

STRATEGIA WDRAŻANIA PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO



TEMAT INNOWACYJNY:

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

NAZWA PROJEKTODAWCY:

Wyższa Szkoła Humanistyczno - Ekonomiczna we Włocławku
ul. Plac Wolności 1, 87-800 Włocławek

TYTUŁ PROJEKTU:

"PI-BLAU - Badanie Losów Absolwentów Uczelni"

NUMER UMOWY:

UDA - POKL.04.01.01-00-239/11-00

Włocławek, czerwiec 2013



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



SPIS TREŚCI

I.	Uzasadnienie	3
II.	Cel wprowadzenia innowacji	6
III.	Opis innowacji, w tym produktu finalnego	7
IV.	Plan działań w procesie testowania produktu finalnego	9
V.	Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa	11
VI.	Strategia upowszechniania	13
VII.	Strategia włączania do głównego nurtu polityki	15
VIII.	Kamienie milowe II etapu projektu	18
IX.	Analiza ryzyka	18
X.	Załączniki:	20

I. Uzasadnienie

Projekt „PI-BLAU – Badanie Losów Absolwentów Uczelni”, jest odpowiedzią na problem niskiej jakości kształcenia w szkołach wyższych oraz niedostosowanie treści kształcenia do potrzeb rynku pracy w Polsce. Nowelizacja ustawy o szkolnictwie wyższym porusza ten problem i nakłada na uczelnie obowiązek monitorowania losów absolwentów, nie oferując jednak narzędzi wspierających ten proces. Beneficjent w ramach pierwszego etapu projektu przeprowadził badania trzech grup, które powinny być zaangażowane w procesy związane z podnoszeniem jakości kształcenia na polskich uczelniach: Uczelnie, Absolwenci oraz Pracodawcy. Uzyskane wyniki badań potwierdziły potrzebę realizacji projektu.

OPIS PROBLEMÓW

Głównym problemem uczelni w kontekście podnoszenia jakości kształcenia z wykorzystaniem badania losów absolwentów jest **brak odpowiednich narzędzi**, zarówno do prowadzenia monitorowania losów, jak i wykorzystania tych danych w praktyce. Od wielu lat szkolnictwo wyższe przodujących krajów kapitalistycznych dostrzega konieczność oraz zalety badania losów zawodowych absolwentów (Raport z badań – RI, cz.I). W Polsce tylko kilka uczelni prowadziło takie badania na początku XXI w. i dopiero wprowadzenie obowiązku monitorowania losów absolwentów w znowelizowanej ustawie Prawo o szkolnictwie wyższym dało impuls do systemowych rozwiązań. Ustawa nie zawiera jednak (ani nie zapowiada) wypracowanych standardów badania losów absolwentów. Każda uczelnia posiada dowolność w wyborze metod i technik prowadzenia monitoringu. To powoduje, że różne uczelnie prezentują wyniki, których nie można agregować ani porównywać. Poza tym wiele mniejszych uczelni, ze względu na brak stabilności finansowej będzie miało kłopoty z przygotowaniem i wdrożeniem autorskich rozwiązań oraz z korzystaniem z nowoczesnych technologii informacyjnych. W badaniach przeprowadzonych w projekcie aż 40% uczelni przyznało, że nie monitoruje potrzeb pracodawców i absolwentów w kontekście dostosowania oferty uczelni do potrzeb rynku pracy. Istnieje zatem potrzeba zaprojektowania i przetestowania uniwersalnego przydatnego większości uczelni w Polsce modelu dostosowania treści kształcenia na uczelniach do potrzeb rynku pracy, z wykorzystaniem danych uzyskanych z badań losów absolwentów.

W ostatnich tygodniach w mediach często można trafić na informacje dotyczące problemu jakim jest niska jakość kształcenia na uczelniach. Znany więc zarzutem pojawiającym się w takich dyskusjach i debatach jest problem dotyczący **zbyt małej ilości zajęć praktycznych w stosunku do teorii**. Większość kierunków studiów jest przesycona zajęciami teoretycznymi, brakuje wsparcia wiedzy praktyką. Bardzo często student ma możliwość zastosowania przyswojonych informacji, dopiero podczas wykonywania pracy. Potwierdzają to wyniki badań, prowadzonych w 2010 roku przez Manpower Group - światowego lidera innowacyjnych rozwiązań dla rynku pracy: 70% kompetencji zdobywa się w pracy, 10% w szkołach. W ostatnich dwóch dziesięcioleciach liczba studentów w Polsce wzrosła z 400 tys. (rok akademicki 1990/1991) do blisko 2 mln. Tak znaczne zwiększenie zainteresowania naszego społeczeństwa podnoszeniem poziomu wykształcenia nie poszło jednak w parze z podniesieniem jakości kształcenia. Głównie dotyczy to umiejętności społecznych oraz praktycznych. Badania prowadzone przez Konfederację Pracodawców wykazały, że absolwenci szkół wyższych posiadają największe braki w obszarze łączenia teorii z praktyką (45%), organizacji pracy (37%), rozwiązywania problemów (32%) oraz kreatywności (23%), (źródło PKPP Lewiatan 2011). Podobnie w badaniu przeprowadzonym w projekcie BLAU, pracodawcy ocenili kompetencje społeczne i praktyczne poniżej przeciętnej (odpowiednio w skali 1-5 na 2,78 i 2,44). Aż 15% pracodawców przyznało, że nie bierze pod uwagę kandydatur absolwentów (do 12 m-cy po ukończeniu uczelni). W kontekście wysokiego bezrobocia w tej grupie (blisko 26%), fakt ten jest bardzo niepokojący. Pracodawcy (73%) uważają że **Absolwenci nie są przygotowani na rynek pracy**. Jedną ze zmiennych wpływających na taki stan jest są niejasne zasady organizacji praktyk i staży - brak kontroli uczelni nad tymi procesami, niechęć pracodawców do organizowania praktyk i staży dla Studentów i Absolwentów, niska świadomość studentów, na temat konieczności zdobywania doświadczeń podczas studiów (szerzej w Raporcie z badań). Wnioski zdobyte w trakcie pierwszego etapu projektu PI-BLAU potwierdzają, że **pracodawcy nisko oceniają wiedzę,**

kompetencje społeczne oraz umiejętności praktyczne absolwentów. Przy poszukiwaniu osób do pracy kierują się oni głównie doświadczeniem kandydatów (88%) oraz ich kompetencjami społecznymi (76%). Wbrew obiegowym opiniom najmniejszą wagę przypisują rodzajowi uczelni jaką ukończył kandydat do pracy (15%). Co ważne, doświadczenie dotyczy nie tylko działań związanych ze stanowiskiem pracy. Oceniana jest aktywność Absolwenta podczas studiów. Natomiast szczególnie pożądane kompetencje to: dokładność, troska o jakość, umiejętność organizacji pracy własnej, samodzielność i poczucie odpowiedzialności oraz komunikatywność (Raport z badań, RII, cz.III). Oznacza to, że absolwenci szkół wyższych nie są przygotowani do podjęcia pracy, gdyż nie zapewnia im tego obecny program kształcenia, konstruowany przez uczelnie bez konsultacji z pracodawcami oraz bez uwzględnienia potrzeb regionalnego i krajowego rynku pracy.

Problem ten mógłby być rozwiązany m.in. przez nawiązywanie współpracy z przedsiębiorcami – praktykami (prowadzenie warsztatów, praktyki, staże, spotkania branżowe), jednak **współpraca uczelni z pracodawcami jest znikoma**. Uczelnie rzadko wychodzą z inicjatywą wspólnych przedsięwzięć, pracodawcy nie posiadają informacji na temat oferty uczelni w tym zakresie. Badania, jakie są prowadzone przez uczelnie zazwyczaj nie są dostosowane do biznesu, niewielu pracodawców podejmuje współpracę z Biurami Karier, brakuje bazy Absolwentów, która dostępna byłaby dla Pracodawców, poszukujących osób do pracy. Pracodawcy nisko ocenili gotowość uczelni do współpracy z biznesem. Najgorsze zdanie przedsiębiorcy mają na temat współpracy w zakresie przygotowania i realizacji programów studiów (2,31 w skali 1-5) oraz współpracy w zakresie realizacji polityki zatrudnienia (2,51). Co ciekawe obszar dotyczący programów studiów (oraz organizacja praktyk i staży – 90%) został przez uznany przez 60% przedstawicieli firm jako jeden z najbardziej potrzebnych i skutecznych w kontekście przygotowania Absolwentów na rynek pracy. Zmodyfikowana w 2011 r. ustawa z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym wprowadza możliwość prowadzenia studiów o profilu praktycznym z udziałem podmiotów gospodarczych. Podstawą do tego jest umowa zawarta pomiędzy uczelnią a przedsiębiorcą. Jej elementami mogą być między innymi: wspólne opracowywanie programów nauczania i efektów kształcenia, sposób realizacji praktyk i staży, możliwość prowadzenia zajęć przez przedstawicieli przedsiębiorcy, a także sposób dofinansowania studiów. Problem tkwi zatem w obustronnej inicjatywie dla dobra potrzeb uczelni i gospodarki. Natomiast aż 39% ankietowanych nie współpracuje w żadnej formie z uczelniami. Powody podawane najczęściej (ponad połowa ankietowanych) to brak konieczności podejmowania takiej współpracy. Często argument ten wspierany był uzasadnieniem, że firma nie poszukuje pracowników – świadczyć to może o tym, iż pracodawcy kojarzą współpracę z uczelniami tylko z poszukiwaniem pracowników czy praktykantów. A przecież istnieje znacznie więcej możliwości. Blisko co czwarta osoba, odpowiadająca na to pytanie nie wie, w jaki sposób mogłaby współpracować z uczelnią – brakuje jej wiedzy i szczegółowych informacji na ten temat.

W trakcie opracowywania mapy problemów z Zespołem Roboczym (przedstawiciele Pracodawców, Absolwentów i Szkół Wyższych), duży nacisk położony został również na problem dotyczący **słabego wsparcia uczelni dla Absolwentów**. Przejawia się to przede wszystkim przez brak profesjonalnego doradztwa zawodowego dla absolwentów (na pytanie o zgodność wykształcenia z podjętą pracą aż 26% osób odpowiedziało, że nie jest ona zgodna), „martwe” Biura Karier (28% pracodawców zadeklarowało współpracę z BK jako jeden ze sposobów poszukiwania pracowników, 31% przedstawicieli firm uważa BK za jeden z ważnych elementów dotyczących przygotowania Absolwentów na rynek pracy a pierwszą pracę za pomocą BK znalazło 2% ankietowanych absolwentów!), nie podejmowanie inicjatyw, które miałyby uświadomić studentom, jak ważne są kompetencje miękkie w życiu zawodowym, brak inicjatywy uczelni w zakresie promowania Absolwentów na rynku pracy oraz niski poziom informacji w zakresie możliwości, jakie w przyszłości dają kierunki oferowane przez uczelnie (przecież np. po zakończeniu pedagogiki Absolwent nie musi być Nauczycielem). Absolwenci do tej pory w niewielkim stopniu zdają sobie sprawę z potrzeby badań ich losów zawodowych. Tracą kontakt ze swoją macierzystą uczelnią, rzadko podnoszą kwalifikacje na kursach i studiach podyplomowych. Jak wykazały badania wstępne w dużej części „biernie” oczekują na oferty pracy, pojawiające się w różnych źródłach (3% samodzielnie zgłasza się do firm, 2% otwiera własną działalność, nikt nie wskazał na poszukiwanie pomocy w Biurach Karier czy na uczelni).

WYBRANE WNIOSKI Z BADAŃ

- W procesie kształcenia akademickiego w polskich uczelniach wyższych podejmowane są wprawdzie działania zmierzające do podniesienia jego jakości, ale niedostatecznie odpowiadają one potrzebom współczesnego rynku pracy
- Kompetencje zdobyte w przebiegu procesu kształcenia akademickiego sprzyjają ogólnemu rozwojowi wiedzy i umiejętności absolwentów, ale niedostatecznie korespondują z wymaganiami pracodawców i współczesnego rynku pracy.
- Uczelnie w niedostatecznym zakresie monitorują potrzeby pracodawców i absolwentów, które wynikają z potrzeb aktualnego rynku pracy.
- Pracodawcy nisko oceniają kwalifikacje absolwentów (do 12 miesięcy po zakończeniu uczelni), zarówno w obszarach wiedzy, umiejętności społecznych i praktycznych.
- Pracodawcy rzadko korzystają ze wsparcia uczelni, podczas prowadzenia procesów rekrutacyjnych.
- Pracodawcy prowadząc rekrutację dużą wagę przywiązują do kompetencji społecznych i umiejętności praktycznych, weryfikują je w zróżnicowany sposób, Absolwenci nie są przygotowani do uczestniczenia w procesach rekrutacyjnych.
- Biura Karier funkcjonujące na uczelniach nie spełniają swojej roli, Pracodawcy rzadko korzystają z ich usług.
- Pracodawcy widzą potrzebę uczestniczenia w tworzeniu oferty kształcenia uczelni.

KONSEKWENCJE

Dla Uczelni:

- niski jakościowo proces kształcenia na poziomie wyższym,
- spadek zaufania społeczeństwa wykształcenia uzyskanego w szkołach wyższych,
- konieczność konkurowania na rynku uczelni, szczególnie w kontekście niżu demograficznego - obecnie panujący trend związany z zamykaniem uczelni lub łączeniem się kilku w jeden podmiot.

Dla Absolwentów:

- duża skala niedostosowania kompetencji absolwentów do potrzeb rynku pracy,
- wysoki poziom bezrobocia w tej grupie. Badania PKPP Lewiatan potwierdzają, że wskutek wadliwego systemu edukacji wciąż nie obsadzonych jest w polskich przedsiębiorstwach 600 tys. miejsc pracy, mimo, że 2 mln osób poszukuje zatrudnienia („Czarna lista barier dla rozwoju przedsiębiorczości 2013” – PKPP Lewiatan),
- brak sprecyzowanych planów zawodowych, poszukiwanie „jakiegokolwiek” pracy, często zagranicą.

Dla Pracodawców:

- problemy w pozyskaniu kompetentnych pracowników,
- duże koszty wdrożenia nowych pracowników,
- niechęć do zatrudniania młodych ludzi.

DANE UZASADNIAJĄCE REALIZACJĘ PROJEKTU

Raport z ewaluacji wewnętrznej zawiera następujące dane (skala 1-5, gdzie 1- zupełnie się nie zgadzam, 3 – nie mam zdania, 5 – całkowicie się zgadzam):

- MODEL jest jasny i czytelny dla odbiorców: przedstawiciele szkół wyższych 5,0, pracodawcy i absolwenci 4,6;
- PORTAL odpowiada na potrzeby osób poszukujących pracy: absolwenci 4,6, pracodawcy 4,0, uczelnie 4,4;
- PORTAL odpowiada na potrzeby pracodawców: absolwenci 4,6, pracodawcy oraz przedstawiciele szkół wyższych 4,4;
- PORTAL mógłby być stosowany w miejscu, w którym pracuję: przedstawiciele szkół wyższych 5,0, pracodawcy i absolwenci 4,8;
- PORTAL odpowiada na potrzeby grupy, którą reprezentuję: absolwenci 4,75, pracodawcy i przedstawiciele szkół wyższych 4,6.

II. Cel wprowadzenia innowacji

Celem tym jest podniesienie jakości kształcenia i lepsze dostosowanie oferty edukacyjnej szkół wyższych do wymogów rynku pracy w Polsce. Zostanie on zrealizowany poprzez stworzenie, a następnie wdrożenie uniwersalnego systemu monitorowania losów absolwentów uczelni w Polsce. Proces monitoringu absolwentów (zgodnie z ustawą Prawo o szkolnictwie wyższym obowiązkowy dla wszystkich uczelni) jest dopiero na etapie początkowych, niespójnych ze sobą inicjatyw kilkunastu uczelni. Projekt zaproponowany przez Wyższą Szkołę Humanistyczno-Ekonomiczną we Wrocławku wspólnie z Partnerem Projekt HR daje możliwość połączenia interesów absolwentów szkół wyższych oraz pracodawców, stwarza efektywną platformę dialogu dla środowiska szkół wyższych i biznesu w celu podnoszenia poziomu kompetencji absolwentów.

Produktem finalnym będzie uniwersalny (dostępny dla wszystkich szkół wyższych w Polsce) model dostosowania treści kształcenia do potrzeb rynku pracy. Weryfikacja stanu docelowego prowadzona będzie poprzez zaproponowane wskaźniki celu głównego i szczegółowych:

Cel główny: *Podniesienie jakości kształcenia i lepsze dostosowanie oferty edukacyjnej szkół wyższych do wymogów rynku pracy w PL w terminie 1XII2-31X15:* 1) liczba modeli – 1 (wydruk modelu, publikacja, walidacja – pomiar 1 raz X.2015); 2) liczba szkół wyższych, które wdrożą model – 5 (oświadczenia uczelni, raporty koordynatorów wdrożeń, liczba kont absolwentów i pracodawców na portalach, uchwała Senatu Uczelni lub Zarządzenie Kanclerza – dodatkowe źródło pomiaru, pomiar 1 raz X.2015).

Cele szczegółowe:

1) *Standaryzacja sposobów monitorowania losów absolwentów w szkołach wyższych w PL w terminie 1XII2-31X15:* 1) liczba systemów informatycznych -1 (zapis na płycie CD, dokumentacja techniczna, filmy instruktażowe – dodatkowy wskaźnik); 2) liczba informatorów dla szkół wyższych – 1 (wydruk), dla absolwentów – 1 (wydruk) i dla pracodawców – 1 (wydruk) - pomiar 1 raz X.2015.

2) *Wzrost świadomości absolwentów na temat korzyści z monitorowania losów absolwentów w PL w terminie 1XII2-31X15:* 1) liczba absolwentów, którzy otrzymają informator nt systemu (potwierdzenie otrzymania – lista/ podpis/ potwierdzenie odbioru maila/ przesyłki pocztowej - pomiar 1 raz X.2015); 2) liczba absolwentów, którzy wezmą udział w konferencji nt monitorowania losów absolwentów - 70 (listy obecności, liczba odebranych materiałów, dokumentacja fotograficzna - pomiar 1 raz podczas konferencji); 3) liczba absolwentów, którzy wezmą udział w tworzeniu produktu – 4 (listy obecności, ankiety ewaluacyjne, podsumowania spotkań Zespołu Roboczego, dokumentacja fotograficzna - pomiar na spotkaniach ZR);

3) *Zwiększenie liczby uczelni zaangażowanych w monitorowanie losów absolwentów w PL w terminie 1XII2-31X15:* 1) liczba przedstawicieli szkół wyższych, biorących udział w tworzeniu produktu – 4 (listy obecności, ankiety ewaluacyjne, podsumowania spotkań Zespołu Roboczego, dokumentacja fotograficzna - pomiar na spotkaniach ZR); 2) liczba użytkowników (uczelni), którzy otrzymają model do stosowania (potwierdzenie otrzymania – lista/ podpis/ potwierdzenie odbioru maila/ przesyłki pocztowej, liczba zapytań podczas dyżurów eksperckich – pomiar 1 raz X.2015); 3) liczba przedstawicieli uczelni, którzy wezmą udział w szkoleniach z zakresu produktu – 50 (listy obecności, liczba odebranych materiałów szkoleniowych, ankiety ewaluacyjne, dokumentacja fotograficzna – pomiar podczas każdego szkolenia);

4) *Uczynienie z PL szkół wyższych jednostek zdolnych do kształcenia, zgodnie z wymogami rynku pracy w terminie 1XII2-31X15:* 1) liczba przedstawicieli uczelni, którzy otrzymają informator – 100 (potwierdzenie otrzymania – lista/ podpis/ potwierdzenie odbioru maila/ przesyłki pocztowej- pomiar 1 raz X.2015); 2) wzrost o 60% wiedzy przedstawicieli uczelni na temat sposobów monitorowania losów absolwentów (ankieta, pomiar na grupie testującej model, przed testowaniem i po upowszechnianiu, wywiady z przedstawicielami uczelni)

5) *Zwiększenie liczby pracodawców zaangażowanych w monitorowanie losów absolwentów w PL w terminie 1XII2-31X15:* 1) wzrost o 50% wiedzy pracodawców na temat zalet monitorowania losów absolwentów (ankieta, pomiar na grupie testującej model, przed testowaniem i po upowszechnianiu, wywiady z Pracodawcami); 2) liczba pracodawców biorących udział w tworzeniu modelu – 4 (listy obecności, ankiety ewaluacyjne, podsumowania spotkań Zespołu Roboczego, dokumentacja fotograficzna - pomiar na spotkaniach ZR); 3) liczba pracodawców biorących udział w testowaniu –

30 (liczba profili na platformach, raporty, liczba zapytań do koordynatora technicznego, liczba zapytań podczas dyżurów eksperckich – pomiar 1/m-c w trakcie testowania)

III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

NA CZYM POLEGA INNOWACJA

Innowacyjność dotyczy trzech wymiarów.

Kluczowa jest innowacyjność **formy wsparcia** (instrumentu/produktu) - nie istniał do tej pory w Polsce, ujednolicony i systemowy model dostosowania treści kształcenia w szkołach wyższych do potrzeb rynku pracy. Wypracowane rozwiązania pozwolą na wykorzystanie różnorodnych narzędzi do wsparcia tego procesu. Obecnie stosowane działania mają charakter doraźny i nie proponują systemowego podejścia w postaci modelu i funkcjonalnych, zweryfikowanych narzędzi pozwalających na jego wdrożenie. Systemowość rozwiązania opiera się na założeniu, że dostosowanie treści kształcenia do potrzeb rynku pracy powinno odbywać się przy uczestnictwie trzech zainteresowanych grup: Absolwentów, Pracodawców i Przedstawicieli uczelni oraz przebiegać w określonych etapach. Począwszy od badania oferty kształcenia przez weryfikację obecnych rozwiązań, planowanie zmian i ich wdrażanie aż do ewaluacji. Proponowany model i narzędzia są odpowiedzią na zidentyfikowane problemy w zakresie podnoszenia jakości kształcenia w szkołach wyższych (Raport z badań i raport z ewaluacji wewnętrznej) i mają na celu usprawnienie tego procesu. Model jest dedykowany przede wszystkim uczelniom, jednak narzędzia są skierowane również do Absolwentów i Pracodawców. Korzystna jest relacja pomiędzy nakładem a spodziewanym efektem. Uczelnia, która chciałaby opracować podobny model oraz zakupić gotowy system internetowy musiałaby liczyć się z kosztami rzędu 300 – 400 tys. zł (od 50 do 100 tys. + VAT za usługi doradcze i opracowanie odpowiednich narzędzi w zależności od zdiagnozowanych potrzeb oraz 150 do 200 tys. + VAT za przygotowanie portalu internetowego - analiza ofert z obszaru usług konsultingowych i programistycznych, 2013). Przy wykorzystaniu modelu BLAU jedynym ponoszonym kosztem jest czas pracy oddelegowanej do tych zadań osoby (zazwyczaj na uczelniach są osoby zajmujące się kontaktami z absolwentami lub zajmują się tym Biura Karier). W prezentowanym podejściu innowacyjność polega na łatwości samodzielnego użycia modelu. Model nie wymaga stosowania skomplikowanych procedur. Jego użycie nie jest ograniczone zewnętrznymi barierami. Forma jest atrakcyjna i przystępna, wymaga niewielkich nakładów czasu (na początku i w trakcie korzystania z modelu – zasilanie portalu BLAU w materiały i treści, zachęcające pracodawców i absolwentów do korzystania z portalu). W przyszłości nie będzie wymagała nakładów finansowych w postaci zakupu dodatkowych usług czy produktów (będzie replikowalna).

Model charakteryzuje też innowacyjność w zakresie **wymiaru problemu** - znany jest problem, ale brakuje efektywnych narzędzi do jego rozwiązania. Jak wskazują przytoczone w punkcie I wyniki badań, problem jest znany i poruszany na szczeblu władz państwowych. Brakuje jednak systemowych rozwiązań, które wspierałyby procesy z zakresu monitorowania losów absolwentów. Innowacja ta ma zatem charakter popytowy, wynika z silnej potrzeby zmian dotychczas nieskutecznych (tylko hasłowych) metod działania (nowelizacja ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym w 2011r. i zapis o obowiązku śledzenia losów zawodowych swoich absolwentów).

Innowacyjność w zakresie **grupy docelowej** - model zakłada wypracowanie rozwiązań przy współpracy z interesariuszami – odbiorcami i użytkownikami. Innowacyjność w tym względzie polega na jednoczesnym zaangażowaniu w tworzenie narzędzi podnoszących jakość kształcenia na uczelniach przedstawicieli szkół wyższych, pracodawców oraz absolwentów i studentów. Wartością dodaną jest integracja w/w stron na rzecz wspólnego celu. Testowany model promuje współpracę, która dotychczas miała przede wszystkim charakter formalny i raczej okazjonalny (np. targi pracy czy konferencje).

KOMU SŁUŻY INNOWACJA I KTO BĘDZIE MÓGŁ JĄ WYKORZYSTYWAĆ

Model przyniesie wsparcie użytkownikom modelu – uczelniom w całej Polsce oraz odbiorcom – absolwentom i pracodawcom.

Uczelnie: wymiar docelowy do ok. 400 uczelni całej Polsce, które otrzymają informacje na temat modelu BLAU oraz materiały w wersji elektronicznej lub publikacje; 5 uczelni testujących i 5 uczelni, które wdrożą model).

Absolwenci/ Studenci: wymiar docelowy to ok. 2000 osób rocznie (absolwenci uczelni, które wdrożą model); testowanie min.100 osób, upowszechnianie i włączanie min. 370 osób (konferencja, informatory).

Pracodawcy: wymiar docelowy trudny do oszacowania, w zależności od intensywności działań uczelni wdrażających model i zainteresowania pracodawców platformą BLAU; testowanie min 30 osób, upowszechnianie i włączanie min.230 osób (informatory, szkolenia, seminarium).

Inne podmioty: instytucje rynku pracy, firmy konsultingowe i rekrutacyjne, które mogą również korzystać z portalu BLAU i wyszukiwać pracowników.

WARUNKI JAKIE MUSZĄ BYĆ SPEŁNIONE, BY INNOWACJA DZIAŁAŁA WŁAŚCIWIE

Model dostosowania treści kształcenia na uczelniach do potrzeb rynku pracy BLAU, nie wymaga stosowania skomplikowanych procedur, jednakże aby innowacja działała właściwie powinny być spełnione następujące warunki:

- a) osoby testujące produkt na uczelni powinny mieć pozycję umożliwiającą im wykorzystanie narzędzi (np. mieć wpływ na tworzenie oferty kształcenia uczelni lub/i posiadać dostęp do danych adresowych Absolwentów – warunki te będą weryfikowane w trakcie rekrutacji uczelni do testowania)
- b) uczelnie powinny spełnić określone warunki techniczne (opisane w punkcie 4)
- c) odbiorcy i użytkownicy testujący innowacyjny model muszą zostać zapoznani z materiałami wypracowanymi w I etapie projektu oraz otrzymać komplet materiałów, model powinien być udostępniony w wersji elektronicznej wszystkim osobom biorącym udział w testowaniu. W ramach II etapu projektu przewidziano indywidualne konsultacje (Konsultantów Merytorycznych – KM z koordynatorami szkół wyższych, 48 godzin na uczelnię), organizację warsztatów roboczych (2 dni szkoleń wdrożeniowych x 8h), konsultacje telefoniczne i mailowe konsultantów z koordynatorami (na koszt projektu). Należy podkreślić, iż atutem modelu jest jego elastyczność. Nie ma konieczności stosowania modelu w całości, można w zależności od potrzeb wykorzystać określone jego elementy (wysoka funkcjonalność).
- d) model BLAU musi zostać upowszechniony w jak największej grupie użytkowników (uczelni), a portal BLAU w jak największej grupie odbiorców (Absolwentów i Pracodawców) oraz efektywnie włączony do głównego nurtu polityki.

EFEKTY JAKIE MOŻE PRZYNIĘŚ ZASTOSOWANIE INNOWACJI

Wobec rozwiązań stosowanych dotychczas w zakresie podnoszenia jakości oferty kształcenia i dostosowania jej do potrzeb rynku pracy, opracowany model jest:

1. **bardziej efektywny**, gdyż obecnie wykorzystywane w tym obszarze narzędzia, są rozproszone i nie mają charakteru systemowego. W ramach modelu stworzono narzędzia, usystematyzowano informacje, wskazując również na łączenie dotychczasowych rozwiązań z tymi proponowanymi w modelu BLAU. Narzędzia opracowane zostały we współpracy praktyków (trenerów biznesu, rekruterów, szkoleniowców) i teoretyków (kadra naukowa specjalizująca się w zagadnieniach z zakresu ekonomii i edukacji) z odbiorcami i użytkownikami modelu BLAU.

2. **korzystniejszy w relacji nakład/efekt**, gdyż nie wymaga zwiększenia zatrudnienia, zapewnia korzystną relację pomiędzy nakładem finansowym a spodziewanymi efektami (wyliczenie powyżej). Jest produktem niskokosztowym (koszt utraconych korzyści - czas pracy), nie wymaga zakupu żadnych usług czy narzędzi, które byłyby niezbędne do używania modelu.

3. **łatwy w stosowaniu**, gdyż założenia modelu były weryfikowane i modyfikowane na etapie pogłębionej diagnozy prowadzonej przez 12 osobowy Zespół Roboczy składający się z przedstawicieli grup docelowych – odbiorców i użytkowników, wspieranych przez Konsultantów Merytorycznych (ekspertów z Wyższej Szkoły Humanistyczno – Ekonomicznej we Wrocławku i firmy Projekt HR). W końcowej fazie dokonano analizy krytycznej, co pozwoliło na opracowanie modelu odpowiadającego na rzeczywiste potrzeby grupy docelowej.

ELEMENTY OBJĘTE PRZEZ INNOWACJĘ, W TYM PRODUKT FINALNY

Produkt finalny stanowić będzie model dostosowania treści kształcenia w Szkołach Wyższych do potrzeb regionalnego rynku pracy, nazwany modelem BLAU. Jego elementami są:

- 1) **Graficzna postać modelu wraz ze szczegółową instrukcją** (przeznaczona dla Szkół Wyższych) – model to schemat działań począwszy od zbierania danych nt. losów Absolwentów z wykorzystaniem portalu aż do prostych i funkcjonalnych narzędzi ułatwiających wykorzystanie

pozyskanych w trakcie badań danych w celu dostosowania treści kształcenia do potrzeb rynku pracy.

- 2) Integralną częścią modelu będzie **system informatyczny**, oferujący następujące funkcjonalności: dla Absolwentów: możliwość utworzenia profilu (CV), poszukiwania pracy, aplikowania na oferty, udział w e-szkoleniach, dostęp do profili Pracodawców, badanie własnych kompetencji i wiedzy, dostęp do artykułów nt. rynku pracy/uczelni/nawin w różnych branżach, wymiana doświadczeń na forum, uczestnictwo w programach lojalnościowych (zgodnie z propozycją uczelni korzystającej z modelu). Dla Pracodawców: możliwość umieszczania profili firm, zamieszczanie ogłoszeń o poszukiwaniu osób do pracy, stworzenie profilu poszukiwanego Kandydata, dostosowanie profilu Kandydata do osób w bazie Szkół Wyższych, dostęp do artykułów nt. rynku pracy/uczelni/nawin w różnych branżach.

Zarówno Absolwent jak i Pracodawca będą mogli określić kryteria zgodności, dzięki którym łatwiej będzie znaleźć pracę lub pracownika. Absolwent oglądając oferty pracy widzi, w ilu procentach jego profil jest zgodny z wymaganiami pracodawcy, pracodawca z kolei zapoznając się z aplikacjami kandydatów może określić minimalne kryteria zgodności i zapoznawać się tylko z ofertami tych kandydatów, którzy spełniają 100% jego oczekiwań. Rozwiązanie to znacznie przyspieszy zapoznanie się z aplikacjami Kandydatów oraz wybór ogłoszeń, na które warto aplikować – na polskim rynku istnieje wiele portali (płatnych) rekrutacyjnych, żaden nie oferuje jednak podobnego rozwiązania.

Wszystkie funkcjonalności systemu będą dostępne tylko wtedy, gdy użytkownicy portalu uzupełnią dedykowane im ankiety, które przez uczelnię zostaną uznane za obowiązkowe.

Produkty pośrednie, wspierające produkt główny:

- 1) Informator dla Absolwentów
- 2) Informator dla Szkół Wyższych
- 3) Informator dla Pracodawców - informatorzy zawierają szczegółowe informacje nt. celu monitorowania losów Absolwentów, możliwości jakie oferuje portal, przykładowe korzyści dla Użytkowników i Odbiorców.
- 4) Rekomendacje dla Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Ministerstwa Edukacji Narodowej i Jednostek Samorządów Terytorialnych, zawierające informacje nt. sposobów wspierania Szkół Wyższych, Pracodawców i Absolwentów, przykłady rozwiązań wspomagających te grupy.
- 5) Dobre praktyki wdrażania systemu informatycznego (dla Szkół Wyższych) - korzyści, wskazówki dotyczące wdrożenia, typowe błędy, ryzyko. Dobre praktyki zostaną opracowane na podstawie doświadczeń z testowania wstępnej wersji modelu na uczelniach.

Model i produkty pośrednie przygotowane zostaną tak, aby były funkcjonalne z punktu widzenia potrzeb wszystkich grup docelowych. O możliwe, dzięki zaangażowaniu użytkowników i odbiorców produktu na wszystkich etapach realizacji projektu.

Absolwenci i Pracodawcy będą zachęceni do zalogowania się w systemie różnymi drogami komunikacji: mail, poczta tradycyjna, sms, plakaty, artykuły promujące projekt. Dzięki różnorodnym formom komunikacji zwiększy się liczba osób wypełniających ankietę, przez co wzrośnie wiarygodność badania.

Podsumowując innowacją jest zatem nowatorski sposób rozwiązania problemów grupy docelowej. Model jest natomiast narzędziem – instrumentem niezbędnym do zastosowania innowacji.

IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

GRUPY UŻYTKOWNIKÓW I ODBIORCÓW ORAZ PRZEBIEG TESTOWANIA

Testowanie produktu finalnego planowane jest na okres 1 IX 2013 – 30 IX 2014. Przebieg testowania nie uległ zmianie w porównaniu do planowanego we wniosku o dofinansowanie. W strategii doprecyzowano kryteria rekrutacji i szczegółowe działania, podejmowane na tym etapie:

1) Rekrutacja uczelni do testowania – IX 2013

Do testowania w pierwszej kolejności zaproszone zostaną uczelnie partnerskie Lidera. Jest to 12 państwowych i prywatnych szkół wyższych z całej Polski, reprezentujących zróżnicowane profile kształcenia i kierunki, o różnej wielkości i zasięgu. Beneficjent zdecydował się na wybór tej grupy ponieważ będzie mógł skupić się na właściwym testowaniu modelu, pomijając problemy

organizacyjne i komunikacyjne, które zostały wypracowane w trakcie dotychczasowej współpracy. Zaproszenia zostaną wysłane do wszystkich uczelni, wybranych zostanie 5 z nich. Jeśli zainteresowanie będzie mniejsze, zaproszenia zostaną wysłane również do uczelni, które brały udział w badaniach. Przy wyborze zgłoszonych szkół wyższych, Beneficjent będzie kierował się przede wszystkim koniecznością zróżnicowania uczestników testowania pod kątem: kierunków i profili kształcenia, wielkości, deklaracji dotyczących ilości absolwentów i pracodawców pozyskanych do testowania. Zostanie utworzona lista rezerwowa. Po wstępnych wywiadach z kilkoma uczelniami, 3 są zainteresowane testowaniem modelu BLAU.

Uczelnie będą prowadziły rekrutację Absolwentów i Pracodawców samodzielnie, korzystając z własnych źródeł i kontaktów. Beneficjent będzie wspierał te procesy i równolegle prowadził rekrutację tych grup dla testujących szkół, korzystając ze sprawdzonych w trakcie realizacji projektu źródeł (kontakty nawiązane w trakcie realizacji badań). Każda z uczelni będzie zobowiązana do testowania modelu z minimum 20 Absolwentami oraz 6 Pracodawcami. Absolwenci powinni być zróżnicowani ze względu na rok ukończenia i kierunek studiów/ wydział (po pogrupowaniu Absolwentów wg wymienionych kryteriów, ilość osób w jednej grupie nie powinna przekroczyć 40% wszystkich Absolwentów), natomiast grupa Pracodawców powinna być zróżnicowana ze względu na branżę (max 2 firmy z jednej branży).

Zestawienie grup docelowych. Globalnie w testowaniu wezmą udział:

* Szkoły Wyższe – 5 uczelni (reprezentowane przez 5 osób - 3 kobiety, 2 mężczyzn). Każda z uczelni będzie reprezentowana przez 1 osobę – Koordynatora (zatrudnienie na podstawie umowy cywilno – prawnej), który będzie osobą łączącą Beneficjenta ze szkołami korzystającymi z modelu. Prócz niego do testowania będą zaproszone osoby zajmujące się tematyką absolwentów, zaangażowane w prowadzenie badań wewnętrznych na uczelni (badanie jakości kształcenia), mające wpływ na kształtowanie oferty uczelni, Biura Karier oraz informatycy (minimum 3 osoby z jednej uczelni).

* Absolwenci – min. 100 osób (60% kobiet i 40% mężczyzn) do 5 lat po ukończeniu uczelni. Uczelnie będą korzystały z własnych zasobów i list mailingowych (Biura Karier, Działy ds. Absolwentów) w celu pozyskania grupy do testowania.

* Przedstawiciele Pracodawców – min. 30 osób (50% kobiet i 50% mężczyzn). Grupę tę stanowić będą: specjaliści ds. personalnych, pracownicy działów kadr/HR, kadra kierownicza, właściciele firm.

2) Przygotowanie uczelni testujących model - X 2013

Po podpisaniu umów przez uczelnie wybrane do testowania, szkoły otrzymają materiały, potrzebne do korzystania z modelu (opis poniżej). Na serwerach uczelni pod nadzorem firmy tworzącej portal, zostanie zainstalowany system informatyczny. Wymagania techniczne: serwer z oprogramowaniem do tworzenia wirtualnej infrastruktury VMware ESXi w wersji 5.1.0 lub wyższej. Uczelnie, które nie spełnią tego warunku będą mogły skorzystać z serwera WSHE we Wrocławku, zakupionego w ramach realizacji projektu BLAU). Przedstawiciele każdej uczelni (min. po 3 osoby) wezmą udział w szkoleniu, dotyczącym zastosowania modelu BLAU w praktyce. Szkolenie będzie zrealizowane w siedzibie Lidera lub Partnera, będzie trwać 2 dni po 8h i zawierać będzie treści dotyczące sposobów zbierania danych, tworzenia ankiet (szczególnie z wykorzystaniem portalu BLAU), sposobów interpretacji wyników, planowania i wdrażania zmian, ewaluacji (zgodnie z instrukcją do modelu).

3) Testowanie właściwe - X 2013 – VI 2014

Użytkownicy (Uczelnie) będą wdrażać model na swoich uczelniach, zgodnie z 4 etapami, opisanymi szczegółowo w instrukcji. Każda z uczelni wyposaży portal BLAU we własne materiały, narzędzia, ankiet. Dodatkowo będzie mogła wykorzystać materiały dostarczone przez Beneficjenta lub pobierać nowe materiały, które cyklicznie będą umieszczane na stronie projektu przez zespół projektowy.

Odbiorcy (Absolwenci) po wypełnieniu ankiet obligatoryjnych, będą mogli korzystać z wszystkich funkcjonalności portalu BLAU: zamieszczać swoje profile, zapoznawać się z profilami pracodawców, przeglądać ogłoszenia o pracy/ praktykach/ stażach, badać wiedzę i kompetencje, zapoznawać się z materiałami informacyjnymi i poradnikami, uczestniczyć w e-szkoleniach, wypowiadać się na forum.

Odbiorcy (Pracodawcy) po wypełnieniu ankiet obligatoryjnych, będą mogli korzystać z wszystkich funkcjonalności portalu BLAU: zamieszczać ogłoszenia o pracę/ staże/ praktyki, przeglądać profile Absolwentów, zapoznawać się z materiałami informacyjnymi i poradnikami, uczestniczyć w e-szkoleniach, wypowiadać się na forum. Dla najbardziej aktywnych Użytkowników (ilość ogłoszeń/

odpowiedzi na ogłoszenia, dodanych artykułów, wpisów na forum, % uzupełnienia profilu, ilość uzupełnionych ankiet nieobowiązkowych...) przewidziany został bezpłatny udział w wykładach, realizowanych w ramach projektu. Tematyka wykładów zostanie ustalona w trakcie testowania poprzez przeprowadzenie ankiety na portalu BLAU.

4) Zebranie wniosków z testowania - VI 2014

Koordynatorzy stworzą raporty podsumowujące testowanie, wg wzoru opracowanego przez Konsultantów Merytorycznych (KM). Zostanie zorganizowane spotkanie robocze, w którym udział wezmą Koordynatorzy ze wszystkich uczelni, KM, najbardziej aktywni Pracodawcy i Absolwenci - na spotkaniu opracowane zostaną wnioski z testowania modelu na wszystkich uczelniach.

5) Analiza wyników testowania – VII 2014 – IX 2014

Zespół Roboczy (powołany w pierwszym etapie realizacji projektu) wraz z KM dokona analizy wniosków ze spotkania roboczego oraz raportów koordynatorów. Opracowane zostaną założenia dotyczące zmian we wstępnej wersji produktu. KM opracują raport podsumowujący testowanie.

MATERIAŁY, JAKIE OTRZYMAJĄ UCZESTNICY TESTOWANIA

1. Model BLAU wraz z instrukcją – wersja papierowa i elektroniczna
2. Płyta DVD z kompletnym portalem BLAU, gotowa do uruchomienia na platformie VMware ESXi w wersji 5.1.0 lub wyższej.
3. Dokumentacja techniczna do portalu BLAU – wersje papierowa i elektroniczna wraz z filmami instruktażowymi, prezentującymi sposób korzystania z najważniejszych funkcji portalu
4. Informatory dla użytkowników i odbiorców (wersja elektroniczna i papierowa)
5. Materiały do umieszczenia na portalu (e-szkolenia, testy kompetencji, artykuły...)

Materiały zostaną przekazane koordynatorom w wersji papierowej (+ płyta DVD) po podpisaniu umów. Przez cały czas trwania testowania możliwe będzie pobranie materiałów ze strony projektu.

SPOSÓB MONITOROWANIA PRZEBIEGU TESTOWANIA

Monitorowanie przebiegu testowania będzie prowadzone dwutorowo:

1. Osobami odpowiedzialnymi za monitorowanie przebiegu testowania na uczelniach będą koordynatorzy. Ich zadania to prowadzenie wywiadów z użytkownikami modelu, zbieranie uwag i opinii, tworzenie comiesięcznych raportów z testowania, utworzenie raportu podsumowującego testowanie modelu na uczelni. Koordynatorzy przede wszystkim będą zobowiązani do przygotowywania comiesięcznych raportów, opisujących: trudności w stosowaniu modelu, słabe i mocne strony modelu, obszary do zmiany, błędy, propozycje wprowadzenia poprawek, własne spostrzeżenia. Przez całe testowanie, uczelnie będą wspierane przez KM, którzy będą czuwać nad poprawnością wykorzystania modelu i portalu BLAU. Koordynatorzy (lub inne osoby reprezentujące uczelnie) będą mieli do dyspozycji średnio 48 godzin konsultacji z KM. Konsultanci będą wspierać użytkowników modelu w przejściu przez wszystkie etapy, będą sugerować możliwe rozwiązania, korzystać z wiedzy z zakresu m.in. zarządzania, planowania strategii, analizy danych, psychologii społecznej i pracy. W przypadku wycofania się uczelni z testowania Koordynatorzy przestają otrzymywać wynagrodzenie. Na miejsce takiej uczelni zostaje wprowadzona inna, z listy rezerwowej.
2. Za monitorowanie odpowiadać będzie również Specjalista ds. ewaluacji. Przygotowane zostaną testy wiedzy na temat monitorowania losów absolwentów (2 wersje: dla przedstawicieli szkół wyższych i dla pracodawców). Przeprowadzony zostanie pretest i posttest (za pomocą platformy – jako ankieta obowiązkowa). Prócz tego Specjalista, niezależnie od koordynatorów szkół wyższych, będzie prowadził wywiady z użytkownikami modelu oraz portalu BLAU, będzie tworzył ankiety (obowiązkowe i dodatkowe) do wykorzystania przez uczelnie testujące model. Po etapie testowania stworzy raport z ewaluacji, podsumowujący ten etap realizacji projektu.

V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

OCENA WYNIKÓW TESTOWANIA

Kontrola przebiegu i efektów bieżących działań projektu, jest w sposób ciągły realizowana przez Specjalistę ds. monitoringu (ankiety ewaluacyjne, rozmowy z Uczestnikami, analiza dokumentacji i harmonogramu). Działania kontrolne w etapie testowania zostaną jednak wzmocnione i wykorzystane będą trzy źródła informacji:

1. Użytkownicy modelu (Przedstawiciele Szkół Wyższych)

Na początku i na końcu testowania każdy Przedstawiciel Szkoły Wyższej wypełni test wiedzy na temat sposobów badania losów absolwentów, przygotowany przez Specjalistę ds. ewaluacji. Wyniki będą wskazywać, czy po testowaniu modelu wzrośnie wiedza na ten temat. Jednak najważniejszym źródłem informacji, podsumowującym testowanie wstępnej wersji produktu będą raporty podsumowujące, przygotowane przez Koordynatorów Szkół Wyższych, przy wsparciu KM. Sprawozdania uczestników projektu będą zawierać szczegółowe informacje na temat efektów wynikających z zastosowania modelu, słabych i mocnych stron testowanego rozwiązania oraz sugestie zmian do wstępnej wersji produktu. Prócz raportów, za które odpowiedzialni będą KM, Specjalistka ds. monitoringu cyklicznie będzie przeprowadzać wywiady z Przedstawicielami Uczelni. Przed i po szkoleniach przygotowujących do testowania, przeprowadzane będą ankiety ewaluacyjne oceniające kwestie dotyczące organizacji, zakresu merytorycznego i sposobów przekazywania wiedzy przez trenerów oraz testy badające wzrost umiejętności oraz wiedzy osób, biorących udział w szkoleniach. O skuteczności działania innowacji będą świadczyć: wzrost o 60% wiedzy Przedstawicieli Szkół Wyższych na temat sposobów badania losów absolwentów uczelni, liczba uczelni (5) oraz przedstawicieli uczelni (min.15), którzy zakończą testowanie modelu, pozytywne opinie użytkowników na temat modelu BLAU, zainteresowanie innych uczelni produktem i wdrożeniem modelu BLAU.

2. Odbiorcy modelu (Absolwenci i Pracodawcy)

Na początku i na końcu etapu testowania Absolwenci i Pracodawcy, biorący udział w projekcie wypełnią testy wiedzy na temat zalet i korzyści wynikających z prowadzenia przez uczelnie badań losów absolwentów, przygotowane przez Specjalistę ds. ewaluacji. Wyniki uzyskane w badaniu będą jednoznacznie wskazywać, czy po wdrożeniu modelu wzrośnie wiedza tych grup na ten temat. Ponadto, Specjalistka ds. monitoringu cyklicznie będzie przeprowadzać wywiady z odbiorcami i użytkownikami, zbierać opinie na temat modelu i portalu BLAU.

Po etapie testowania i zebraniu wszystkich informacji (również efektów prac Zespołu Roboczego – patrz opis działań w punkcie IV), KM wraz ze Specjalistką ds. monitoringu stworzą raport, podsumowujący testowanie wstępnej wersji produktu. Raport będzie zawierał przede wszystkim wyniki ankiet ewaluacyjnych, testów wiedzy oraz podsumowanie opinii użytkowników i odbiorców modelu (słabe i mocne strony, rekomendacje dotyczące zmian). Analiza w/w informacji pozwoli na wstępną, wewnętrzną ocenę skuteczności modelu BLAU.

O skuteczności działania innowacji będą świadczyć: wzrost o 50% wiedzy Pracodawców i Absolwentów (dodatkowy wskaźnik w zestawieniu z wnioskiem o dofinansowanie) na temat korzyści wynikających z badania losów absolwentów uczelni, liczba Pracodawców (min. 30) oraz Absolwentów (min. 100), którzy zakończą testowanie modelu, pozytywne opinie odbiorców na temat modelu BLAU, zainteresowanie innych Pracodawców i Absolwentów korzystaniem z modelu BLAU.

3. Ewaluator zewnętrzny

Ewaluator zewnętrzny zapewni obiektywizm i wysoką jakość oceny testowanego produktu, zostanie wybrany zgodnie z zasadą efektywnego zarządzania finansami. Wyznaczone zostały następujące kryteria wyboru ewaluatora:

1. doświadczenie w przeprowadzaniu ewaluacji, w projektach innowacyjnych i współfinansowanych z Unii Europejskiej, Program Operacyjny Kapitał Ludzki,
2. doświadczenie we współpracy z uczelniami,
3. doświadczenie biznesowe (współpraca z firmami, doradztwo personalne, rekrutacje, szkolenia).

O skuteczności działania innowacji będzie świadczyć pozytywna ocena ewaluatora zewnętrznego na temat modelu BLAU.

EWALUACJA ZEWNĘTRZNA

Ewaluacja zewnętrzna będzie przede wszystkim zmierzać do udzielenia odpowiedzi na pytanie czy model BLAU jest lepszy, skuteczniejszy i bardziej efektywny niż rozwiązania stosowane dotychczas.

By odpowiedzieć na to pytanie, postawionych zostanie kilka pytań szczegółowych:

1. W jakim stopniu cele projektu są zgodne z potrzebami beneficjentów? (**trafność**)
2. W jakim stopniu poniesione nakłady w projekcie są ekonomiczne? (**efektywność**)

3. W jakim stopniu cele projektu zostały osiągnięte? (**skuteczność**)
4. Na ile rzeczywiste efekty projektu są zgodne z potrzebami beneficjentów? (**użyteczność**)
5. W jakim zakresie efekty projektu są długotrwałe? (**trwałość**)
6. Czy projekt jest innowacyjny w skali kraju? (**innowacyjność**)
7. Czy model jest dostosowany do obowiązujących norm i realiów? (**jakość**)
8. Czy wdrożenie produktu **wpłyne** na osiągnięcie celów POKL? (**oddziaływanie**)

Firmy/ osoby, które złożą ofertę, będą zobowiązane do przedstawienia metodologii badania oraz sposobu przedstawienia wyników ewaluacji. Na podstawie tych danych oraz oświadczeń dotyczących spełnienia kryteriów wyboru, zostanie podjęta decyzja o zaangażowaniu ewaluatora.

Powyższy zakres ewaluacji stanowi minimalny obszar badań i może ulec rozszerzeniu w trakcie szczegółowego planowania raportu z ewaluacji zewnętrznej.

Preferowane metody i działania związane z ewaluacją zewnętrzną i wewnętrzną:

1. **analiza dokumentacji projektu** (raporty, sprawozdania, podsumowania, formularze ze spotkań roboczych). Raz na miesiąc Specjalista ds. monitoringu i Kierownik Projektu dokonają analizy dokumentacji, zebrane informacje przekażą mailowo do Grupy Sterującej. Jeśli zajdzie taka potrzeba zostanie zwołane spotkanie Grupy Sterującej, celem omówienia wyników analizy, zidentyfikowania potencjalnych zagrożeń, przedsięwzięcia działań zaradczych. Analizy dokumentów dokona również ewaluator zew.
2. **wywiady z uczestnikami**, biorącymi udział w testowaniu (forma: indywidualna, telefoniczna, ankieta internetowa). Po zakończeniu każdego etapu projektu Specjalista ds. monitoringu i Kierownik Projektu zbiorą informacje od uczestników i przekażą je w formie raportu całemu zespołowi projektowemu. Na podstawie tych danych wdrożone zostaną procedury, które pozwolą określić potencjalne zagrożenia i uniknąć lub zniwelować powielanie błędów przyszłości. Ewaluator zewnętrzny dokona analizy w/w raportów.
3. **ankiety ewaluacyjne**. Po zakończeniu każdego szkolenia, prowadzone będą ankiety ewaluacyjne, badające zadowolenie uczestników z: organizacji szkolenia, formy prowadzenia zajęć, ich treści, postawy trenera. Osoba odpowiedzialna za przeprowadzenie ankiet to Specjalista ds. monitoringu.
4. analiza wyników **testów wiedzy** (pomiar przed i po etapie testowania modelu). Testy pozwolą na zbadanie wzrostu stopnia wiedzy użytkowników i odbiorców nt badania losów absolwentów i korzyści płynących z tego procesu. Osoba odpowiedzialna - Specjalista ds. monitoringu.

VI. Strategia upowszechniania

CELE DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH

Cele działań upowszechniających zostały rozszerzone w stosunku do opisanych we wniosku o dofinansowanie. Strategia upowszechniania została opracowana na początku projektu i jest konsekwentnie realizowana. Celem działań upowszechniających jest szerokie informowanie wszystkich zainteresowanych o modelu BLAU oraz produktach wspierających i korzyściach jego zastosowania. Przekazywanie odbiorcom merytorycznych informacji na temat opracowywania produktu, jego testowania oraz produktu finalnego ma służyć zwiększeniu wiedzy odbiorców oraz ich świadomości, że mogą skorzystać z wypracowanych w projekcie narzędzi usprawniających dostosowanie oferty uczelni do potrzeb rynku pracy. Sformułowane zostały również cele szczegółowe:

- *promocja modelu BLAU wśród uczelni w całej Polsce oraz wśród grup interesariuszy mających wpływ na kształtowanie szkolnictwa wyższego
- * promocja portalu BLAU wśród potencjalnych użytkowników: Absolwentów, Studentów, Pracodawców, Instytucji Rynku Pracy

Upowszechnianie jest realizowane przez cały czas trwania projektu poprzez działania takie jak: strona internetowa projektu, mailing, spotkania bezpośrednie i telefoniczne, zaproszenia do udziału w grupie fokusowej, zespole roboczym skierowane do pracowników szkół wyższych, Absolwentów oraz przedstawicieli Pracodawców.

Upowszechnianie jest realizowane przez cały czas trwania projektu poprzez działania takie jak: strona internetowa projektu, mailing, spotkania bezpośrednie i telefoniczne, zaproszenia do udziału w grupie fokusowej, zespole roboczym skierowane do pracowników szkół wyższych, Absolwentów oraz przedstawicieli Pracodawców.

GRUPY ODBIORCÓW DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH

	Grupy odbiorców działań	Uzasadnienie	Liczebność
1	Uczelnie w	Jest to grupa docelowa projektu – użytkownicy modelu BLAU. Informacje będą	Ok. 300

	całej Polsce	kierowane do rektorów/ prorektorów szkół, dziekanów wydziałów, pracowników uczelni, Biur Karier, Jednostek ds. Absolwentów. Uczelnie działają na bardzo konkurencyjnym rynku, zabiegają o studentów, co sprawia iż by dalej funkcjonować, są zobowiązane do podnoszenia jakości swojej oferty i kształcenia Absolwentów, którzy bez problemu poradzą sobie na rynku pracy.	uczelni
2	Absolwenci i Studenci (przyszli Absolwenci)	Odbiorcy działań uczelni, uczestnicy badań, źródło informacji na temat jakości i efektów kształcenia w szkołach wyższych oraz na temat barier dotyczących poruszania się na rynku pracy, osoby zainteresowane podnoszeniem jakości kształcenia na uczelniach i dostosowaniem oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy.	Ok. 300 osób
3	Pracodawcy	Przedsiębiorcy, Związki Pracodawców, Konfederacja Lewiatan (Partner współpracuje z przedstawicielami KL w innych projektach POKL), instytucje zainteresowane poszukiwaniem pracowników, współpracą z uczelniami w zakresie kształtowania oferty uczelni i dostosowywania jej do potrzeb rynku pracy.	Ok. 200 przedst.
4	Instytucje rynku pracy	Wojewódzkie i Powiatowe Urzędy Pracy, agencje zatrudnienia, instytucje dialogu społecznego i partnerstwa lokalnego, jako podmioty o szerokim zasięgu, posiadające kontakty z wieloma pracodawcami. Celem działań instytucji rynku pracy jest (za MPiPS) promocja zatrudnienia, łagodzenie skutków bezrobocia oraz aktywizacja zawodowa. Model BLAU, a szczególnie portal BLAU może być wykorzystywany do realizacji tych celów.	Ok. 50 instytucji
5	Przedstawiciele JST	W szczególności departamenty działające w obszarze edukacji oraz zatrudnienia. Wzrost zainteresowania platformą BLAU może wpłynąć na polepszenie sytuacji w regionie (lepsze dostosowanie oferty uczelni do potrzeb rynku pracy -> spadek bezrobocia, współpraca pracodawców z uczelniami, wpływająca na zwiększenie przychodów -> wpływ podatków do budżetu gminy)	Ok. 50 instytucji

PLAN DZIAŁAŃ

	Działania	Komunikat i Narzędzia jego przekazu	Grupa -j/w
DIAGNOZA I OPRACOWANIE WSTĘPNEJ WERSJI PRODUKTU			
Cel: Wzbudzenie zainteresowania projektem i modelem BLAU, szczególnie w kontekście wsparcia grup odbiorców i użytkowników w tworzeniu wstępnej wersji produktu i zachęty do uczestniczenia w kolejnych etapach projektu			
1	Działania informacyjno – promocyjne, rekrutacja uczestników do projektu	K: informacje dotyczące modelu (produktu) i celów projektu K: informacje nt użytkowników i odbiorców modelu i narzędzi N: strona www projektu, strona Lidera i Partnera N: mailing do zainteresowanych grup	1-3
2	Badanie grup: Absolwentów, Przedstawicieli Szkół Wyższych oraz Pracodawców (dodatkowo wywiady z firmami rekrutacyjnymi) – wysyłka ankiet i zaproszeń do wywiadów oraz badań fokus.	K: informacje dotyczące modelu (produktu) i celów projektu K: informacje nt użytkowników i odbiorców modelu i narzędzi N: strona www projektu N: mailing do zainteresowanych grup N: wprowadzenie podczas spotkań Zespołów Roboczych, spotkań fokusowych i wywiadów	1-3
3	Opracowanie raportu z badań	K: szczegółowe informacje nt badania losów absolwentów N: strona www projektu N: zamieszczanie informacji na forach tematycznych i profilach BLAU na portalach społecznościowych N: mailing do członków KST – strategia (nadawca KST)	1-5
4	Opracowanie wstępnej wersji produktu	K: przekazanie wstępnej wersji produktu N: mailing z modelem BLAU i dostępem do platformy BLAU do grup odbiorców - dokonanie oceny produktu N: analiza krytyczna produktu przez Zespół Roboczy	1-3
TESTOWANIE I OPRACOWANIE FINALNEJ WERSJI PRODUKTU			
Cel: Wzbudzenie zainteresowania projektem i produktem oraz upowszechnienie produktu głównego – modelu BLAU i pośrednich – raportów, informatorów, opracowań, wśród potencjalnych odbiorców i użytkowników			
1	Przekazanie materiałów dla uczelni i szkolenie dla przedstawicieli uczelni testujących model BLAU	K: informacje na temat modelu BLAU N: szczegółowy opis w punkcie 4 N: kontakt osobisty i telefoniczny z przedstawicielami uczelni	1-3

2	Testowanie modelu BLAU	K: informacje na temat modelu BLAU K: informacje nt monitorowania losów Absolwentów K: funkcje pracodawców w kształtowaniu oferty uczelni N: kontakty osobiste, mailowe i telef. z użytkownikami i odbiorcami N: kontakt osobisty i telefoniczny z decydentami N: kontakty z mediami (notki prasowe, wpisy na stronach www) N: konkurs dla najaktywniejszych osób, korzystających z portalu	1-5
3	Zebranie danych z testowania i opracowanie raportu podsumowującego testowanie	K: informacje o przebiegu testowania – słabe i mocne strony modelu K: promocja projektu i produktu N: artykuł w prasie ogólnopolskiej i/ lub regionalnej N: spotkanie Zespołu Roboczego z KM, Koordynatorami i Przedstawicielami uczelni, Pracodawcami i Absolwentami N: strona www projektu – zamieszczenie raportu N: zamieszczanie informacji na forach tematycznych i profilach BLAU na portalach społecznościowych N: kontakt osobisty i telefoniczny z Koordynatorami szkół wyższych	1-5
4	Opracowanie wstępnej wersji produktu	K: informacje o finalnej wersji modelu BLAU K: dobre praktyki testowania modelu N: strona www projektu, strona Lidera i Partnera N: mailing do uczelni w całej Polsce N: mailing do członków KST – walidacja (nadawca KST)	1-5
6	Prowadzenie kampanii informacyjno - promocyjnej	K: informacje na temat projektu i modelu BLAU K: informacje na temat kolejnych etapów projektu N: informatory dla wszystkich grup użytkowników i odbiorców N: wydruki wstępnej wersji modelu, N: promocja modelu BLAU na wszystkich wydarzeniach, w których będzie brał udział partner i lider	1-5
UPOWSZECHNIANIE I WŁĄCZANIE DO GŁÓWNEGO NURTU			
Cel: Dotarcie z informacją do jak najszerszej grupy użytkowników i odbiorców, upowszechnienie modelu wśród interesariuszy			
1	Kontynuacja działań z poprzedniego etapu wzbogacona o zdobyte doświadczenia		1-5
2	Publikacja i wysyłka modelu BLAU i załączników	K: informacje o finalnej wersji modelu BLAU N: Wydruk produktu finalnego N: dystrybucja – w trakcie seminarium, szkoleń, konferencji, spotkań, wysyłka pocztowa	1-5
3	Publikacja i dystrybucja dobrych praktyk	K: informacje o modelu BLAU i dobrych praktykach jego wdrażania N: podręcznik „Dobre praktyki wdrażania modelu BLAU na uczelniach” N: wysyłka wersji papierowej do 100 uczelni i wersji elektronicznej do wszystkich uczelni w Polsce (wg POLON na dzień wysyłki)	1
4	Wirtualny dyżur ekspercki	K: informacje o modelu BLAU K: informacje o wynikach testowania K: informacje o dobrych praktykach, rekomendacjach N: forum, dostępne na portalu N: telekonferencje, komunikatory, mail	1-5

Informacje dodatkowe nt upowszechniania:

- Dyrektor Włocławskiej Filii Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Toruniu - pani Bogusława Szewczyk-Modrzejewska skontaktowała się z Beneficjentem w sprawie konferencji dotyczącej funkcjonowania rynku pracy, której jest organizatorem. Podczas planowanej na koniec 2013 roku konferencji beneficjent będzie jednym z prelegentów wystąpienie na temat badania losów absolwentów uczelni (finansowane spoza budżetu projektu).
- wydawnictwo WSHE we Wrocławiu zamieści obszerną syntezę i analizę aktualnych wniosków z prac w projekcie BLAU w opracowaniu autorów z Polski, Słowacji, Włoch i Francji (i wydawaną w tych krajach) w przygotowywanej pod redakcją ks. Mariana Włosińskiego publikacji: Spektrum pedagogiki religii
- zgodnie z zaleceniem ewaluatora zewnętrznego powołani zostaną ambasadorzy produktu (m.in. członkowie Zespołu Roboczego), którzy będą informować i promować produkt w swoich środowiskach (w pracy, na uczelni, wśród znajomych)

- po zaakceptowaniu wstępnej wersji produktu Beneficjent planuje wystąpić o patronat do instytucji rynku pracy,

VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

Celem działań włączających jest doprowadzenie do szerokiego wykorzystania produktu finalnego oraz do stosowania go przez uczelnie na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym. Dzięki szerokiemu stosowaniu nastąpi włączenie go do głównego nurtu praktyki i polityki. W projekcie będzie realizowany mainstreaming horyzontalny skoncentrowany na działaniach praktycznych na poziomie krajowym - model zostanie przekazany do stosowania uczelniom z całej Polski. Planowany jest również mainstreaming wertykalny poprzez zaangażowanie otoczenia politycznego, ustawodawców i decydentów w proces włączenia modelu w główny nurt polityki.

GRUPY ODBIORCÓW DZIAŁAŃ WŁĄCZAJĄCYCH

Grupy odbiorców działań	Uzasadnienie	Liczebność
1	Uczelnie w całej Polsce, Absolwenci i Studenci (przyszli Absolwenci), Pracodawcy, Instytucje rynku pracy, Przedstawiciele JST Są to grupy opisane szczegółowo w poprzednim punkcie. Produkt jest dedykowany wszystkim <u>uczelniom</u> w Polsce. Jego główną zaletą jest to, że możliwe jest stosowanie go na różnych uczelniach. Jest to możliwe dzięki elastycznemu podejściu oraz uniwersalnym narzędziom wspierającym, które kierują działaniami użytkowników lecz ich nie ograniczają. Model BLAU zostanie wdrożony w min.5 uczelniach w Polsce. Uczelnie otrzymają narzędzia, dedykowane do modelu. Za wdrożenie będą odpowiedzialni Koordynatorzy wdrożeń, wspierani przez zespół projektowy BLAU. Ponadto 50 przedstawicieli szkół wyższych weźmie udział w szkoleniach <u>Odbiorcy (Pracodawcy i Absolwenci)</u> są najważniejszym ogniwem, bez którego model nie będzie funkcjonował. Stąd grupy te będą zapraszane na konferencje (70 absolwentów), szkolenia (30 Pracodawców), będą mogły korzystać z wirtualnych dyżurów eksperckich, otrzymają informatory (300 Absolwentów i 200 Pracodawców) <u>Przedstawiciele instytucji rynku pracy i JST</u> otrzymają rekomendacje, przygotowane w ramach projektu (50 wydruków i min. 200 wersji elektronicznych), wezmą udział w seminarium Instytucje te mają wpływ na kształtowanie polityki regionalnej i krajowej, zainteresowani problematyką rynku pracy, mogą przyczynić się do popularyzacji modelu i uwiarygodnić go w oczach uczelni, pracodawców i absolwentów Stanowią grono opiniotwórcze i ich pozytywne rekomendacje przyczynią się do szerszego korzystania z modelu.	Ok. 300 Min. 500 Ok. 200
2	MNiSW, MPiPS, PKA Instytucje, których przedstawiciele są decyzyjni w obszarze szkolnictwa wyższego, mają wpływ na regulacje prawne, rozporządzenia, zmiany. Instytucje te otrzymają finalną wersję modelu oraz dobre praktyki wdrażania i rekomendacje do wdrożenia. Celem zaangażowania tych instytucji jest upowszechnienie modelu BLAU, włączenie go do polityki krajowej oraz przedstawienie wniosków i rekomendacji zmierzających do zwiększenia jakości działań uczelni w zakresie dostosowywania treści kształcenia do potrzeb rynku pracy.	3

PLAN DZIAŁAŃ

Działania	Komunikat i Narzędzia jego przekazu	Grupa -j/w
DIAGNOZA		
TESTOWANIE I OPRACOWANIE FINALNEJ WERSJI PRODUKTU		
Cel: Przekonanie użytkowników, że warto stosować wypracowany w projekcie model, sprawdzenie jego funkcjonalności, wpływ na ostateczny kształt modelu		
1 Szkolenie dla przedstawicieli uczelni testujących model BLAU	K: informacje na temat modelu BLAU, praktyczny trening N: szkolenie – kontakt bezpośredni z przedstawicielami szkół wyższych N: materiały szkoleniowe, model BLAU z załącznikami	
2 Testowanie właściwe	K: Informacja o funkcjonalności modelu i produktach pośrednich wstępnej wersji modelu informacje na temat modelu BLAU N: Rozmowy telefoniczne, konsultacje i pomoc w korzystaniu z modelu –	1

		konsultanci merytoryczni, specjalista ds. ewaluacji N: Spotkania bezpośrednie z przedstawicielami uczelni, konsultacje i pomoc w korzystaniu z modelu – konsultanci merytoryczni	
3	Opracowanie wstępnej wersji produktu	K: informacje o finalnej wersji modelu BLAU K: dobre praktyki testowania modelu N: mailing do uczelni w Polsce – zaproszenie do wdrożenia modelu N: mailing do członków KST – walidacja (nadawca KST)	1-6
4	Prowadzenie kampanii informacyjno - promocyjnej	K: informacje na temat modelu BLAU K: informacje na temat kolejnych etapów projektu N: informatory dla wszystkich grup użytkowników i odbiorców N: promocja modelu BLAU na wszystkich wydarzeniach, w których będzie brał udział partner i lider	1-6
UPOWSZECHNIANIE I WŁĄCZANIE DO GŁÓWNEGO NURTU			
Cel: Przekonanie użytkowników, odbiorców i decydentów oraz środowisko naukowe do stosowania modelu, tak, aby po zakończeniu projektu był stosowanym, uznanym i polecanym narzędziem wspomagającym dostosowywanie treści kształcenia na uczelniach do potrzeb rynku pracy			
1	Szkolenia dla użytkowników modelu – przedstawicieli uczelni	K: funkcjonalności modelu BLAU, dobre praktyki wdrażania N: trening zastosowania modelu BLAU przez przedstawicieli uczelni N: materiały szkoleniowe N: bezpośredni kontakt z przedstawicielami uczelni	1
2	Szkolenia dla odbiorców - Pracodawców	K: funkcjonalności modelu BLAU, szczególnie portalu BLAU K: funkcje pracodawców w kształtowaniu oferty uczelni N: materiały szkoleniowe N: bezpośredni kontakt z przedstawicielami uczelni	1
3	Konferencja dla odbiorców - Absolwentów	K: funkcjonalności modelu BLAU, szczególnie portalu BLAU K: funkcje absolwentów w kształtowaniu oferty uczelni N: współprowadzenie konferencji przez członków Zespołu Roboczego oraz osoby testujące model BLAU N: materiały z konferencji N: bezpośredni kontakt z absolwentami	1
4	Seminarium	K: funkcjonalności modelu BLAU K: funkcje pracodawców w kształtowaniu oferty uczelni K: funkcje absolwentów w kształtowaniu oferty uczelni K: rola IRP, JST i środowisk naukowych w kształtowaniu oferty uczelni i badaniu losów absolwentów N: seminarium dla przedstawicieli JST, MNiSW, MPiPS, PKA, przedstawicieli ośrodków naukowych (60 osób) N: współprowadzenie konferencji przez członków Zespołu Roboczego oraz osoby testujące model BLAU	
5	Publikacja i dystrybucja dobrych praktyk	K: funkcjonalności modelu BLAU, dobre praktyki wdrażania N: wysyłka w formie papierowej do 100 uczelni, w wersji elektronicznej do wszystkich uczelni (wg POLON na dzień wysyłki)	1
6	Publikacja i dystrybucja rekomendacji	K: funkcjonalności modelu BLAU, rekomendacje do włączenia N: wydruk (50) i wersja elektroniczna (min.200) modelu i rekomendacji N: wysyłka do MNiSW, MPiPS i PKA oraz do instytucji rynku pracy i JST wraz z rekomendacjami	2
7	Wirtualny dyżur ekspercki	K: zasady korzystania z modelu, wsparcie wdrożeń modelu N: forum, dostępne na portalu N: telekonferencje, komunikatory, mail	1
8	Wdrożenie modelu BLAU na 5 uczelniach	K: zasady korzystania z modelu, wsparcie wdrożeń modelu K: funkcjonalności modelu BLAU, dobre praktyki wdrażania N: spotkania bezpośrednie z przedstawicielami szkół wyższych N: konsultacje, pomoc przy korzystaniu z modelu i wdrożeniach	1

VIII. Kamienie milowe II etapu projektu

Rekrutacja uczelni do testowania – IX 2013

- wysyłka zaproszeń do uczelni partnerskich – VIII 2013 (po akceptacji strategii wdrażania produktu)
- wybór uczelni testujących model i utworzenie listy rezerwowej – IX 2013

Przygotowanie uczelni testujących model - X 2013

- podpisanie umów – X 2013
- zainstalowanie portalu BLAU na serwerach – X 2013
- szkolenia dla użytkowników – X 2013

Testowanie właściwe - X 2013 – VI 2014

- raportowanie przez Koordynatorów Szkół Wyższych – co miesiąc
- konsultacje z KM – co miesiąc

Zebranie wniosków z testowania - VI 2014

- spotkanie robocze podsumowujące testowanie – VI 2014

Analiza wyników testowania – VII 2014 – IX 2014

- spotkania robocze z Zespołem Roboczym – VII 2014
- stworzenie raportu z testowania – IX 2013

IX. Analiza ryzyka

W ramach realizacji projektu dokonano analizy ryzyka. Zostało ono podzielone na: związane z produktem, użytkownikami oraz odbiorcami. Stworzona została kategoria „pozostałe”, która mieści ryzyko nie zakwalifikowane do żadnej z powyższych grup. Analiza pozwoliła przewidzieć możliwe zagrożenia już na etapie pisania wniosku o dofinansowanie, ocenić prawdopodobieństwo ich wystąpienia i wpływ na projekt. W przeprowadzonych dotychczas etapach projektu, nie wystąpiło żadne z ryzyk opisanych we wniosku. Beneficjent na podstawie doświadczeń zebranych podczas realizacji projektu, rozszerzył listę możliwych ryzyk. W opisie zastosowano skróty:

P - szacowane prawdopodobieństwo wystąpienia

W - szacowany wpływ ryzyka na realizację projektu

Skala 1 - 3; 1 - niskie prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka; 3 – wysokie prawdopodobieństwo

I – zidentyfikowane najważniejszych zagrożeni (P x W)

Ryzyko	Zapobieganie i minimalizowanie ryzyka
PRODUKT	
W konkursie realizowanym przez NCBiR zostało wyłonionych kilka projektów dotyczących badania losów absolwentów, które oferują podobne rozwiązania. Mogą stanowić one konkurencję do modelu BLAU P = 2; W = 2; I = 4	Zapobieganie: Produktem finalnym projektu jest model BLAU, dla którego portal stanowi jedno z narzędzi do pozyskiwania danych z zakresu losów absolwentów. Celem modelu jest jednak w odróżnieniu od większości proponowanych rozwiązań, dostosowanie treści kształcenia na uczelniach a nie np. podniesienie jakości danych uzyskanych z badań absolwentów. Model pokazuje jak wykorzystać pozyskane dane a nie tylko jak je dobrze zebrać. Ponadto produkt jest uniwersalny – dzięki jego dużej elastyczności i możliwości dostosowania do potrzeb użytkowników, skierowany jest do wszystkich polskich szkół wyższych. Minimalizowanie: Konsultanci Merytoryczni (KM) i Zespół Projektowy śledzą postępy prac w konkurencyjnych projektach, korzystają z niektórych rozwiązań, udoskonalają produkt finalny i produkty pośrednie.
Problemy techniczne, awarie sprzętu, utrata danych, opóźnienia, niewystarczające możliwości firmy realizującej działania w zakresie tworzenia portalu BLAU (podczas wprowadzania zmian do produktu)	Zapobieganie: Wybór wykonawcy w postępowaniu ofertowym został dokonany również (prócz ceny) na podstawie kryteriów merytorycznych – moockup i doświadczenia (współpraca z uczelniami i realizacja projektu współfinansowanego ze środków UE). To zapewniło dokonanie wyboru firmy z wysokimi kwalifikacjami. Ponadto firma tworząca portal zapewnia stały serwis i pomoc techniczną, cyklicznie tworzona jest kopia zapasowa systemu. Minimalizowanie: Przyjęte kilkutygodniowe bufony czasowe w harmonogramach działań, wspólna platforma wymiany danych – możliwość

P = 1; W = 3; I = 3	śledzenia postępów prac przez Kierownika projektu i Specjalistę ds. ewaluacji.
UŻYTKOWNICY	
Obawa Przedstawicieli Szkół Wyższych przed przyznaniem się do braku systemowych rozwiązań lub niewiedzy na temat kwestii dotyczących monitorowania losów absolwentów P = 2; W = 2; I = 4	Zapobieganie: Powoływanie się na statystyki i badania prowadzone na etapie diagnozy, nie komentowanie błędów podczas testowania i wdrażania modelu przez KM, informowanie o niskim poziomie wiedzy i umiejętnościach w grupach odniesienia i potrzebie zmiany w tym zakresie Minimalizowanie: Wielość proponowanych rozwiązań, obszerne opracowania uzasadniające powagę i pokazujące trudność problemu.
Rezygnacja uczelni z testowania, w trakcie realizacji tego etapu P = 1; W = 3; I = 3	Zapobieganie: Ciągłe monitorowanie aktywności uczelni biorących udział w testowaniu, stały kontakt KM i zespołu projektowego z Koordynatorami, zasilanie portalu w nowe, ciekawe treści, przyciągające użytkowników systemu. Utworzenie listy rezerwowej uczelni. Minimalizowanie: Ciągłe wspieranie uczelni testujących przez KM oraz Koordynatora Technicznego w trakcie konsultacji, stały kontakt koordynatorów z zespołem projektowym i KM.
Niechęć przed wdrożeniem systemu, z uwagi na przymus - narzucenie obowiązku monitorowania losów absolwentów ustawą, negatywne nastawienie uczestników P = 1; W = 2; I = 2	Zapobieganie: Informowanie o korzyściach wynikających z zastosowania systemu, podkreślanie efektów wykorzystania modelu BLAU w praktyce. Powoływanie się na argument dotyczący konieczności konkurowania między uczelniami na rynku i podnoszenia jakości oferowanych rozwiązań. Minimalizowanie: Reakcje bezpośrednie na zgłaszane obawy i zastrzeżenia, rozmowy naprawcze KM i członków zespołu projektowego, konsultacje, artykuły promujące projekt i produkt.
ODBIORCY	
Trudności w rekrutacji uczestników testowania P = 2; W = 3; I = 6	Zapobieganie: Każda z uczelni testujących model samodzielnie będzie rekrutować przedstawicieli pracodawców oraz absolwentów. Będzie przy tym korzystać ze swoich źródeł, np. bazy pracodawców współpracujących z uczelnią, zamieszczających ogłoszenia o pracę w Biurze Karier, oferujących praktyki i staże studentom i absolwentom oraz z bazy absolwentów uczelni. Beneficjent będzie wspierał rekrutację, poprzez np. korzystając z kontaktów do osób, które brały udział w badaniach. Minimalizowanie: Rozpoczęcie procesu rekrutacji jeszcze przed akceptacją strategii przez KST, korzystanie z różnych źródeł w celu dotarcia do odbiorców.
Opuszczenie projektu przez Absolwentów lub Pracodawców z uwagi na odroczone w czasie korzyści P = 2; W = 2; I = 4	Zapobieganie: Ciągłe monitorowanie aktywności osób biorących udział w testowaniu przez Koordynatorów, zachęcanie ich do podejmowania aktywności na portalu, zasilanie portalu w nowe, ciekawe treści, przyciągające użytkowników systemu. Minimalizowanie: Reakcje bezpośrednie na zgłaszane obawy i zastrzeżenia, rozmowy naprawcze z Koordynatorami, podkreślanie korzyści, artykuły promujące projekt i produkt.
Problemy Koordynatorów Szkół Wyższych w kontaktach z osobami testującymi model P = 1; W = 2; I = 2	Zapobieganie: Regularny, bieżący kontakt KM z Koordynatorami, godziny przeznaczone na konsultacje indywidualne oraz nieograniczone konsultacje telefoniczne i mailowe, wsparcie Koordynatorów w pełnieniu ich funkcji przez zespół projektowy, reagowanie na zgłaszane przez nich problemy. Minimalizowanie: Reakcje bezpośrednie na zgłaszane obawy i zastrzeżenia, rozmowy naprawcze KM i członków zespołu projektowego, konsultacje, artykuły promujące projekt i produkt.
POZOSTAŁE	
Zmiany prawne w zakresie doszczegóławiania przez MNiSW sposobów monitorowania losów absolwentów P = 3; W = 2; I = 6	Zapobieganie: Beneficjent nie ma wpływu na ten element ryzyka Minimalizowanie: Tworzony model jest bardzo elastyczny i uniwersalny, prowadzi użytkowników krok po kroku, pokazuje możliwe ścieżki działania, daje narzędzia wspierające procesy dostosowania oferty uczelni do potrzeb rynku pracy. Model nie narzuca żadnych rozwiązań, kieruje jedynie uwagę użytkowników na ważne kwestie m.in. na analizę kwestii prawnych i dostosowanie planowanych zmian do możliwości uczelni w różnych obszarach.

Zmiany w budżecie wynikające z wdrożenia zmian do wstępnej wersji produktu (szczególnie w zakresie portalu BLAU) P = 1; W = 2; I = 2	Zapobieganie: Beneficjent sformułował umowę z podwykonawcą w taie sposób, by uwzględnić działania zgodnie z etapami, podobnie podzielone zostały płatności za kolejne etapy działań Minimalizowanie: stały monitoring wydatków przez kierownika projektu oraz jego asystenta, przesuwanie oszczędności, szczególnie uzyskanych po zastosowaniu pzp, w przypadku opóźnień w wypłacaniu transz przez IP – krótkoterminowe pożyczki z budżetu uczelni.
Problemy prawne w zakresie ochrony danych osobowych osób, korzystających z portalu BLAU P = 1; W = 2; I = 2	Zapobieganie: zastosowane rozwiązania informatyczne są w pełni zgodne z ustawą o ochronie danych osobowych, portal BLAU jest zainstalowany na dedykowanym serwerze, hasła użytkowników są kodowane. Minimalizowanie: stały monitoring Kierownika i Koordynatora Technicznego procesu testowania, analiza błędów związanych z tym problemem, konsultacje z przedstawicielami uczelni – osobami odpowiedzialnymi za obszary informatyczne, zarządzania i ochrony danych.
Aktywność "wrogów projektu" osób głoszących w otoczeniu odbiorców docelowych stereotypowe poglądy na temat edukacji, szkół wyższych, dążących do utrzymania w tym względzie status quo P = 1; W = 1; I = 1	Zapobieganie: Rozpowszechnianie modelu, jako nowoczesnego rozwiązania, edukowanie szerokiego grona odbiorców i ich otoczenia (publikacje, strona internetowa), reagowanie na nierzetelne komentarze Minimalizowanie: Wsparcie Absolwentów i Pracodawców biorących udział w projekcie, bezpośredni i indywidualny kontakt KM, Koordynatorów Szkół Wyższych i Specjalisty ds. ewaluacji z uczestnikami projektu

X. Załączniki:

- 1) Model BLAU wraz z instrukcją
- 2) Dokumentacja techniczna do portalu BLAU
- 3) Raport z badań
- 4) Raport z ewaluacji wewnętrznej
- 5) Raport z ewaluacji zewnętrznej
- 6) Informator dla Absolwentów
- 7) Informator dla Szkół Wyższych
- 8) Informator dla Pracodawców

Aleksandra Skraburska

Sławosław Kupikowski

Lider Projektu
dr hab. Sławosław Kupikowski
prof. nadzw.

Skraburska Aleksandra

Partner Projektu

Wyższa Szkoła
Humanistyczno-Ekonomiczna
we Wrocławku
Pl. Wolności 1, 87-800 Wrocławek
tel. (54) 42-52-007
NIP 888-10-34-634, Regon 910215414

PROJEKT HR
Aleksandra Skraburska
os. Czecha 120/18, 61-291 Poznań
NIP 8882795708 REGON 301283077