy docelowej – osób 45+ pozostających bez zatrudnienia.

b) W ramach mainstreamingu wertykalnego, polegającego na inicjowaniu zmian o charakterze administracyjnym podjęte będą następujące działania:

- organizacja 2 seminariów z dyrektorami publicznych i niepublicznych instytucji rynku pracy, **instytucji pomocy społecznej, organizacji pozarządowych, (uzupełnienia do pkt. 2 i 6 pisma warunkowo akceptującego strategię)** z władzami samorządowymi w celu zachęcenia do wprowadzenia metody do praktycznego stosowania w instytucjach – **na każde seminarium planuje się zaproszenie 15 osób (uzupełnienia do pkt. 9 pisma warunkowo akceptującego strategię)**

- bezpośrednie kontakty osobiste i telefoniczne z dyrektorami PUP, z władzami samorządowymi (przede wszystkim starostami) w regionie w celu zachęcenia do wprowadzenia metody do praktycznego stosowania **planowanych jest ok. 10 bezpośrednich spotkań i rozmów w kwartale (uzupełnienia do pkt. 9 pisma warunkowo akceptującego strategię)**

- rozesłanie do dyrektorów PUP z terenu całego kraju, do władz samorządowych w regionie, do Wojewódzkich Urzędów Pracy, do Wojewódzkich i Powiatowych Rad Zatrudnienia, **do Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej (uzupełnienia do pkt. 6 pisma warunkowo akceptującego strategię)** informacji o modelu jobcoachingu wraz z uzasadnieniem skuteczności metody- **metoda zostanie rozesłana do 427 odbiorców (uzupełnienia do pkt. 9 pisma warunkowo akceptującego strategię)**



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

- bezpośrednie kontakty osobiste i telefoniczne z radnymi, posłami i senatorami, **przedstawicielami Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej (uzupełnienia do pkt. 6 pisma warunkowo akceptującego strategię)** w celu rozpropagowania modelu wśród decydentów i przekonanie ich o istotności narzędzi jakimi dysponuje jobcoaching, by w dalszej kolejności włączyć je w główny nurt polityki. **Planowanych jest ok. 5 bezpośrednich spotkań i rozmów w każdym półroczu (uzupełnienia do pkt. 9 pisma warunkowo akceptującego strategię)**

W ramach włączania wertykalnego rekomendowane będą następujące kierunki i obszary działań:

- wdrożenie elementów jobcoachingu przez publiczne służby zatrudnienia w ramach podejmowanych przez te instytucje standardowych działań
- wdrożenie procesu jobcoachingu przez niepubliczne instytucje rynku pracy, instytucje pomocy społecznej, organizacje pozarządowe
- zlecenie przez władze samorządowe (np. starostów) zadań jobcoachingowych podmiotom niepublicznym
- sfinansowanie usług jobcoachingowych prowadzonych przez publiczne służby zatrudnienia w ramach programów specjalnych – rekomendacja będzie adresowana przede wszystkim do WUP, władz samorządowych i starostów
- zainicjowanie zmian legislacyjnych, w zakresie wprowadzenia jobcoachingu do standardowych usług świadczonych przez publiczne służby zatrudnienia - rekomendacja będzie adresowana do Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, posłów i senatorów (uzupełnienia do pkt. 8 pisma warunkowo akceptującego strategię).

VIII. KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU

Lp.	Kamienie milowe (KM)	Termin osiągnięcia KM (mm-rrrr)
1.	START ETAPU II	05.2012
2.	Rekrutacja grupy testującej użytkowników i odbiorców	05.2012
3.	Szkolenie grupy testującej jobcoachów (użytkowników)	07.2012
4.	Zakończenie Jobcoachingu grupy testowej odbiorców	06.2013
5.	Ewaluacja zewnętrzna	09.2013
6.	Opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego (na	12.2013





Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

	nośnikach papierowych i elektronicznych)	
7.	Złożenie produktu finalnego w wersji ostatecznej w sekretariacie ST	12.2013
8.	Rekrutacja grupy upowszechniającej jobcoachów	03.2014
9.	Przeszkolenie grupy upowszechniającej jobcoachów	04.2014
10.	Zorganizowanie konferencji upowszechniającej	05.2014
11.	Wydanie publikacji upowszechniających model	04.2014
12.	Upowszechnianie produktu finalnego	06.2014
13.	Mainstreaming horyzontalny i wertykalny	06.2014
14.	Zamknięcie projektu	06.2014

IX. ANALIZA RYZYKA

W ramach projektu przeprowadzono analizę ryzyka pozwalającą na dokonanie oceny zagrożeń, które mogą się pojawić na etapie testowania i upowszechniania innowacji. Przeprowadzona analiza ryzyka polegająca na zidentyfikowaniu potencjalnych zagrożeń, określeniu prawdopodobieństwa ich wystąpienia, oszacowaniu ryzyka jak też identyfikacji zagrożeń została zestawiona w poniższych tabelach, które zawierają również informacje nt. sposobu ograniczania występowania zagrożenia.

9.1 Analiza ryzyka, które mogą się pojawić na etapie testowania innowacji

Uwaga w tabeli: „p” to prawdopodobieństwo wystąpienia, „w” – szacowane ryzyko, „i” – identyfikacja zagrożenia ($i=p \times w$).

Zidentyfikowanie potencjalnych zagrożeń	p	w	i	Sposób ograniczenia zagrożenia
Niskie zainteresowanie udziałem w projekcie kandydatów na Jobcoachów	2	2	4	- promocja projektu, - szeroko zakrojona akcja rekrutacyjna - nawiązanie współpracy z instytucjami rynku pracy
Nieprawidłowy dobór kandydatów na jobcoachów	2	2	4	- rozbudowane procedury rekrutacyjne, skutkujące zrekrutowaniem osób najbardziej predysponowanych do wykonywania pracy jobcoacha
Niskie zainteresowanie	2	3	6	- promocja projektu - uzupełnienie braków z listy rezerwowej



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

udziałem w projekcie testowej grupy odbiorców				potencjalnych uczestników - kontakt z instytucjami rynku pracy w celu uzyskania wsparcia w rekrutacji (kontakty zostały już nawiązane)
Rezygnacja jobcoacha z udziału w projekcie	1	2	2	- uzupełnienie braków z listy rezerwowej potencjalnych użytkowników, - opracowanie zasad przyjęcia do projektu nowego uczestnika w trakcie realizacji testowania
Rezygnacja odbiorcy z udziału w projekcie	2	3	6	- podpisanie umowy o udział w projekcie, - lista rezerwowa potencjalnych odbiorców - opracowanie zasad przyjęcia do projektu nowego uczestnika w trakcie realizacji testowania -- rozbudowane procedury rekrutacyjne, skutkujące zrekrutowaniem osób najbardziej zdeterminowanych do uczestnictwa w projekcie
Braki w produkcji finalnym	1	2	2	- włączenie interesariuszy do prac związanych z budowaniem finalnej wersji modelu, - sukcesywne uzupełnianie produktu finalnego adekwatnie do zdiagnozowanych braków
Brak postępów Odbiorców w nabywaniu kompetencji	2	2	4	-korekta działań jobcoachingowych, narzędzi oraz doprecyzowanie procedur -weryfikacja jakości pracy jobcoachów

9.2 Analiza ryzyka, które mogą wystąpić na etapie upowszechniania innowacji i wprowadzania do polityki/praktyki

Zidentyfikowanie potencjalnych zagrożeń

Zidentyfikowanie potencjalnych zagrożeń	p	w	i	Sposób ograniczenia zagrożenia
Niskie zainteresowanie udziałem w projekcie kandydatów na jobcoachów w grupie upowszechniającej	2	2	4	- wzmocnienie świadomości co do wartości jobcoachingu jako sposobu redukcji bezrobocia pośród wszystkich interesariuszy - działania promocyjne i upowszechniające
Niskie zainteresowanie zastosowaniem jobcoachingu pośród pracowników instytucji rynku pracy	2	2	4	- działania upowszechniające na temat korzyści wynikających z zastosowania jobcoachingu -propagowanie osiągniętych rezultatów wdrażanych technik jobcoachingowych - zaangażowanie przedstawicieli instytucji rynku pracy na wszystkich etapach realizacji projektu -indywidualne spotkania i prezentacje modelu



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

				dla przedstawicieli rynku pracy
Opór zarządzających instytucjami rynku pracy/decydentów przed wdrożeniem jobcoachingu w instytucjach rynku pracy	2	3	6	- działania upowszechniające na temat korzyści wynikających z zastosowania jobcoachingu -propagowanie osiągniętych rezultatów wdrażanych technik jobcoachingowych - zaangażowanie przedstawicieli instytucji rynku pracy na wszystkich etapach realizacji projektu -indywidualne spotkania i prezentacje modelu dla osób zarządzających instytucjami rynku pracy

Poznań, maj 2012r.

Beneficjent

Partner

X. Wykaz załączników:

1. Programu jobcoachingu dostosowany do potrzeb odbiorców 45+ z uwzględnieniem specyfiki 45+ i województwa wielkopolskiego.
2. Ramowy program szkolenia jobcoachów- Jobcoaching – metodologia pracy z osobami bezrobotnymi w wieku 45+ wraz z załącznikami
3. Dostosowanie programu treningu pracy do potrzeb różnych grup odbiorców – metodyka.
4. JOBCOACHING -nowatorska forma wsparcia indywidualnego i środowiskowego na rzecz integracji społeczno- zawodowej osób bezrobotnych w wieku 45 lat i więcej- podręcznik jobcoachingu.

 Centrum Doradztwa Unijnego s.c. 61-815 Poznań, ul. Ratajczaka 26/3, tel. (61) 835 45 92 (83, e-mail: cdu.edu.pl	 Doradztwo Społeczne i Gospodarcze ul. Św. Wojciech 22/24 m. 7, 61-749 Poznań tel.: 603/ 933 732, 609/499 230 www.dsig.pl, e-mail: dsig@dsig.pl	 AKTYWIZACJA 45+ JOB COACHING
---	--	--



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

5. Zestaw materiałów treningowych („Narzędziownik”).
6. Narzędzie rekrutacyjne jobcoachów.
7. Raport końcowy z badań.

