



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



STRATEGIA WDRAŻANIA PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO

temat innowacyjny:

Nowe modele kształcenia przez całe życie, w tym integrowanie funkcjonujących modeli kształcenia ustawicznego.

nazwa projektodawcy:

Uniwersytet Łódzki, Wydział Nauk o Wychowaniu

tytuł projektu:

edukacja-regiony-regionalizacja: proaktywny model zarządzania całościową edukacją w regionalnych sieciach społecznych.

numer umowy:

UDA POKL.04.01.01-00-254/11-00





WPROWADZENIE

Projekt pt. „Edukacja-Regiony-Regionalizacja: proaktywny model zarządzania całozyciową edukacją w regionalnych sieciach społecznych” dotyczy problematyki funkcjonowania szkoły wyższej w regionie i jej roli w realizowaniu idei całozyciowej edukacji. Nowe, wielopłaszczyznowe podejście do systemu i jakości usług edukacyjnych stanowi syntezę możliwości prawnych i budżetowych uczelni z jednej strony oraz aspiracji i oczekiwań studentów, absolwentów oraz kadry akademickiej z drugiej strony. Realizatorzy dążą do wypracowania rozwiązań, które umożliwią tworzenie w otoczeniu uczelni sieci społecznych wspierających ideę kształcenia ustawicznego. Przyjęte założenia dążą do stworzenia uniwersalnego modelu pożądanych proaktywnych działań podejmowanych przez i na rzecz uczelni.

Przedsięwzięcie realizowane jest przez Wydział Nauk o Wychowaniu UŁ, który prowadzi badania w kierunku opracowania – zarówno w ujęciu historycznym, jak i współczesnym – teorii i praktyki procesu edukacji. Zakres i kierunek badań wpisuje się w realizację i wspieranie idei całozyciowej edukacji. Ponadto, projekt wpisuje się także w realizowany od 2009 roku w ramach poddziałania 4.1.1 PO KL projekt pt. „Edukacja-Regiony Regionalizacja” stanowiąc jego rozszerzenie i uzupełnienie.

Partnerem projektu jest Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt z Bawarii. Uczelnia ta uważana jest za lidera innowacyjnych rozwiązań i dysponuje znacznym doświadczeniem w zakresie tworzenia sieci w otoczeniu społeczno-gospodarczym, wykorzystując własnych absolwentów oraz potencjał regionu. Rozwiązania te mogą uchodzić za modelowe dla uczelni polskich. Przyjęty model współpracy zakłada poznanie rozwiązań stosowanych w uczelni partnerskiej i adaptowanie ich do uwarunkowań polskich.



I. UZASADNIENIE

Relacje Uczelni Wyższych z otoczeniem społeczno-gospodarczym stają się coraz istotniejszym aspektem działania szkół wyższych. Wykonywanie ich tradycyjnych zadań jest coraz silniej zależne od realizacji tzw. „trzeciej misji” uczelni, czyli od budowania sieci współpracy o znaczeniu regionalnym (IBGR/E&Y, 2009). Kluczowym elementem takich działań jest sięganie do kulturowego, społecznego i ekonomicznego potencjału regionu. Aktywna obecność uczelni w tego typu sieciach regionalnych może stanowić o racji istnienia wielu szkół wyższych gdyż to właśnie na nich powinno opierać się budowanie oferty kształcenia. Niestety, szkołom wyższym w Polsce brakuje wyraźnie sformułowanej misji regionalnej. Skutkuje to niedopasowaniem lokalnej oferty kształcenia do oczekiwań lokalnego rynku pracy (IBGR/E&Y, 2009). Raport UNPD (2007) wskazuje, że uniwersytety uważają, że odpowiadają za ogólnokrajowe potrzeby rynku pracy, co jak się okazuje nie jest zgodne z rzeczywistością. Dotychczas uczelnie zajęły się intensywniej jedynie problematyką transferu wiedzy i jej wykorzystania komercyjnego, jednak nie uregulowały kwestii związanych z zarządzaniem ustawicznym. Tworzenie edukacyjnych sieci regionalnych przez szkoły wyższe stanie się podstawą rozwoju regionu w ramach praktycznego wdrażania idei gospodarki wiedzy. Co więcej, dla szkół wyższych może stać się to podstawą budowania przewagi konkurencyjnej wobec zniżkowych tendencji demograficznych. Tym bardziej, że według Komisji Europejskiej jedynie 5,1% Polaków w przedziale wiekowym 25-64 lata decyduje się na podnoszenie lub zmianę kwalifikacji (postulowany wskaźnik to 12, 1% - MNiSW, 2009).

Rozwój szkół wyższych wymaga zatem zmiany podejścia do edukacji całonocnej – od modelu reaktywnego do modelu proaktywnego, uwzględniającego osobowo-instytucjonalne sieci współpracy, z wykorzystaniem najważniejszego zasobu jaki stanowią studenci i absolwenci. Podobne rozwiązania sprawdziły się w praktyce w wielu krajach „starej” UE, między innymi część z nich stosowana jest z powodzeniem na Uniwersytecie Eichstaett w Bawarii, który został partnerem projektu.

Punktem wyjścia projektu jest brak interaktywnego połączenia potrzeb 2 głównych grup interesariuszy: indywidualnych (do których zaliczamy studentów oraz absolwentów - pracujących, jak i bezrobotnych) oraz zbiorowych: (do których zaliczamy: uczelnie, pracodawców, instytucje wsparcia oraz niepubliczne instytucje edukacyjne) w ramach jednej przestrzeni komunikacji, która umożliwiłaby proaktywne, a nie reaktywne podejście do rynku pracy.

Głównym problemem jest brak jednoczesnej interakcji tych 2 grup podmiotów w ramach indywidualnej perspektywy Lifelong Learning. Obserwujemy brak możliwości uczenia się studenta/pracownika poprzez pozyskiwanie wiedzy i kompetencji w ramach jednej platformy informatyczno-organizacyjnej, która umożliwiłaby przepływ wiedzy, kompetencji i informacji pomiędzy wspomnianymi grupami.

Niniejszy projekt oparty jest na idei Lifelong Learning – uczenia się przez całe życie. Obecnie tematem tym zainteresowani są nie tylko nauczyciele i szkoleniowcy ale także przedsiębiorcy i władze publiczne, również w wymiarze regionalnym. Uczenie się przez całe życie stanowi część polityki UE, wskazując jednocześnie na wartość uczenia się w kontekście społecznym, gospodarczym i kulturowym. Człowiek dorosły, mimo procesu starzenia się biologicznego, przez całe życie dysponuje znacznym potencjałem rozwoju i możliwościami uczenia się. Najczęściej wymieniane motywy, decydujące o dalszym kształceniu, wymieniane przez Maksim i Wojnowską (2002) to wymagania kwalifikacyjne i ustalenia prawne, postęp techniczny i technologiczny oraz



zmiany organizacyjne, ambicja zawodowa, awans zawodowy, chęć poznania wiedzy oraz ukształtowanie określonych umiejętności, zmiana pracy itp. W przypadku osób dorosłych rzadko decyduje jeden motyw, zazwyczaj zachowania edukacyjne związane są z wynikiem działania kilku z nich. Warto także dodać, że bez względu na podjęcie przez osobę dorosłą decyzji o doksztalceniu w formie zinstytucjonalizowanej, z uczeniem się ma ona do czynienia przez całe życie, dotyczy to zarówno życia zawodowego jak i rodzinnego. Rzeczywistość, w której żyje jednostka, podlega ciągłym zmianom, kreuje to więc potrzebę gotowości do permanentnego kształcenia. Należy pamiętać, że proces uczenia się jest bardzo indywidualny i ten fakt wymusza między innymi dostosowanie oferty edukacyjnej do bardzo zróżnicowanych potrzeb odbiorców. Punktem wyjścia w projekcie jest zatem uwzględnienie perspektywy jednostki, a więc studenta i absolwenta wyższej uczelni poprzez umożliwienie im rozpoznania swoich potrzeb w zakresie świadomego planowania rozwoju własnej edukacji przez całe życie. W związku z tym głównymi adresatami projektu są studenci i pracujący oraz bezrobotni absolwenci, czyli uczący się, pracujący i pozostający bez pracy.

Proaktywny model zarządzania całościową edukacją oparty jest również na najnowszych osiągnięciach dotyczących badań na uczeniu się dorosłych (Vermunt, Vermetten, 2004). Dla potencjalnych beneficjentów projektu ważne są ich własne zainteresowania przy wyborze treści, samodzielne wyszukiwanie ważnych informacji, szukanie analogii, związków pomiędzy nową treścią a już istniejącą wiedzą oraz z danymi z innych dziedzin. Osoby dorosłe są krytyczne, stawiają pytania oraz formują własne opinie i wnioski. Dominująca jest wewnętrzna regulacja uczenia się – samoregulacja. Studiowanie jest okazją do rozwoju, zaspokaja ciekawość poznawczą, daje możliwość obcowania z ludźmi o wyższej wiedzy, rozwija zdolność myślenia naukowego, jest okazją do poznania nowej dziedziny i uzyskania nowych kwalifikacji. Osoby te, czują się odpowiedzialne za sposób studiowania, uważają, że właściwe motywowanie stanowi ich własne zadanie. W proponowanym modelu uczenie się staje się dialogiem z ludźmi o różnej wiedzy, konfrontacją z myślami innych osób oraz myśleniem i wyrabianiem własnego zdania na różne tematy. Główną przyczyną sytuacji, która tego typu potrzeb nie jest w stanie zaspokoić, jest efekt silosowy, czyli ukierunkowanie działalności różnych instytucji regionalnych, w tym również uczelni, na tworzenie i wdrażanie programów głównie w oparciu o zasoby posiadane przez te pojedyncze instytucje, które same diagnozują potrzeby studentów i absolwentów, natomiast nie tworzą sieci i nie współdziałają z innymi instytucjami. Ponadto, nie przeprowadzają tych diagnoz w sposób systematyczny i cykliczny oraz nie tworzą interaktywnych platform do systematycznej komunikacji ze studentami i absolwentami, które poprzez umieszczane na nich zasoby tworzą wartość dodaną, umożliwiającą budowanie relacji na poziomie indywidualnym.

Działające w Polsce publiczne szkoły wyższe funkcjonują w przekonaniu, że odpowiadają za istniejący stan rzeczy ogólnokrajowe instytucje edukacyjne (ministerstwa). Aspekt regionalny, w formułowanych przez uczelnie misjach, jest pomijany.

Potwierdzeniem wyników cytowanych badań były wypowiedzi uczestników paneli dyskusyjnych zorganizowanych przez Uniwersytet Łódzki. Wzięli w nich udział:

- a. nauczyciele i animatorzy dziecięcy;
- b. osoby reprezentujące środowisko naukowe, samorządowe, biznes i media, w tym seniorzy, absolwenci, reprezentanci NGO.



W wypowiedziach uczestników paneli powtarzała się opinia, że narzędzie w postaci spójnego systemu zarządzania edukacją w regionie sprzyjałoby wymianie informacji, a także weryfikacji jakości kursów, pomagałoby tworzeniu konkurencyjności, a także budowałoby mapę potrzeb szkoleniowych wśród przedstawicieli zawodów społecznych i pomocowych. Uczestnicy formułowali także konkretne zapotrzebowanie na określoną tematykę kursów.

W dyskusji, jak zaangażować osoby starsze w celu przedłużenia ich aktywności zawodowej, paneliści zwrócili uwagę na szczególną w tym zakresie rolę szkół wyższych np. poprzez projekty studencko-seniorskie. Proponowano prowadzenie edukacji dwutorowo – poprzez dokształcanie zawodowe oraz pomoc osobom chętnym w rozwijaniu ich pasji.

Osobami, których zasoby pozostają z punktu widzenia uczelni niewykorzystane są według panelistów studenci i absolwenci. (Ogólna liczba studentów w Łodzi szacowana jest wg danych GUS z 2012 roku na ok.100 tys. (studia stacjonarne i niestacjonarne w uczelniach publicznych i niepublicznych). Studenci są ich zdaniem kapitałem społecznym, który odpowiednio powiązany z uczelnią może przyczynić się do budowy trwałej pozycji w regionalnych sieciach społecznych. To niewykorzystany w procesach kształcenia ustawicznego zasób uczelni, aktywizowany sporadycznie i punktowo. Sformułowano również szereg propozycji powiązania przyszłych absolwentów z uczelnią. Z ideą spójnego zarządzania edukacją całościową korespondują następujące propozycje, wyrażone przez uczestników dyskusji:

- a. nawiązywanie kontaktu z uczelniami wyższymi już na poziomie edukacji ponadgimnazjalnej;
- b. promocje organizowane przez uczelnie nie tylko w dużych miastach, ale przede wszystkim w regionie, gdzie często brakuje informacji o kierunkach studiów innych niż podstawowe;
- c. wykorzystanie przez szkoły wyższe nowoczesnych komunikatorów;
- d. dostęp do pełnej informacji o danym kierunku studiów i do informacji dotyczących przyszłości zawodowej absolwentów;
- e. elastyczne i bardziej przystosowane do wymogów studentów i otoczenia działanie uczelni;
- f. przyjęcie przez uczelnie społecznej odpowiedzialności poprzez zaprzestanie „produkcji” rzeszy bezrobotnych absolwentów;
- g. zaangażowanie pracodawców w proces kształcenia i zwiększenie oferty zajęć praktycznych;
- h. implementacja wypracowanych na innych uczelniach, sprawdzonych modeli praktycznych w ramach idei Lifelong Learning;
- i. prognozowanie nowych kierunków na podstawie zmian zachodzących w gospodarce (szczególnie na poziomie regionalnym).

W wypowiedziach uczestników paneli pojawiły się też konkretne wnioski w odniesieniu do roli uczelni w całościowej edukacji w przypadku absolwentów. Podkreślano, że należy zwiększyć aktywność uczelni w pozyskiwaniu kandydatów na studia podyplomowe lub krótkie kursy celowane w potrzeby, poprzez stworzenie kanału przepływu informacji na poziomie uczelnia – dana grupa zawodowa. Obecnie uczelnie nie docierają z programem edukacji do wielu grup zawodowych np. urzędników, które są zainteresowane szkoleniami prowadzonymi przez ekspertów z danej, często specjalistycznej dziedziny. Spójne zarządzanie systemem edukacji całościowej zakładałoby kształtowanie postawy elastycznej, związanej z dopasowaniem



się do przeobrażeń społeczno-gospodarczych, zmiany tempa życia, wielokrotnej zmiany zawodu itp. Może się ono odbywać poprzez twórcze naśladownictwo sprawdzonych wzorców – jako przykład podano funkcjonowanie amerykańskiej platformy www.coursera.org oferującej szereg bezpłatnych kursów z wielu dziedzin, prowadzonych przez znakomitych specjalistów (kursy charakteryzują się wykorzystaniem metod aktywizujących studentów, którzy występują tu także w roli oceniającego, a także ciekawą warstwą wizualno-graficzną oraz przystępnością prezentowanych treści – komunikacja obrazami). W Polsce podobnym ideowo rozwiązaniem jest www.uo.uw.edu.pl.

Konsekwencją wspomnianej już silosowości działania instytucji jest rozproszenie i akcyjność podejmowanych działań przez różne instytucje, w tym również uczelnie, z kompletnym zaniedbaniem perspektywy jednostkowej studenta/absolwenta, który nie jest ani edukowany, ani wspierany w planowaniu swojej dalszej edukacji żadnymi formami organizacyjnymi czy narzędziami, które umożliwiłyby mu efektywne planowanie dalszej edukacji zgodnie z zasadą Lifelong Learning. Ponadto, studenci i absolwenci są pozbawieni doradztwa i dostępu do bazy wiedzy i informacji, umożliwiających im diagnozowanie swoich potrzeb i planowanie dalszego rozwoju własnej wiedzy i umiejętności. Argumenty zebrane z raportów, prac badawczych oraz paneli dyskusyjnych stanowią podstawę zbudowania innowacyjnego rozwiązania odpowiadającego na wyzwania sformułowane przez respondentów.



II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI

Celem głównym projektu jest wzrost możliwości uczestnictwa szkół wyższych w kształceniu ustawicznym. Realizacja odbywa się poprzez:

- wypracowanie i wdrożenie modelu zarządzania całościową edukacją w różnych typach szkół wyższych;
- możliwość wykorzystania potencjału absolwentów uczelni w budowie regionalnych sieci społecznych, wspierających zarządzanie kształceniem ustawicznym;
- wzrost zainteresowania ofertą edukacyjną dzięki opracowaniu i wdrożeniu cyfrowej platformy;
- dopasowanie oferty edukacyjnej do potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego uczelni;
- wzrost jakości i efektywności rozwiązań dotyczących zarządzania kształceniem ustawicznym poprzez poznanie i adaptację rozwiązań stosowanych u partnera projektu.

Cel główny oraz wskazane cele szczegółowe są tożsame z zapisami wniosku o dofinansowanie projektu.

Pożądanym stanem docelowym, po wprowadzeniu innowacji, jest utworzenie regionalnej sieci społecznej, wykorzystującej potencjał studentów i absolwentów szkoły wyższej wdrażającej produkt, jak również otoczenia, w którym znajduje się uczelnia oraz jej udział w opracowywaniu i wdrażaniu atrakcyjnych z punktu widzenia specyfiki regionu programów kształcenia. Akademickie Centrum Zarządzania Całościową Edukacją (ACCE) ma animować, kreować i uświadamiać potrzeby. Ma również budować pozycję uczelni w oparciu o materialne i niematerialne zasoby regionu. Uczestnicy życia akademickiego oraz członkowie otoczenia uczelni będą współodpowiedzialni za kreowanie oferty edukacyjnej i jej realizowanie. Pełna efektywność kształcenia to nie tylko jej sprawność i skuteczność mierzona liczbą absolwentów danego kierunku i pozytywnymi ocenami organów nadzorczych, ale także adekwatność do aktualnych aspiracji i oczekiwań otoczenia uczelni oraz społeczności akademickiej. Zaproponowany model jest więc wypadkową wewnętrznego i zewnętrznego podejścia do idei całościowej edukacji, tj. profesjonalnego aparatu uczelnianego z jego sprawnością organizacyjną i ukierunkowaniem na realizowanie tradycyjnie określonych zadań szkoły wyższej oraz zdecentralizowaną siecią interakcji uczestników życia około- i akademickiego.

Weryfikacja osiągnięcia celów dokonana zostanie na podstawie wskaźników:

- wzrost możliwości uczestnictwa uczelni w kształceniu ustawicznym – cel główny

wskaźnik			
proponowany	wartość docelowa	źródło weryfikacji	częstotliwość pomiaru
liczba wypracowanych i wdrożonych w ramach projektu modeli	1	ewaluacja projektu	na zakończenie projektu
liczba ośrodków akademickich (w rozumieniu szkoły wyższej) zainteresowanych wdrożeniem modelu	5	rejestr podpisanych deklaracji o zainteresowaniu wdrożeniem modelu ACCE przez przedstawicieli władz szkół wyższych	na zakończenie projektu



b. wzrost uczestnictwa uczelni w kreowaniu potrzeb edukacyjnych otoczenia społeczno-gospodarczego

wskaźnik			
proponowany	wartość docelowa	źródło weryfikacji	częstotliwość pomiaru
liczba wypracowanych i wdrożonych w ramach projektu modeli	1	walidacja produktu oraz strategii wdrażania przez KST	na zakończenie projektu
pozytywna ocena adekwatności modelu ACCE do potrzeb jego odbiorców	65%	sondaż na zakończenie testowania modelu wśród pracowników 4 wydziałów objętych projektem	koniec fazy testowania

c. wzrost możliwości wykorzystania potencjału absolwentów i studentów uczelni w budowie regionalnych sieci społecznych wspierających zarządzanie całonizyjową edukacją

wskaźnik			
proponowany	wartość docelowa	źródło weryfikacji	częstotliwość pomiaru
liczba absolwentów i studentów zgłaszających gotowość do wzięcia udziału w testowaniu modelu	100	dokumentacja projektowa	początek fazy testowania
odsetek absolwentów/studentów deklarujących gotowość zaangażowania się w budowanie regionalnej sieci społecznej organizowanej przez uczelnie	15%	badanie CAWI uczestników (absolwentów/studentów) fazy testowania produktu	koniec fazy testowania

d. wzrost zainteresowania ofertą edukacyjną uczelni wyższych poprzez opracowanie i wdrożenie cyfrowej platformy wspomagającej kształcenie ustawiczne

wskaźnik			
proponowany	wartość docelowa	źródło weryfikacji	częstotliwość pomiaru
odsetek studentów/absolwentów uczelni wyrażający zainteresowanie kształceniem ustawicznym wspomaganym platformą cyfrową oraz materiałami multimedialnymi	60%	badanie CAWI uczestników (absolwentów/studentów) fazy testowania produktu	koniec fazy testowania
odsetek pozytywnych ocen oferty edukacyjnej wypracowanej w ramach testowego działania ACCE u odbiorców korzystających z platformy cyfrowej	70%	badanie CAWI uczestników (absolwentów/studentów) fazy testowania produktu	koniec fazy testowania



- e. poprawa wykorzystania potencjałów uczelni wyższych w realizacji kształcenia ustawicznego i dopasowanie oferty edukacyjnej do potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego uczelni poprzez opracowanie i wdrożenie modelu Akademickiego Centrum Zarządzania Całociową Edukacją

wskaźnik			
proponowany	wartość docelowa	źródło weryfikacji	częstotliwość pomiaru
odsetek pozytywnych ocen oferty edukacyjnej wypracowanej w ramach testowego działania ACCE	60%	sondaż modelu wśród interesariuszy - odbiorców oferty edukacyjnej	koniec fazy testowania
liczba partnerów społecznych zaangażowanych w testowanie i wdrożenie modelu ACCE	20	dokumentacja projektowa	koniec fazy testowania połowa fazy wdrożenia

- f. wzrost jakości i efektywności rozwiązań dotyczących zarządzania kształceniem ustawicznym w regionalnych sieciach społecznych i przy wykorzystaniu zasobów lokalnych przez poznanie i adaptację rozwiązań stosowanych u partnera zagranicznego

wskaźnik			
proponowany	wartość docelowa	źródło weryfikacji	częstotliwość pomiaru
liczba ekspertów pogłębiających swoją wiedzę na temat rozwiązań niemieckich w ramach spotkań ponadnarodowych	10	dokumentacja projektowa	raz na pół roku do zakończenia etapu opracowania finalnej wersji produktu
łączna liczba wizyt studyjnych, monitoringowych, warsztatowych w ramach współpracy ponadnarodowej, służących transferowi i adaptacji rozwiązań zagranicznych	10	raporty ze spotkań międzynarodowych po ich zakończeniu i na koniec projektu	zakończenie projektu
liczba modeli kształcenia ustawicznego wypracowanych jako adaptacja/wykorzystanie rozwiązań niemieckich w trakcie projektu	1	dokumentacja projektowa	zakończenie projektu

Zmiany w stosunku do wniosku o dofinansowanie polegają na zmniejszeniu liczby ośrodków akademickich zainteresowanych wdrożeniem produktu finalnego oraz zmniejszeniu liczby studentów/absolwentów zaangażowanych w testowanie produktu. Korekta wynika z założonej we wniosku grupy docelowej objętej



działaniami projektowymi tj. studentów/absolwentów nauk społecznych. Analiza przeprowadzona w I etapie projektu wykazała, że skoncentrowanie się na wskazanym w dokumentacji projektowej obszarze nauk zdecydowanie ogranicza liczbę ośrodków akademickich, które potencjalnie mogą być zainteresowane wdrożeniem wypracowanego modelu.



III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO

Głównym założeniem produktu finalnego jest stworzenie systemu procedur i narzędzi oraz struktury organizacyjnej, umożliwiających skuteczną komunikację, planowanie i ewaluację samorozwoju pracowników(absolwenci) i studentów oraz bezrobotnych absolwentów w ramach Akademickiego Centrum Zarządzania Całozyciową Edukacją.

Wg założeń realizatora celem projektu jest wzrost możliwości uczestnictwa szkół wyższych w całozyciowej edukacji. W czasach kryzysu gospodarczego, gdy bezrobocie wśród młodych osiąga poziom 30%, a w życiu publicznym toczy się debata na temat jakości kształcenia, należy wykorzystać wszelkie działania podejmowane na rzecz wsparcia w świadomym wyborze ścieżki całozyciowej edukacji. Zakładany efekt projektu jest zarówno innowacją organizacyjną jak i produktową. Z jednej strony powstanie narzędzie informatyczne integrujące regionalnie wszystkie formy całozyciowej edukacji (innowacja produktowa), oferowane zarówno przez instytucje publiczne, jak i niepubliczne. Z drugiej zaś strony, powstaną nowe procedury diagnozy potrzeb i wyboru ścieżek całozyciowej edukacji przez studentów i absolwentów szkół wyższych (innowacja procesowa). Ważnym elementem opracowanego modelu innowacyjnej platformy będzie umożliwienie kontaktu z coachami edukacji. Kontakt ten będzie mógł odbywać się poprzez wszystkie dostępne na platformie informatycznej kanały komunikacji. Wg realizatora projektu opracowany model zwiększy liczbę osób świadomie planujących własne ścieżki kariery zawodowej.

Ponadto, wokół uczelni powstanie sieć społeczna, w skład której wejdą instytucje realizujące inne, niepubliczne formy edukacji (kursy, szkolenia, warsztaty etc.), jak i instytucje regionalne wspierające aktywizację zawodową na rynku pracy, które zostaną zaproszone jako koordynatorzy i animatorzy wydzielonych części platformy informatycznej (innowacja organizacyjna). Przedstawiciele tych podmiotów wraz z ekspertami zewnętrznymi będą przygotowywać cykliczne raporty monitorujące i diagnozujące regionalny rynek pracy. Opracowany model zawiera wykorzystanie dobrych praktyk partnera zagranicznego w zakresie tworzenia sieci społecznych wokół szkół wyższych.

Przeprowadzone badania oraz panele dyskusyjne z udziałem ekspertów wskazały, że istnieje potrzeba stworzenia sieci społecznych wokół realizatorów różnych form edukacji. Należy tu podkreślić, że sieci społeczne w opracowanym modelu staną się twórcami rzetelnych opinii nt. jakości kształcenia, umożliwią także kandydatom świadomy wybór różnych form całozyciowej edukacji.

Zakładaną grupą docelową wskazaną przez realizatora projektu we wniosku o dofinansowanie są z jednej strony uczelnie, z drugiej zaś ich absolwenci. W szczególności wskazano tu absolwentów kierunków obejmujących nauki społeczne. W trakcie badań i paneli eksperckich wskazano, że projekt można i należy rozszerzyć do grup realizatorów wszystkich form edukacji, ich uczestników jak i absolwentów. Generalnie, możemy wyróżnić następujące grupy docelowe:

a. odbiorcy indywidualni:

- studenci studiów I i II stopnia z obszaru nauk społecznych uniwersytetu;
- pracujący absolwenci uniwersytetu;
- niepracujący absolwenci uniwersytetu;



- przedstawiciele instytucji wsparcia (Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego, Wojewódzki Urząd Pracy, Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości, etc.).
- b. odbiorcy instytucjonalni:
 - pracodawcy;
 - niepubliczne instytucje edukacyjne;
 - kadra kierownicza uniwersytetu.

Zgodnie z założeniem przyjętym przez realizatora projektu właściwe działanie zaprojektowanego modelu będzie determinowane dbałością o aktualność informacji dot. tak programu jak i placówki go realizującej. To realizatorzy form edukacji staną się inicjatorami tworzenia sieci społecznych wokół ukończonych modułów kształcenia. Realizatorzy powinni także wyznaczyć aktywnie działających „coachów edukacji”, których zadaniem będzie doradztwo dotyczące świadomego kształtowania ścieżki edukacyjnej. Wg założenia wnioskodawcy w szkołach wyższych rola ta zostanie przypisana pracownikom Akademickich Biur Karier.

Proponowane rozwiązanie, na którym oparty jest zakładany model innowacji, obejmuje 5 zasad:

- a. komunikacja → zrozumienie potrzeb uczestników platformy;
- b. kooperacja → współpraca: uczelnia + uczestnicy + instytucje poza uczelnią;
- c. koordynacja → dostosowanie działań do zidentyfikowanych potrzeb;
- d. inspiracja → wymiana doświadczeń;
- e. integracja → przełamanie barier mentalnych i instytucjonalnych.

Dzięki uruchomieniu narzędzia będzie możliwe osiągnięcie różnorodnych rezultatów:

- a. dla odbiorców indywidualnych powstałego systemu:
 - możliwości analizy swoich własnych kompetencji poprzez wykorzystanie narzędzi diagnozujących je oraz wspomagających podejmowanie decyzji i wspomaganie własnej kariery;
 - możliwość bardziej precyzyjnego dopasowania istniejących ofert kształcenia ustawicznego do swoich potrzeb i planowanej ścieżki rozwoju zawodowego;
 - moduł wsparcia profilu zawodowego dostarczy wielu funkcjonalności osobom chcącym podjąć dalsze kształcenie, wahającym się lub niezdecydowanym co do dalszego rozwoju;
 - narzędzie umożliwi powiązanie między predyspozycjami użytkownika (studenta/absolwenta), zawodami a możliwościami kształcenia ustawicznego, uwzględniając kwestie aktualności nabytych kompetencji;
 - na podstawie zgromadzonych danych na temat dostępnych ofert edukacyjnych, kwalifikacji zawodowych oraz trendów rynkowych, a także danych pozyskanych od użytkownika, narzędzie będzie wspomagać proces podejmowania decyzji odnośnie wyboru oferty edukacyjnej;
 - narzędzie będzie wyposażone w funkcjonalność związaną z doradztwem w zakresie przedsiębiorczości, oferując profesjonalną pomoc przy zakładaniu własnej firmy.
 - zawarty w narzędziu poradnik dla osób niepełnosprawnych będzie zawierał informacje zawodowe dedykowane osobom niepełnosprawnym, a także informacje o dostępnym wsparciu finansowym



związanym z kształceniem ustawicznym (stypendia, fundusze UE, dofinansowania do kształcenia oferowane przez NGO itp.);

b. dla pracodawców i innych podmiotów społecznych:

– raporty i zestawienia na temat aktualnego stanu dopasowania oferty kształcenia ustawicznego do wymagań rynku pracy i kompetencji uczestników procesu edukacyjnego;

c. dla instytucji oferujących produkty w zakresie kształcenia ustawicznego (kursy, szkolenia, studia podyplomowe, etc.):

– określenie najbardziej pożądanego zakresu oferty edukacyjnej;

– wiedzę o potrzebnych kierunkach kształcenia, zgłaszanych w sieciach społecznych.

Narzędzie będzie zawierało moduł wymiany informacji, który będzie służył jako narzędzie integrujące różne kategorie użytkowników platformy (biznes, uczelnie, podmioty edukacji ustawicznej, administrację publiczną, użytkowników indywidualnych) dostarczając narzędzi dla wzajemnej komunikacji, wymiany informacji i publikacji dokumentów (fora internetowe, czaty internetowe, blogi, etc.).

Produkt finalny, poza wskazanym narzędziem, składa się także z zestawu procedur, które obejmują m.in.:

a. opisu oraz procedury wdrażania działań organizacyjnych z zakresu komunikacji uczelni z absolwentami studiów;

b. procedury wdrażania postępowania z zakresu uruchomienia na uczelni otwartego kształcenia modułowego (dostępne dla każdego zainteresowanego) dla absolwentów, będącego elementem kształcenia ustawicznego;

c. procedury wdrażania rozwiązań z zakresu utworzenia na wydziałach start-up point, dla studentów i absolwentów, chcących uruchomić własną działalność gospodarczą;

d. procedury wdrażania doradztwa edukacyjnego dla absolwentów, powiązanego bezpośrednio z ich sytuacją na rynku pracy.



IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

Testowanie będzie się odbywało zgodnie z procedurami stosowanymi w badaniach użyteczności, a zatem zgodnie z metodologią badań społecznych - zwłaszcza w wymiarze procedur oraz tworzenia warunków eksperymentalnych. Wyróżnić należy dwie grupy:

a. użytkownik testowania

będzie nim Uniwersytet Łódzki (Wnioskodawca) oraz 10 pracowników naukowo-dydaktycznych uczelni (6 kobiet, 4 mężczyzn), reprezentujących cztery jednostki organizacyjne prowadzące kształcenie w zakresie nauk społecznych. Obszar testowania wybrano jako reprezentatywny dla opisanej w strategii grupy przedsięwzięć oraz możliwości ich wdrażania.

b. odbiorcy testowania:

- 40 studentów oraz 60 absolwentów uczelni (70K/30M). Dobór próby do badań testowych będzie warstwowy, gdzie wyodrębnionymi warstwami będą cztery jednostki organizacyjne uniwersytetu, prowadzące kształcenie w zakresie nauk społecznych, tj.: Wydział Nauk o Wychowaniu, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Wydział Zarządzania, Wydział Stosunków Międzynarodowych i Politologii;
- 20 partnerów społecznych – studentów/ absolwentów - liderów sieci społecznych, animatorów (14K/6M) dobranych celowo z uwagi na potencjał, wyniki oraz umocowanie w podmiotach otoczenia społeczno-gospodarczego, z uwzględnieniem reprezentatywności sektorów: administracji publicznej, przedsiębiorstw (mikro, małych i średnich) oraz organizacji pozarządowych. Do ich zadań będzie należało podejmowanie działań wzmacniających, upowszechniających ofertę kształcenia poprzez wykorzystanie posiadanych zasobów, kontaktów społecznych oraz powiązań instytucjonalnych i osobowych;
- 8 pracowników administracyjnych (po 2 osoby z każdego wydziału) wytypowanych przez kierowników jednostek organizacyjnych, posiadających w zakresie obowiązków zadania powiązane z produktem finalnym projektu. Będą oni odbiorcami testowania struktury organizacyjnej, wspierającej funkcjonowanie platformy oraz opracowanych procedur organizacyjnych;
- 6 partnerów otoczenia uczelni (interesariuszy), tworzących wraz z 2 osobami z uczelni regionalną Radę Konsultacyjną. Partnerzy reprezentować będą sektory: administracji publicznej, biznesu oraz organizacji pozarządowych a także sektor B+R. Do zadań Rady będzie należała bieżąca, merytoryczna konsultacja działań Akademickiego Centrum Zarządzania Całozyciową Edukacją.

Przebieg testowania będzie obejmował i przebiegał wg następującej sekwencji działań:

a. wybór grupy docelowej użytkowników i odbiorców: 10-2013 / 01-2014

Testowanie rozpocznie się ustaleniem ostatecznej grupy docelowej użytkowników i odbiorców (w oparciu o kryteria opisane wyżej). Grupa docelowa zostanie wybrana przez powołaną do tego celu Komisję rekrutacyjną.



b. spotkania informacyjne dla 10 użytkowników testowania z uczelni : 10-2013 / 12-2013

celem spotkań informacyjnych jest przygotowanie użytkowników do przeprowadzenia testowania. Obejmować będą prezentację materiałów dydaktycznych, omówienie celu i zakresu testowania, omówienie koncepcji produktu finalnego: narzędzia informatycznego oraz zestawu procedur itp. Osobą odpowiedzialną za prawidłowy ich przebieg będzie specjalista ds. szkoleń zatrudniony w ramach projektu. Koordynator zadania przygotuje plan testów z opisem sposobu ich przeprowadzenia oraz zakresu. Plan wskaże warunki testowania, oczekiwane wyniki oraz kryteria, na podstawie których możliwa będzie ocena, czy test został zrealizowany pomyślnie.

c. testowanie produktu przez pracowników administracyjnych: 10-2013 / 01-2015

ten etap działań obejmie testowanie zestawu procedur organizacyjnych i funkcjonalności platformy informatycznej. Realizator przewiduje spotkania z ww. odbiorcami testowania min. raz na kwartał w celu zebrania opinii i uwag związanych z funkcjonowaniem testowanego modelu edukacyjnego. Każdorazowo spotkanie zakończone będzie sprawozdaniem.

d. testowanie produktu przez interesariuszy instytucjonalnych - odbiorców oferty edukacyjnej: 07-2014 / 07-2015

uczestnikami testowania będzie 30 podmiotów z regionu województwa łódzkiego, wśród których 60% stanowić będą przedstawiciele sektora biznesu, 30% - administracji publicznej, 10% - organizacji pozarządowych. Realizator przewiduje przeprowadzenie ewaluacji testowania w formie badania ankietowego.

e. powołanie i spotkania Rady Konsultacyjnej: 10-2013 / 01-2015

spotkania będą się odbywać minimum 2 razy w miesiącu. Dotyczyć będą testowania produktu, analizy możliwości jego korekty, rekomendacji co do skuteczności i efektywności proponowanego innowacyjnego produktu finalnego itp. Testowanie na tym etapie związane będzie z takimi procedurami/funkcjonalnościami jak: umieszczanie ofert pracodawców oraz niepublicznych instytucji edukacyjnych na platformie, selekcja zarejestrowanych użytkowników platformy na podstawie ich e-portfolia pod kątem określonych potrzeb pracodawców, umieszczanie ofert edukacyjnych przez niepubliczne instytucje edukacyjne, zarządzanie dedykowanymi funkcjonalnościami platformy przez pracowników instytucji współpracujących (ŁARR, WUP, Urząd Miasta, ŁSSE S.A. etc.). Każdorazowe spotkanie zakończone będzie sprawozdaniem, zawierającym ocenę testowanych elementów produktu oraz wskazówki do ewentualnych zmian

f. testowanie produktu przez studentów i absolwentów: 10-2013 / 01-2015

Ten etap działań będzie w początkowej fazie związany z opracowaniem materiałów dla odbiorców zadania. Po dokonaniu rekrutacji nastąpi zasadnicza część przedsięwzięcia poprzedzona instruktażem użytkownika. Testowanie będzie obejmowało liczne szkolenia związane zarówno z platformą informatyczną wspomagającą kształcenie i wymianę informacji, jak i zaplanowanymi procedurami. Będzie się ono odbywać z wykorzystaniem tradycyjnych metod kształcenia, jak i metod e-learningowych. Celem tego etapu testowania jest sprawdzenie cech wytworzonej innowacji w rzeczywistym środowisku. Osobą odpowiedzialną za prawidłowy przebieg szkoleń będzie specjalista ds. szkoleń, metodyk w zakresie kształcenia na odległość oraz informatyk. Przewiduje się przeznaczyć średnio 64 godz. na osobę szkoloną. Na tym etapie planuje się testowanie formuły doboru treści i pobudzania aktywnego kreowania potrzeb edukacyjnych. Szkolenia



odbywające się metodami tradycyjnymi, będą realizowane w grupach 10 osobowych. Planuje się szczegółową weryfikację wszystkich komponentów założonej innowacji, przez wszystkich odbiorców testowania (studentów/absolwentów). Na wyselekcjonowanych grupach przedstawicieli każdej z grup zostaną więc przetestowane procedury:

- rejestracja w bazie danych użytkowników platformy i budowanie e-portfolia;
- diagnoza potrzeb i wybór dalszej ścieżki kształcenia – pomoc coacha edukacji;
- przypisania zdiagnozowanych potrzeb do istniejącej oferty edukacyjnej instytucji publicznych i niepublicznych;
- określenia celów i ścieżki indywidualnej edukacji na najbliższe 3-5 lat.

Ponadto testowaniu poddane zostaną materiały informacyjne i promocyjne dotyczące kształcenia ustawicznego.

Wszelkie oceny, wrażenia i uwagi testujących będą utrwalane w kilku postaciach: bądź w postaci danych uzyskanych w wyniku kwestionariuszowych badań ewaluacyjnych (ankiety elektroniczne, audytoryjne, wywiady), bądź nagrań i dokonanych na ich podstawie transkrypcji. Dodatkowo projekt platformy przewiduje możliwość udzielania spontanicznych uwag i rekomendacji dla jej twórców na każdym etapie jej funkcjonowania, poprzez kontakt z administratorami serwisu oraz na forum dyskusyjnym. Ocena rozwiązań będzie w zależności od obszaru badawczego wiązała się z przedstawieniem jej na gradacyjnej skali, bądź w ujęciu jakościowym (0-1), które stawia raczej na rozstrzygnięcie, czy rozwiązanie jest dobre czy nie i związane jest z pozyskaniem uzasadnienia takiej oceny

g. testowanie produktu przez partnerów społecznych: 11-2013 / 12-2014

W ramach działania planuje się organizację 4 edycji targów edukacyjnych, których celem jest utrzymanie trwałego kontaktu z podmiotami społeczno-gospodarczymi w regionie, wzmacnianie więzi pomiędzy uczelnią a otoczeniem, wzmacnianie sieci społecznych z absolwentami itp. Zakłada się obecność ok. 300 uczestników podczas jednej edycji. Podczas każdej z edycji targów planuje się stałe spotkania eksperckie, podczas których omawiane będą poszczególne elementy produktu finalnego. Każdorazowe spotkanie zakończone będzie sprawozdaniem zawierającym ocenę poszczególnych elementów produktu oraz wskazówki do ewentualnych zmian.

Każdy z odbiorców testowania zostanie wyposażony w odpowiednio przygotowane materiały informacyjne. Będą nimi: szczegółowy opis zestawu procedur wraz z instrukcjami wykonania kolejnych zadań, opis funkcjonalności narzędzia informatycznego, treści szkoleń/kursów e-learningowych. Materiały dla odbiorców procesu testowania obejmą więc wszelkie wypracowane w projekcie treści, dedykowane konkretnym grupom testujących.

Ocena wyników testowania i wprowadzanie produktu finalnego odbędzie się przy pomocy ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej. Ewaluacja prowadzona będzie systematycznie przez cały okres realizacji projektu (on going). Podczas ewaluacji zastosowane zostaną kryteria:

- a. trafności (cele a potrzeby), co pozwoli ocenić stopień zgodności celów z potrzebami odbiorców oraz adekwatność tych celów do przyjętych we wniosku założeń,
- b. efektywności (nakłady a efekty), co pozwoli ocenić relację uzyskanych efektów do poniesionych nakładów (finansowych, czasowych, ludzkich),



- c. skuteczności (plan a wykonanie), co pozwoli ocenić stopień osiągnięcia założonych celów,
- d. użyteczności (efekty a potrzeby), co pozwoli ocenić, w jakim stopniu wypracowany produkt finalny jest zgodny z potrzebami użytkowników i odbiorców,
- e. trwałości (oddziaływanie projektu (produktu finalnego) po jego zakończeniu), co pozwoli ocenić stopień trwałości wypracowanych w projekcie rozwiązań.

W ramach testowania odbędą się cyklicznie organizowane spotkania z użytkownikami i odbiorcami, które umożliwią dyskusję nad testowanymi rozwiązaniami. Wskazany monitoring służyć będzie udoskonalaniu modelu 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 i odbiorców będą brane pod uwagę. Osobą weryfikującą prawidłowość testów oraz decyzyjną w kwestii wprowadzania korekt, będzie koordynator zadania.

Ocena wyników testowania i wprowadzanego produktu finalnego odbędzie się przy pomocy ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej. Celem ewaluacji zewnętrznej produktu będzie przede wszystkim udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy wypracowany produkt finalny jest lepszy, skuteczniejszy i bardziej efektywny kosztowo od stosowanych dotychczas podejść w kwestii rozwiązania problemu. Podczas prac w I etapie realizacji projektu dokonano weryfikacji okresu ewaluacji zewnętrznej. Zacznie się ona zaraz po zatwierdzeniu strategii wdrażania poprzez wybór ewaluatora zewnętrznego. Właściwe prace ewaluacyjne odbędą się w trakcie testowania i zaraz po jego zakończeniu. Ewaluator zacznie więc pracę znacznie wcześniej niż zakładano, gdyż już przed rozpoczęciem właściwego testu.



V. SPOSÓB SPRAWDZENIA CZY INNOWACJA DZIAŁA

Ewaluacja zewnętrzna produktu finalnego zostanie zlecona niezależnemu ewaluatorowi, który wyłoniony zostanie zgodnie z obowiązującymi zasadami w zakresie finansowania PO KL. Przy wyborze ewaluatora brane będzie pod przede wszystkim kryterium kompetencyjne tj. doświadczenie, potwierdzone referencjami.

Ewaluacja produktu finalnego będzie prowadzona etapami zgodnie z kolejnymi fazami testowania. Ewaluator produktu zostanie zaangażowany w prace koncepcyjne na etapie testowania (10-2014) będzie prowadził badanie w trakcie procesu testowania, a raport ewaluacyjny zawierający wnioski i rekomendacje zostanie przygotowany 03-2015. Przed rozpoczęciem testowania projektodawca doprecyzuje z ewaluatorem szczegółowy zakres zaplanowanej ewaluacji.

Ewaluacja produktu finalnego będzie prowadzona w odniesieniu do kryterium skuteczności, czyli oceny wpływu zastosowania produktu na niwelowanie zidentyfikowanych problemów oraz identyfikację bezpośrednich korzyści dla grup docelowych (użytkowników i odbiorców). Będzie miała charakter usprawniający i wskazujący kierunki ewentualnych zmian i modyfikacji zarówno w aspekcie merytorycznym jaki i technicznym wstępnej wersji produktu finalnego. Będzie miała wpływ na sposób wdrażania produktu innowacyjnego.

W celu uzyskania wiarygodnych wyników badania i zagwarantowania odpowiedniej rzetelności oceny uznano, że niezbędne jest połączenie w ewaluacji zewnętrznej różnorodnych rodzajów danych, metod badawczych tzn. zastosowanie triangulacji metodologicznej. Przewiduje się zastosowanie:

- f. triangulacji źródeł danych - analiza danych wtórnych pozyskanych w trakcie działań monitoringowych prowadzonych w kolejnych etapach testowania oraz danych pierwotnych zgromadzonych przez zewnętrznego badacza na zakończenie etapu testowania;
- g. triangulacji metod badawczych - zastosowanie łącznie różnych metod badawczych (ilościowych i jakościowych) po to, by wyeliminować ograniczenia każdej z nich.

Ewaluacja zewnętrzna produktu finalnego wykorzystywać będzie takie techniki badawcze, jak wywiady, ankietowanie oraz analizę dokumentacji - desk research.

Przygotowane kwestionariusze będą badały min. następujące wymiary: - opinię na temat funkcjonalności produktu i jego przyszłego zastosowania - określenie informacji mogących służyć użytkownikom do wykorzystania w osobistym rozwoju zawodowym.

Ewaluacja zewnętrzna zostanie przeprowadzona z uwzględnieniem następujących etapów:

- a. określenie zakresu ewaluacji;
- b. wybór kryteriów ewaluacyjnych;
- c. określenie pytań badawczych;
- d. identyfikacja źródeł danych: pierwotnych i wtórnych;
- e. wybór metod badawczych;
- f. opracowanie narzędzi badawczych;
- g. realizacja badania;



- h. sformułowanie wniosków i rekomendacji;
- i. prezentacja wyników badania: ewaluacja techniczna, merytoryczna i zewnętrzna produktu finalnego.

Raport z badania ewaluacyjnego będzie zawierał wnioski i rekomendacje co do skuteczności i efektywności proponowanego innowacyjnego produktu finalnego.

W procesie ewaluacyjnym, w celu uzyskania wiarygodnego, pełnego i wielowymiarowego wyniku testowania produktu finalnego zaangażowani zostaną również interesariusze projektu:

- a. eksperci, którzy ocenią produkt finalny i produkty pomocnicze pod kątem merytorycznym (poprawność zawartych treści, formy przekazu skierowane do określonych grup docelowych, itp.) - ewaluacja merytoryczna;
- b. odbiorcy pośredni, tj. osoby uczestniczące pośrednio w testowaniu: studenci, absolwenci, pracodawcy, pracownicy UŁ.

Ewaluacja projektu koncentrować się będzie na badaniu stopnia osiągnięcia założonych rezultatów projektu. Celem ewaluacji zewnętrznej będzie identyfikacja tzw. dobrych praktyk, ocena efektywności podjętych działań i ich rezultatów w stosunku do założonych celów projektu.



VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

Głównym celem działań upowszechniających jest poinformowanie szerokiego kręgu odbiorców z regionu łódzkiego, o wypracowywanym w ramach projektu produkcie, jakim jest ACCE i interaktywna platforma komunikacyjna umożliwiająca planowanie im całonizyciowej edukacji. Wypracowane narzędzie przyczyni się do poprawy efektywności diagnozowania ich potrzeb i planowania ich ścieżek kariery zawodowej, stwarzając podstawy dla samorozwoju. Projekt dostarczy studentom i absolwentom narzędzia o szerokim spectrum oddziaływania, wpływającego nie tylko na zmianę ich sposobu planowania karier zawodowych, ale także rozwijający u nich umiejętności samodzielnego diagnozowania swoich potrzeb, kreatywnego poszukiwania rozwiązań napotykanym problemom, umiejętności współpracy i komunikacji, a także planowania swojej dalszej edukacji. Skuteczność działań upowszechniających będzie wspierana poprzez monitorowanie oddziaływania testowanego produktu finalnego na grupy odbiorców i użytkowników w zakresie zrozumiałości umieszczonych treści, jasności przekazów, kompletności elementów platformy z zaplanowanymi procedurami. Osobą odpowiedzialną za upowszechnianie będzie Kierownik Projektu, jednakże jego działania będą w znacznym stopniu wspierane przez zespół ekspertów.

Podsumowując, podstawowym celem działań upowszechniających jest rozpropagowanie informacji o korzyściach płynących z używania wypracowanego modelu wśród wszystkich grup interesariuszy tj. poznanie zestawu procedur oraz platformy administrowanej przez ACCE, a w konsekwencji skłonienie ich do skorzystania i testowania przygotowanego narzędzia.

Planowane działania:

- h. przygotowanie publikacji w formie broszur i ulotek informujących o głównych założeniach i modelu funkcjonowania platformy;
- i. dystrybucja materiałów na terenie wydziałów;
- j. poinformowanie studentów i absolwentów w formie mailingu o możliwości rejestracji na platformie ze wskazaniem korzyści, które mogą otrzymać poprzez rejestrację (np. newsletter z wykazem kierunków studiów, informacje nt. krótkich kursów/szkożeń podnoszących umiejętności, możliwość skorzystania z pomocy coacha edukacji etc.). W mailingu zostaną wykorzystane bazy teleadresowe absolwentów oraz bazy USOS dla studentów;
- k. sympozja z przedstawicielami odbiorców instytucjonalnych – uczelnia, WUP, ŁARR + szefami działów HR największych firm zrzeszonych w klubie 500;
- l. spotkania z przedstawicielami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego i Urzędu Miasta Łodzi odpowiedzialnymi za kontakty z przedsiębiorcami, na których zaprezentowane zostaną możliwości i korzyści wynikające z korzystania z wypracowanego modelu;
- m. zaproszenie do rejestracji dla pracowników wszystkich podmiotów, z którymi zespół projektowy będzie nawiązywał kontakt;
- n. spotkania z przedstawicielami niepublicznych instytucji edukacyjnych, na których zaprezentowane zostaną możliwości i korzyści wynikające z korzystania z wypracowanego modelu;



- o. kontakty telefoniczne z interesariuszami celem ustalenia częstotliwości i formy aktualizacji ich ofert w ramach wypracowanego modelu, a także form współpracy w ramach ACZCE;
- p. debaty ekspertów poświęcone korzyściom z całościowej edukacji i prezentującym widzom, słuchaczom zalety wykorzystania nowej platformy komunikacyjnej ACZCE.



VII. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

Głównym celem działań włączających jest doprowadzenie do szerokiego upowszechnienia wiedzy w zakresie wykorzystania w praktyce i włączenia wypracowanego produktu w postaci interaktywnej platformy informatyczno-komunikacyjnej wraz z procedurami organizacyjnymi do głównego nurtu polityki na obszarze budowania relacji uczelni ze swoimi absolwentami oraz budowania sieci relacji z najważniejszymi interesariuszami z regionu, w tym głównie interesariuszami instytucjonalnymi, czyli pracodawcami, niepublicznymi instytucjami edukacyjnymi oraz instytucjami wsparcia.

Realizator projektu wyróżnia cztery główne grupy docelowe odbiorców zaprojektowanego rozwiązania:

q. eksperci

Ekspertsi zajmujący się obszarem edukacji ustawicznej oraz doradztwem zawodowym stanowią podstawę praktycznego wykorzystania wypracowanego narzędzia. Celem spotkań z ekspertami jest zapoznanie ich z funkcjonalnościami i korzyściami stosowania platformy komunikacyjnej oraz uzyskanie od nich uwag, komentarzy i sugestii, które umożliwiłyby dalsze doskonalenie narzędzia. Ponadto ważne jest zbudowanie pośród nich pozytywnego nastawienia do wyników projektów, związane ze stworzeniem produktu w pełni odpowiadającego oczekiwaniom użytkowników. Pozyskanie ich poparcia będzie ważnym czynnikiem w znacznym stopniu zwiększającym szansę upowszechnienia wykorzystania produktu.

r. decydenci

Drugą grupą ważną dla rozpowszechnienia wyników jest grupa decydentów, obejmująca zarówno przedstawicieli instytucji samorządowych (WUP, ŁARR, UMŁ, urzędy powiatowe i gminne). Przedstawiciele tych organizacji są również pracodawcami, którzy potencjalnie są również zainteresowani upowszechnianiem pośród swoich pracowników korzyści wynikających ze stworzonej platformy komunikacyjnej. Dodatkowo są organami dysponującymi finansami, które mogą zapewnić nakłady na finansowanie wyników projektu i platformy po zakończeniu jej finansowania z funduszy projektu.

s. przedstawiciele mediów

Przedstawiciele prasy, radia i telewizji jako grupa odbiorców ważna jest na dwu płaszczyznach. Pierwszej, związanej z ich rolą w upowszechnianiu wyników projektu w środkach masowego przekazu, co umożliwi dotarcie z informacją do przedstawicieli grup docelowych projektu, a poza tym umożliwi wykreowanie pozytywnego wizerunku efektów projektu. Po drugie, grupa ta będzie traktowana jako adresaci i potencjalni użytkownicy proponowanej platformy komunikacyjnej.

t. kadry uczelni

Obok ekspertów i decydentów to kadry uczelni będą stanowiły główny obszar związany z upowszechnieniem działań w ramach projektu. Proponujemy wydelegowanie przez każdy 4 wydziałów nauk społecznych po 5 przedstawicieli spośród pracowników administracyjnych oraz przedstawicieli komórek organizacyjnych uczelni zajmujących się szeroko pojętą karierą zawodową, którzy uczestniczyliby w seminariach związanych z wdrożeniem platformy komunikacyjnej i procedur wypracowanych w trakcie realizacji projektu.

Należy zaznaczyć, iż w ogromnej mierze o efektywności działań włączających decydują działania upowszechniające. Dlatego też beneficjent w ramach projektu opracował i stosuje kompleksowy, przemyślany



i logiczny dobór działań upowszechniających, połączony z kampanią informacyjną w mediach w okresie realizacji 2 etapu projektu, tj. wrzesień 2013 – lipiec 2015. Grupy odbiorców, ze względu na rodzaj i cel stosowanych działań, zostały określone w perspektywie 3 płaszczyzn działań:

a. bezpośrednie spotkania z grupami ekspertów i decydentami

Zaplanowano w sumie 10 spotkań z grupami ekspertów – każda grupa ma liczyć 5-8 osób. Drugą grupą ważną dla rozpowszechnienia wyników jest grupa decydentów. Główną formą upowszechnienia wyników będą debaty eksperci – decydenci. W naszym przekonaniu taka formuła pozwoli na wszechstronne i merytoryczne upowszechnienie wyników projektów. Zaplanowano 4 debaty z udziałem 8 osób – 4 ekspertów i 4 decydentów.

b. medialne upowszechnianie produktu projektu

W ramach tworzonych materiałów media relations zostanie przygotowany pakiet informacyjny dla dziennikarzy regionalnego ośrodka TVP oraz telewizji prywatnych, a także lokalnych i regionalnych rozgłośni radiowych. Ponadto zostaną oni zaproszeni na specjalne spotkania prezentujące funkcjonalności platformy oraz prowadzone działania w formie warsztatów dla studentów, uczących ich diagnozowania i planowania swoich ścieżek edukacji. Dziennikarzom zaproponuje się również zarejestrowanie się na platformie i skorzystanie z jej wszystkich funkcjonalności. W ramach współpracy z mediami przewiduje się także wykorzystanie mediów elektronicznych.

c. seminaria dla kadr uczelni

Obok ekspertów i decydentów to kadry uczelni będą stanowiły główny obszar związany z upowszechnieniem działań w ramach projektu.



VIII. KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU

Realizator określił siedem najważniejszych momentów – kamieni milowych, których osiągnięcie stanowić będzie zamknięcie najistotniejszych etapów wdrażania projektu. W oparciu o założony we wniosku o dofinansowanie harmonogram osiągnięcie kamieni milowych przewidziano na następujące terminy:

działanie	kalendarz
rozpoczęcie testowania	wrzesień 2013
uruchomienie platformy	październik 2013
wymiana i porównanie doświadczeń z partnerem zagranicznym	styczeń 2014
opracowanie finalnej wersji produktu	styczeń 2015
rozpoczęcie działań włączających do głównego nurtu polityki	luty 2015
podpisanie deklaracji o zainteresowaniu wdrożeniem modelu ACCE	czerwiec 2015
określenie modelu biznesowego portalu po zakończeniu projektu	wrzesień 2015



IX. ANALIZA RYZYKA

W realizowanym projekcie zdiagnozowano kilka potencjalnych obszarów wystąpienia ryzyka. Można je ująć przede wszystkim w aspekcie: technologicznym, społeczno-kulturowym, prawnym, rynkowym oraz finansowym. Należy podkreślić, że podstawowym zagrożeniem dla skutecznego działania innowacji jest mentalność grup zaangażowanych w realizację oraz wdrażanie wypracowanego w projekcie produktu. Z jednej strony dotyczy to absolwentów, którzy zaczynają czuć potrzebę tworzenia sieci społecznych przy uczelni dopiero po kilku/kilkunastu latach od ukończenia studiów. Motywatorem dla nich ma stać się możliwość wyboru innych form edukacji, polecanych przez członków sieci społecznej. Co istotne, model ten działa z powodzeniem przy dobrych uniwersytetach w Stanach Zjednoczonych. Z drugiej strony istotnym zagrożeniem jest inercja działań wielu uczelni we wdrażaniu zmian i zarządzaniu nimi. Widoczny z każdym rokiem wzrost świadomości decydentów umożliwił wprowadzenie krajowych ram kwalifikacyjnych, co poprawiło efektywność takich działań na szczeblu krajowym (Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego). Także uczelnie świadome są istniejącej konieczności uelastycznienia funkcjonowania uniwersytetu, jednakże proces dostosowania oferty dydaktycznej do potrzeb zmian na rynku pracy odbywa się niewystarczająco płynnie. Konsekwencją takiego działania jest niska ocena efektywności w funkcjonowaniu uczelni, wyrażana poprzez niewystarczające przygotowanie absolwentów do wykonywania wyuczonego zawodu.

Szczegółowo zidentyfikowane możliwe do wystąpienia zagrożenia w realizacji poszczególnych celów projektu zostały przedstawione w układzie tabelarycznym. W każdej z tabeli opisane zostało potencjalne zagrożenie, a następnie oszacowane (w skali 1-3 gdzie 1 oznacza małe a 3 wysokie): prawdopodobieństwo jego wystąpienia (PW), wpływ na realizację projektu (WR) oraz najważniejsze zagrożenia (NZ). W ostatniej kolumnie wskazano działania (SO) mające na celu ograniczenie najważniejszych zagrożeń (NZ) wyliczonych wg wzoru:

$$NZ = (PW \times WR) > 4.$$

a. ryzyko technologiczne

potencjalne zagrożenie	PW	WR	NZ	sposób ograniczenia
zmieniająca się technologia może uczynić platformę mało atrakcyjną	2	1	2	ciągłe monitorowanie trendów technologicznych i szybkie reagowanie na zmiany, stworzenie dodatkowego kanału informacyjnego dla urzędów mobilnych, opracowanie wersji mobilnej narzędzia informatycznego.
błędne działanie platformy w początkowym etapie dziania (etap wdrażania narzędzia na rynek)	3	2	6	monitorowanie treści pod kątem wprowadzanych ofert dotyczących całonocnej edukacji, monitorowanie aktywności użytkowników



				moderowanie wpisów na forum dyskusyjnym zapewniony serwis gwarancyjny
możliwość niesprawdzenia się firmy budującej platformę	1	2	2	wybór firmy z odpowiednimi referencjami, które potwierdzą rzetelność i doświadczenie
bezpieczeństwo narzędzia (ochrona danych)	1	1	2	umieszczenie platformy informatycznej na bezpiecznych serwerach (kilku) z odpowiednimi certyfikatami bezpieczeństwa procedury tworzenia kopii zapasowych w cyklach nie krótszych niż tygodniowe i przechowywanie tych kopii

b. ryzyko społeczno-kulturowe:

potencjalne zagrożenie	PW	WR	NZ	sposób ograniczenia
niechęć grup docelowych do rejestrowania się na platformie i udziału w sieciach społecznych	3	3	9	szeroko zakrojona akcja informacyjna działania promocyjne połączenie z serwisami społecznościowymi organizacja konferencji / sympozjów / seminariów / paneli dyskusyjnych nt. konieczności całościowej edukacji
trudności z pozyskaniem absolwentów do projektu i odpowiednim zaangażowaniem się w niego.	3	3	9	kryteria rekrutacji absolwentów premiujące liderów sieci społecznych, mających możliwie duży wpływ na swoje otoczenie społeczne zapewnienie finansowej motywacji dla absolwentów w fazie testowania oraz ich uczestnictwo w szeregu dodatkowych działań (np. wizytach studyjnych, warsztatach) zapewnienie możliwości partycypacyjnych absolwentów (wpływanie na działania projektu), realizacji idei empowermentu jako nieodłącznego elementu projektu szeroko zakrojona akcja promocyjna, w ramach której zostanie



				zorganizowana konferencja dotycząca konieczności całościowej edukacji
nieadekwatność wypracowanego modelu do oczekiwań otoczenia społeczno-gospodarczego uczelni	3	3	9	uczestnictwo przedstawicieli partnerów społecznych we wszystkich fazach projektu szerokie konsultacje społeczne zapewnienie możliwości partycypacyjnych absolwentów (wpływanie na działania projektu), realizacji idei empowermentu jako nieodłącznego elementu projektu
trudności wynikające z różnic kulturowych, mentalnościowych, komunikacyjnych, uwarunkowań organizacyjno-prawnych partnerów, wpływające negatywnie na podjętą współpracę oraz jej efekty	3	1	3	odpowiednio częsta komunikacja zapewnienie koordynacji naukowej ze strony partnera uczestnictwo w projekcie osób znających realia funkcjonowania partnera(ów)

c. ryzyko prawne:

potencjalne zagrożenie	PW	WR	NZ	sposób ograniczenia
prawne aspekty przetwarzania danych osobowych	2	1	2	uzyskanie zgody użytkowników na przetwarzanie danych osobowych w zakresie korzystania z funkcjonalności narzędzia audyt ochrony danych
niebezpieczeństwo naruszenia własności intelektualnej w treściach umieszczonych na platformie (plagiaty)	2	1	2	stała moderacja serwisu regulamin korzystania z platformy

d. ryzyko rynkowe:

potencjalne zagrożenie	PW	WR	NZ	sposób ograniczenia
pojawienie się na rynku konkurencyjnego (komercyjnego) produktu o podobnym działaniu	2	2	4	uzyskanie efektu skali w trakcie wdrażania produktu szeroko zakrojona akcja informacyjna i promocyjna pozyskanie realizatorów form edukacji przed oficjalną prezentacją produktu



brak zainteresowania uczelni, szkół i ośrodków szkoleniowych udziałem w projekcie	2	3	6	szeroko zakrojona akcja informacyjna działania promocyjne organizacja konferencji / sympozjów / seminariów / paneli dyskusyjnych nt. konieczności całościowej edukacji
niechęć uaktualniania danych przez szkoły	2	2	4	moderacja serwisu wysyłanie przypomnień o nieaktualnych informacjach w profilu usuwanie szkół niedbających o aktualność informacji
brak zainteresowania taką formą działań związany z możliwą nadpodażą cyfrowych form kształcenia ustawicznego	2	2	4	możliwie wczesne związanie uczestników z platformą wysoka atrakcyjność udostępnianych treści i przekazów multimedialnych dodatkowe funkcjonalności platformy opracowanie wersji mobilnej narzędzia informatycznego.

e. ryzyko finansowe:

potencjalne zagrożenie	PW	WR	NZ	sposób ograniczenia
finansowanie narzędzia po zakończeniu projektu	2	1	2	uzyskanie efektu skali przed zakończeniem projektu dalsze współfinansowanie narzędzia przez realizatorów form edukacji
brak środków na rozwój narzędzia	2	1	2	zawarcie w umowie o budowę narzędzia gwarancji rozwojowych narzędzia