

STRATEGIA WDRAŻANIA PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO *CASE SIMULATOR*

Nr umowy: POKL.06.01.01-22-166/10-00

Realizatorzy projektu:

Lider:

Uniwersytet Gdański

Partner krajowy:

Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza

Partner ponadnarodowy:

Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden

SOPOT 2012



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Realizatorzy projektu:

Uniwersytet Gdański

ul. Bażyńskiego 1a

80-952 Gdańsk

Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza

ul. Dyrekcyjna 7

80-852 Gdańsk

Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden

Friedrich-List Platz 1

01069 Dresden

Niemcy

Okres realizacji projektu: 01.09.2011-30.09.2013.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



SPIS TREŚCI

I.	UZASADNIENIE.....	4
II.	CEL WPROWADZENIA INNOWACJI.....	8
III.	OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO.....	9
IV.	PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO...	12
V.	SPOSÓB SPRAWDZENIA, CZY INNOWACJA DZIAŁA.....	15
VI.	STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA.....	16
VII.	STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI.....	21
VIII.	KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU.....	24
IX.	ANALIZA RYZYKA.....	24
	ZAŁĄCZNIKI.....	28



I. Uzasadnienie

Zaproponowane w ramach projektu *Case Simulator* innowacyjne produkty (symulacja i studia przypadku) odpowiadają na zaobserwowane problemy, które zostały zdefiniowane na etapie tworzenia wniosku, a przeprowadzone analizy w I etapie realizacji projektu potwierdziły ich występowanie.

Według danych Wojewódzkiego Urzędu Pracy (WUP) w Gdańsku w lutym 2012 r. w województwie pomorskim wśród ogólnej liczby zarejestrowanych bezrobotnych, która wynosiła 117.095 osób, 25.769 stanowiły osoby do 25 roku życia. Ponad 5% z nich posiadało dyplom ukończenia szkoły wyższej. Wg danych GUS na koniec IV kwartału 2011 r. liczba bezrobotnych posiadających wyższe wykształcenie wynosiła w woj. pomorskim 10.229 osób. Zatrudnienie osób w wieku 20-24 lat, które już ukończyły edukację szkolną wynosi w Polsce jedynie 46%, o 30 punktów proc. mniej niż przeciętnie w krajach EU-27.

Według innych badań (M. Kijowska, *Rynek pracy a system edukacji w Polsce*, 2011) ponad 80% ankietowanych uznało, że sytuacja młodych ludzi na rynku pracy jest zła. Z kolei badanie przeprowadzone przez Fundację Initium (*Jak wspierać rozwój przedsiębiorczości? Badanie mechanizmów wsparcia rozwoju przedsiębiorczości w Polsce oraz rekomendacje ich zmian*, 2011) pokazuje, że **78% studentów deklaruje, że chciałoby założyć własną firmę**. Przed realizacją marzeń powstrzymują ich: niedobór kapitału, wysokie ryzyko, codzienna biurokracja i brak doświadczenia.

Wysoki odsetek bezrobotnych związany jest z dominującym w świadomości społecznej podejściem do problemu prowadzenia kariery zawodowej nakazującym podjęcie przez młodych ludzi pracy na etacie. Tym samym zatrudnienie „u” przedsiębiorcy staje się czymś naturalnym, co wpływa na zmniejszenie podejmowania inicjatyw przedsiębiorczych oraz zakładania własnych działalności gospodarczych.

Problem do rozwiązania (w rozumieniu strategicznym):

Uczenie przedsiębiorczości nadmiernie skupia się na przekazywaniu teorii dotyczącej zakładania i prowadzenia przedsiębiorstw i w niewielkim stopniu przyczynia się do budowania postaw przedsiębiorczych, nie zachęca do otwierania własnej działalności gospodarczej, tym samym odnalezienia się na rynku pracy w roli pracodawcy, a nie pracownika.

Rozwiązanie:

Wprowadzenie innowacyjnych metod nauczania przy wykorzystaniu studiów przypadku (*case studies*) i symulacji biznesowych przedstawiających funkcjonowanie firmy na docelowym rynku, rozwiązywanie rzeczywistych problemów, jakim muszą sprostać przedsiębiorstwa funkcjonujące w danym regionie, wieloaspektowa analiza gospodarki rynkowej, czyli praktyczne wykorzystanie dotychczas zdobytej wiedzy. Tym samym wykształcenie umiejętności generowania pomysłów, identyfikacji zagrożeń i zakorzenienia wiary w siebie będzie wpływać na rozwój postawy przedsiębiorczej oraz zachęcało do podejmowania działalności gospodarczej.

Problem do rozwiązania (ujęcie operacyjne):

Zajęcia z zakresu przedsiębiorczości prowadzone w trakcie trwania nauki na uczelni wyższej mają w małym stopniu charakter praktyczny i nie zachęcają do otwierania działalności gospodarczej. Dodatkowo zajęcia te realizowane są przede wszystkim na kierunkach związanych z ekonomią, zarządzaniem i turystyką. Studenci pozostałych kierunków nie mają



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



zajęć z tego zakresu (badanie *Regionalne badanie studentów ostatnich lat studiów w województwie pomorskim* zrealizowane w 2010 r. przez Pentor Research International Poznań).

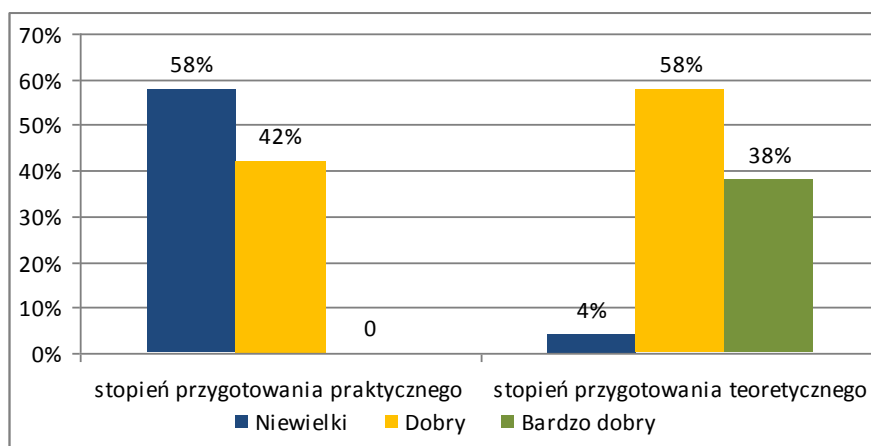
Rozwiązanie:

Wprowadzenie komputerowych symulacji biznesowych pozwoliłoby na sprowadzenie roli nauczyciela do funkcji doradczej (mentorskiej) i pozostawienie studentom swobody dotyczącej podejmowania decyzji. Przeszkolenie pracowników różnych wydziałów i udostępnienie im gotowych innowacyjnych narzędzi dydaktycznych (studia przypadku i symulacja) pozwoliłoby na łatwiejszą realizację przedmiotów z zakresu przedsiębiorczości na wielu wydziałach.

Przeprowadzone w ramach I etapu projektu badania (**badania studentów oraz przedsiębiorców metodą wywiadów pogłębionych**) miały na celu identyfikację poziomu szeroko rozumianego przygotowania do podjęcia przyszłej pracy zawodowej oraz możliwości rozwoju umiejętności wpisujących się w nurt przedsiębiorczości. Celem tego badania było również angażowanie tych grup w proces tworzenia innowacyjnego rozwiązania oraz lepsze poznanie przyszłych użytkowników innowacyjnych rozwiązań. Przeprowadzone wywiady pozwoliły na sformułowanie następujących wniosków:

1. Zdecydowana większość studentów badanych metodą wywiadu pogłębionego deklarowała chęć uzupełnienia wiedzy oraz rozszerzenia umiejętności z zakresu nauk ekonomicznych, a zwłaszcza przedsiębiorczości.
2. Studenci w większości przypadków wskazywali, iż studia wyższe nie przygotowują do samodzielnego działania, a jako główny powód wskazywali **zbyt małą liczbę zajęć praktycznych**, nadmierną ilość teorii w programie nauczania, nieadekwatne użycie wiedzy teoretycznej oraz brak umiejętności wykorzystania jej w realiach panujących warunków rynkowych.
3. Aż 79% studentów, z którymi przeprowadzono wywiady pogłębione, uważało, że studia nie wspierają samodzielności. Mimo że aż 92% osób wskazało, że studia dobrze przygotowują do pracy w zespole, to już tylko 42%, że właściwie uczą, jak samodzielnie podejmować decyzje. 58% osób uznało, że brak tego przygotowania wynika z niewielu okazji do ćwiczenia podejmowania decyzji menedżerskich na studiach, braku wiedzy oraz doświadczenia. Jest to skutkiem, w ich opinii, dotychczasowej niewystarczającej ilości ćwiczeń praktycznych, z którymi musieliby się zmierzyć podczas trwania nauki. Studenci twierdzili również, że ta umiejętność rozwija się dopiero podczas pracy zawodowej, natomiast uczelnie do tego nie przygotowują.
4. Wniosek ten ma swoje przełożenie na stosunek studentów do praktyk w trakcie trwania studiów. Zdecydowana większość badanych opowiedziała się za odbyciem jak największej liczby godzin praktyk i staży. W opinii studentów umożliwiają one zdobycie doświadczenia, poszerzenie oraz wykorzystanie dotychczas zdobytej wiedzy w danej dziedzinie, a tym samym większe szanse na rynku pracy.
5. Jednocześnie **67% osób, z którymi przeprowadzono wywiady pogłębione, wskazało na chęć założenia własnej działalności w przyszłości**. Jest to odsetek podobny do odsetka osób łączących pracę ze studiami. Ta zbieżność potwierdzona jest również badaniem determinant zakładania własnej działalności, gdzie najczęściej wskazań przypadało na odpowiedź „własne doświadczenia” (42% odpowiedzi), a zaledwie 21% wskazało „studia”. Samodzielne działanie w zakresie zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej jest obszarem, który pozostaje w opinii studentów czymś trudnym, nieznanym, z czym nie mają do czynienia podczas studiów.
6. Studenci zdecydowanie lepiej oceniali przygotowanie teoretyczne do pracy zawodowej niż praktyczne.





Samoocena stopnia przygotowania podczas studiów do pracy zawodowej
 Źródło: Wyniki badań studentów w ramach Projektu *Case Simulator*.

Wywiady pogłębione zostały przeprowadzone wśród studentów ostatniego roku studiów licencjackich i magisterskich Uniwersytetu Gdańskiego. Osoby biorące udział w badaniu były studentami następujących wydziałów: Ekonomicznego, Filologicznego, Historycznego, Nauk Społecznych, Prawa i Administracji oraz Zarządzania.

Równolegle w wywiadach pogłębionych wzięło udział 24 przedstawiciele przedsiębiorstw województwa pomorskiego (z obszaru Trójmiasta oraz mniejszych miejscowości i terenów wiejskich), reprezentujących różne branże.

1. Przedsiębiorcy w większości przypadków wskazywali, iż studia wyższe nie przygotowują do samodzielnego działania (79%), co pokrywało się ze wskazaniem studentów.
2. Zdecydowana większość badanych przedsiębiorców opowiedziała się za chęcią przyjmowania studentów na praktyki (79%), jednocześnie uznając ilość obowiązkowych praktyk prowadzonych w trakcie trwania studiów za niewystarczającą (88%). Ponadto 100% osób akceptowało łączenie studiów z pracą. Jednocześnie 80% przedsiębiorców uznało, że studia nie przygotowują do odpowiedzialności za własną pracę.



Co można zmienić w ofercie uczelni, aby lepiej przygotowywały studentów do podejmowanej pracy?

Źródło: Wyniki badań przedsiębiorców w ramach Projektu *Case Simulator*.

4. Przedsiębiorcy zdecydowanie lepiej oceniali przygotowanie teoretyczne do pracy zawodowej niż praktyczne. Pod względem teoretycznym 71% przedsiębiorców uznaje przygotowanie do pracy zawodowej za dobre, ale aż 59% uznało absolwentów za „w niewielkim stopniu przygotowanych do pracy zawodowej pod względem praktycznym”, a tylko 29% za dobrze przygotowanych.

5. Przedsiębiorcy wskazali również w wywiadach, jakie zagadnienia sprawiają studentom najwięcej trudności. Przeważały tu następujące grupy kompetencji: organizacja własnej pracy, samodzielne podejmowanie decyzji (87% uznało, że absolwenci mają problem z samodzielnym podejmowaniem decyzji), umiejętności sprzedażowe oraz praktyczne wykorzystanie posiadanej wiedzy. Jednakże 67% osób wskazało, że studia dobrze przygotowują do pracy w zespole, a jednocześnie absolwentów często cechuje zapał, motywacja i zaangażowanie. Zwrócono uwagę na brak nastawienia uczelni na kształcenie zdolności i umiejętności miękkich.

Dodatkowo w ramach projektu przeprowadzone zostały także **badania literaturowe** dotyczące m.in. użytkowania symulacji w nauczaniu przedsiębiorczości. Zarówno badania literaturowe (ich wyniki zawarte są w raporcie *Symulacje menedżerskie i studia przypadków. Szkolenia biznesowe w oparciu o symulacje menadżerskie i studia przypadków – najlepsze praktyki*), jak też spotkanie z kierownikiem Zakładu Symulacyjnych Gier Decyzyjnych Akademii Koźmińskiego doprowadziły do wniosku, że w Polsce nie ma dostępnych symulacji, które byłyby osadzone w realiach polskich oraz byłyby adresowane do osób, które niekoniecznie muszą posiadać zaawansowaną wiedzę z zakresu zarządzania, finansów itp. Z kolei, jak pokazują badania (M. Moszoro, *Analiza problemów biznesowych*, Warszawa 2010) metoda studiów przypadku jest w Polsce wciąż słabo wykorzystywana. Zakłada ona bezpośrednie zaangażowanie studenta w rozwiązywanie realnego problemu. W konsekwencji tak prowadzonych zajęć student w praktyczny sposób ćwiczy swoją decyzyjność, szerokie postrzeganie problemu, zdolności analityczne, współpracę w grupie, ale przede wszystkim indywidualne zdolności składające się na własną przedsiębiorczość.

Przeprowadzona przez zespół realizujący projekt **analiza ofert dydaktycznych uczelni wyższych** potwierdziła również przypuszczenia, że większość przedmiotów dotyczących przedsiębiorczości oferowanych jest na tzw. kierunkach biznesowych oraz na uczelniach niepublicznych. Tym samym dla studentów z kierunków technicznych, *life-science* oraz humanistycznych dostęp do tego typu umiejętności jest ograniczony. Taka sytuacja z jednej strony zamyka tym studentom wiele dróg zawodowych, a z drugiej stanowi również poważną barierę w rozwoju własnej przedsiębiorczości.

Tezę, która znalazła się we wniosku i po pierwszym etapie została podtrzymana jest stwierdzenie, że bezrobocie wśród osób młodych powinno być niwelowane nie poprzez wzrost umiejętności znalezienia pracy „u kogoś”, lecz musi być rozwijany proces kreowania wśród młodych wiary we własne siły i budowanie postaw innowacyjnych, w tym zwłaszcza radzenie sobie z bezrobociem poprzez zakładanie własnej działalności gospodarczej. Nie można rozwinąć takich cech ograniczając edukację jedynie do lektur książek, ale trzeba kształtować umiejętności praktyczne w rozwiązywaniu problemów poprzez samodzielne zmierzenie się z nimi, np. dzięki odpowiednio zaprojektowanym symulacjom biznesowym i studiom przypadku.

NEGATYWNY SCENARIUSZ

W przypadku braku realizacji zgłoszonego projektu będzie miała miejsce dalsza stagnacja zarówno w przypadku działania uczelni, jak też zamykania szans rozwojowych dla jej studentów oraz pracowników.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Studenci większości kierunków nie otrzymają możliwości poznania praktycznych aspektów prowadzenia biznesu. Tym samym nadal spora część z nich będzie obawiać się prowadzenia własnej działalności gospodarczej i istnieje ryzyko, że powiększy zasób osób bezrobotnych.

Pośrednio niekontynuowanie projektu skutkować będzie niewykształceniem grupy nauczycieli akademickich, różnych specjalności, którzy poznaliby dogłębniej kwestię specyfiki nauczania przedsiębiorczości i mogliby potem na swoich wydziałach pełnić funkcję „latarników”, którzy przekazują przez następne lata wiedzę i umiejętności z zakresu prowadzenia własnego biznesu. Dodatkowo nie można wykluczyć, że w przypadku tych nauczycieli również udział w programie mógłby doprowadzić do zachęcenia ich do rozwijania tzw. przedsiębiorczości akademickiej i przyczynić się np. do zakładania działalności gospodarczych bazujących na badaniach naukowych realizowanych na uczelni (spółki *spin-off*).

II. Cel wprowadzenia innowacji

Celem ogólnym projektu (wpisanym we wniosku projektowym) jest zwiększenie (do końca okresu trwania projektu) umiejętności „budowania postaw przedsiębiorczych” wśród studentów ostatniego roku studiów, co przełoży się na poprawę ich pozycji na rynku pracy, także jako potencjalnych pracodawców.

Cel ogólny zostanie osiągnięty poprzez realizację celów szczegółowych, odnoszących się bezpośrednio do zdefiniowanej grupy docelowej. Należy do nich zaliczyć: zwiększenie umiejętności generowania pomysłów (spontaniczna innowacyjność), radzenia sobie z rzeczywistymi problemami gospodarczymi oraz zakorzenienie wiary w siebie. Jednocześnie nastąpi poprawa jakości środków dydaktycznych (zarówno w zakresie formy, jak i treści), co przełoży się na wzrost kompetencji wykładowców prowadzących zajęcia z zakresu przedsiębiorczości i większe zainteresowanie studentów tymi zajęciami.

Powyższe cele, które pojawiły się na etapie składania wniosku – pozostają nadal aktualne.

WERYFIKACJA

Cele projektu	Wskaźniki i ich wartości docelowe	Źródło weryfikacji – sposoby pomiaru
Cel główny – zwiększenie umiejętności „budowania postaw przedsiębiorczych” wśród studentów ostatniego roku (odbiorców).	Wskaźnik 1: Liczba odbiorców w fazie testowania. Wartość docelowa: 165 odbiorców.	Listy obecności. Deklaracje udziału w projekcie Baza PEFS.
	Wskaźnik 2: Przyrost wiedzy w zakresie związanym z podstawami przedsiębiorczości. Wartość docelowa: Wzrost poziomu wiedzy przeciętnie o 50%.	Testy wiedzy przed rozpoczęciem udziału w projekcie (pre-testy) i na koniec projektu (post-testy).
	Wskaźnik 3: Nabycie przez uczestników projektu kompetencji przedsiębiorczych. Wartości docelowe: Badanie deklaracji uczestników projektu – deklarowana w ramach samooceny zmiana (przyrost) kompetencji przedsiębiorczych średnio co najmniej o 30%.	Badania ankietowe na początku (pre-testy) i końcu (post-testy) realizacji zajęć opartych na symulacjach biznesowych i studiach przypadków. Wykorzystanie zmodyfikowanej 7-stopniowej skali Likerta. Skala złożona z wielu pytań, testy rzetelności i trafności skali.

	Wyniki uzyskane podczas konkursu przedsiębiorczości – uzyskanie przez odbiorców projektu biorących udział w jego testowaniu rezultatów średnio o 25% lepszych aniżeli w przypadku grupy kontrolnej (niebiorącej udziału w projekcie), która weźmie udział w konkursie.	Wyniki uzyskane przez uczestników konkursu przedsiębiorczości (na ich bazie powstanie raport <i>Efektywność innowacyjnych narzędzi dydaktycznych</i>).
Cel szczegółowy 1 – zwiększenie umiejętności generowania pomysłów przez odbiorców projektu.	Wskaźnik 4: Wzrost umiejętności generowania pomysłów. Wartość docelowa: Deklaracje uczestników projektu – deklarowana w ramach samooceny zmiana (wzrost) w zakresie umiejętności generowania pomysłów średnio o co najmniej o 25%.	Badania ankietowe na początku (pre-testy) i końcu (post-testy) realizacji zajęć opartych na symulacjach biznesowych i studiach przypadków. Wykorzystanie zmodyfikowanej 7-stopniowej skali Likerta. Skala złożona z wielu pytań, testy rzetelności i trafności skali.
Cel szczegółowy 2 – radzenie sobie z rzeczywistymi problemami gospodarczymi przez odbiorców projektu.	Wskaźnik 5: Wzrost umiejętności radzenia sobie z rzeczywistymi problemami gospodarczymi. Wartość docelowa: Deklaracje uczestników projektu – deklarowana w ramach samooceny zmiana (wzrost) w zakresie radzenia sobie z problemami gospodarczymi średnio o co najmniej o 30%.	Badania ankietowe na początku (pre-testy) i końcu (post-testy) realizacji zajęć opartych na symulacjach biznesowych i studiach przypadków. Wykorzystanie zmodyfikowanej 7-stopniowej skali Likerta. Skala złożona z wielu pytań, testy rzetelności i trafności skali.
Cel szczegółowy 3 – zakorzenienie wiary w siebie u odbiorców projektu.	Wskaźnik 6: Wzrost wiary w siebie i własne siły. Wartość docelowa: Deklaracje uczestników projektu (odbiorców) – deklarowana w ramach samooceny zmiana (wzrost) wiary w siebie i własne siły średnio o co najmniej 25%.	Badania ankietowe na początku (pre-testy) i końcu (post-testy) realizacji zajęć opartych na symulacjach biznesowych i studiach przypadków. Wykorzystanie zmodyfikowanej 7-stopniowej skali Likerta. Skala złożona z wielu pytań, testy rzetelności i trafności skali.
Cel szczegółowy 4 – poprawa jakości środków dydaktycznych stosowanych na uczelniach wyższych.	Wskaźnik 7: Włączenie wypracowanych produktów do oferty dydaktycznej. Wartość docelowa: deklaracje 6 wydziałów dotyczące włączenia produktów projektu do procesu dydaktycznego na poszczególnych.	Deklaracje przedstawicieli wydziałów uczelni wyższych.
Cel szczegółowy 5 – wzrost kompetencji wykładowców prowadzących zajęcia z zakresu przedsiębiorczości.	Wskaźnik 8: Wzrost kompetencji wykładowców. Wartość docelowa: Deklaracje użytkowników projektu – deklarowana w ramach samooceny zmiana (wzrost) postrzeganych kompetencji własnych odnoszących się do skutecznego transferu wiedzy i umiejętności z zakresu przedsiębiorczości o co najmniej 20%.	Badania ankietowe na początku (przed rozpoczęciem szkoleń i zajęć) i końcu realizacji zajęć opartych na symulacjach biznesowych i studiach przypadków. Wykorzystanie zmodyfikowanej 7-stopniowej skali Likerta. Skala złożona z wielu pytań, testy rzetelności i trafności skali.
Cel szczegółowy 6 – większe zainteresowanie studentów zajęciami z zakresu przedsiębiorczości.	Wskaźnik 9: Wzrost zainteresowania potencjalnymi zajęciami z zakresu przedsiębiorczości lub organizowania i prowadzenia biznesu. Wartość docelowa: Deklaracje uczestników projektu oraz osób grupy kontrolnej: zainteresowania potencjalnymi zajęciami z zakresu przedsiębiorczości, organizowania i prowadzenia biznesu wyższe u odbiorców projektu o co najmniej 20%.	Badanie porównawcze pomiędzy odbiorcami projektu (osoby biorące udział w fazie testowania) oraz osobami z grupy kontrolnej – po konkursie przedsiębiorczości.

III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

Przedmiotem projektu jest wprowadzenie innowacyjnych metod nauczania przy wykorzystaniu studiów przypadku (*case studies*) oraz symulacji biznesowych, które przedstawiają przybliżony do rzeczywistości obraz funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku.

Produktem finalnym jest zatem:

- nowa zaawansowana symulacja biznesowa,
- 10 nowych studiów przypadku (*case studies*), możliwych do wykorzystania podczas zajęć przez wykładowców.

Powyższe produkty wpisują się w wymiar innowacyjności dotyczący wypracowania nowych metod działania, nowych instrumentów i narzędzi dydaktycznych, niestosowanych dotychczas w Polsce, ale wykorzystywanych przez partnera niemieckiego uczestniczącego w Projekcie. Oba produkty finalne przygotowane są w oparciu o realia polskie, a w szczególności realia województwa pomorskiego.

Symulacja biznesowa oparta jest na rozwiązaniach i doświadczeniach partnera ponadnarodowego. Jest to innowacyjne narzędzie treningowe, dla którego budowy wstępnym etapem była realizacja wywiadów pogłębionych z przedsiębiorcami oraz studentami. Wyniki badań wraz z wynikami wizyty studyjnej w Niemczech pozwoliły na dokonanie wyboru w kategorii „produkt-usługa” oraz w kategorii „branża”, których dotyczyć będzie symulacja. Ze względu na specyfikę polskiego rynku oraz możliwości finansowe absolwentów uczelni grę symulacyjną oraz studia przypadku utworzono dla branży usługowej, która nie wymaga tak dużych nakładów finansowych, jak branża produkcyjna. Jednocześnie, ze względu na atrakcyjność i potencjalną znajomość specyfiki usług przez studentów (z punktu widzenia klienta) wybrano usługi typu fitness, a więc założenie i prowadzenie klubu oferującego takie właśnie usługi.

W ramach tworzenia symulacji biznesowej zbudowano również model postępowania nabywcy w celu wskazania podstawowych determinant kierujących jego zachowaniem oraz model przedsiębiorstwa uwzględniającego tworzenie przez nie wartości dodanej na rynku. Model uwzględnia kompleksowość procesów decyzyjnych, w tym problemy wynikające z takich obszarów jak otoczenie makro- i mikroekonomiczne, zarządzanie, finanse, marketing, zarządzanie zasobami ludzkimi i sprzedaż. Na podstawie modeli zbudowano algorytmy podejmowania decyzji. Następnie dokonano implementacji opracowanych w ten sposób modeli w środowisko internetowe, umożliwiając zdalny dostęp do oprogramowania specjalnie przygotowanego pod kątem wyżej określonych potrzeb. Do symulacji będzie dołączony film instruktażowy, zawierający wskazówki, na co zwrócić uwagę przy prowadzeniu realnego biznesu. Film ten wyjaśniać będzie m.in. zasady skutecznego marketingu czy oddziaływanie stóp procentowych (w tym przypadku włączony został wywiad z niekwestionowanym autorytetem, doradcą premiera RP oraz byłym członkiem Rady Polityki Pieniężnej, prof. Dariuszem Filarem).

Rozwiązywanie rzeczywistych problemów, jakim muszą w sposób ciągły sprostać przedsiębiorstwa oraz wieloaspektowa analiza gospodarki rynkowej pozwoli studentom na praktyczne wykorzystanie dotychczas zdobytej wiedzy. Istotnym elementem tak prowadzonego cyklu nauczania jest kształcenie umiejętności generowania pomysłów, identyfikacji zagrożeń oraz wspierania lub budowania wiary we własne siły. Są to niezbędne elementy postaw przedsiębiorczych, których budowanie będzie wpływało na podejmowanie w przyszłości działalności gospodarczej przez studentów.

Proces decyzyjny bazuje na podejmowaniu odpowiednich kroków w zdefiniowanych okresach, stąd też oba produkty finalne zakładają rozwój firmy w cyklu 5-8 letnim. Decyzje menedżerskie uwzględniają nie tylko dane finansowe wynikające z zakończenia okresu rozrachunkowego w danej firmie, ale również predykcje i scenariusze rozwoju sytuacji wskutek zmian danych makroekonomicznych, takich jak PKB, inflacja, średni poziom zarobków czy bezrobocie.

W celu umożliwienia pogłębionej analizy problemów dotyczących analizy rynku, postępowania nabywców i kwestii finansowych przygotowanych zostało **10 studiów przypadku**. Wszystkie one zostały konsekwentnie osadzone w rzeczywistości rynku województwa pomorskiego, co



dotyczyło kategorii popytu, podaży, cen, jak również elementów pozacenowych. Tematyka została przygotowana w ścisłej relacji z symulacją biznesową. Studia przypadku objęły zatem problematykę wstępnych decyzji strategicznych przy zakładaniu firmy, poszukiwania kapitału na rozpoczęcie działalności, znaczenia kapitału własnego, wyboru metod finansowania, projekcji przepływów finansowych, kształtowania marki, strategii promocji, planowania zatrudnienia, polityki personalnej, negocjacji czy oceny warunków zewnętrznych.

Ze względu na grupy docelowych użytkowników i odbiorców dwóch produktów finalnych, którymi z założenia są osoby głównie z kierunków nieekonomicznych, w trakcie opracowania studiów przypadku zdecydowano o rozszerzeniu ich treści o indeksy najważniejszych haseł ekonomicznych, dołączonych do każdego studium przypadku, jak również o podstawowe zasady rządzące analizami typu SWOT oraz PEST. Ponadto, w toku działań zdecydowano, że na potrzeby szkolenia opracowany będzie przewodnik zawierający specjalne ujęcie odpowiedzi do pytań problemowych (tzw. *teaching notes*), co wspomagać ma działania prowadzących zajęcia, stanowiąc wartość dodaną w stosunku do pierwotnych założeń.

Jest to o tyle istotne, że z jednej strony wzorowano się na strukturze studiów przypadku w oparciu o najlepsze wzorce światowe, takie jak studia przypadku amerykańskiej Harvard Business School, brytyjskiego Cambridge University czy hiszpańskiej IESE Business School, a z drugiej strony budowano produkty uwzględniając potrzeby polskich uczelni i środowisko biznesowe polskich przedsiębiorstw. Rynek polski oznacza również innego klienta, co ma znaczenie dla symulacji biznesu.

Ważnym aspektem pracy podczas symulacji komputerowej oraz *case studies* jest uwzględnianie różnic międzykulturowych wynikających z odmiennego nastawienia do rozwiązywania problemów. Problem ten będzie szczególnie istotny w przypadku implementacji symulacji biznesowej i *case studies* na kierunkach, po których absolwenci będą pracować w środowisku międzynarodowym. Ponadto, podobnie jak w biznesie, uczestnicy opracowujący odpowiedzi na pytania i problemy strategiczne, muszą mieć świadomość odpowiedzialności za swoje decyzje. Dokładniej rzecz biorąc, odpowiedzialność ta jest dokładnie zdefiniowana, gdyż powinno się określić, kto w grupie odpowiada za podejmowanie decyzji i kto odpowiada za popełnione błędy. **Kwestia nacisku na odpowiedzialność w miejsce asertywności była podnoszona przez przedsiębiorców w wywiadach pogłębionych w kontekście oczekiwań wobec absolwentów studiów wyższych.**

Współcześnie funkcjonujące firmy powinny brać pod uwagę w swoim działaniu potrzebę postępowania w sposób ekologiczny i innowacyjny, co implikuje zdefiniowaną w produktach finalnych strategię rynkową oraz specyficzne podejście do kwestii wartości rynkowej, satysfakcji klienta oraz technologii.

Zajęcia na wyższych uczelniach mają w większości charakter teoretyczny i nie zachęcają do podejmowania działalności gospodarczej. Dodatkowo, zajęcia związane z przedsiębiorczością prowadzone są w większości na takich kierunkach studiów, jak ekonomia, zarządzanie, bądź turystyka. W zasadzie brak takich zajęć w ofercie innych kierunków. Wprowadzenie komputerowych symulacji biznesowych umożliwiłoby nauczycielom prowadzenie zajęć w roli mentora, wspierającego proces podejmowania decyzji przez studentów. Metoda studium przypadku zakłada bezpośrednie zaangażowanie studentów w rozwiązywanie realnego problemu. Efektem tak prowadzonych zajęć jest kształcenie przedsiębiorczych zdolności i umiejętności miękkich, w tym decyzyjności, szerokiego postrzegania problemu, współpracy w grupie, ale również zdolności analitycznych. Współcześnie rynek pracy wymaga umiejętności elastycznego reagowania, a dla absolwentów studiów może być to również szansa na kształcenie umiejętności komercjalizacji badań, podobnie jak ma to miejsce w uczelniach zachodnich, w których od dawna zwraca się uwagę na nauczanie przedsiębiorczości.



Grupy docelowe

Grupami docelowymi zaproponowanych produktów będą zarówno nauczyciele uniwersyteccy (jako użytkownicy) oraz przede wszystkim studenci ostatnich lat studiów (jako odbiorcy) uczelni pomorskich (choć możliwe jest użycie produktów projektu również poza woj. pomorskim).

Warunki

Możliwość właściwego działania innowacji będzie możliwa do oceniania po zakończeniu fazy testów. Jednak na tym etapie wydaje się, że głównym czynnikiem warunkującym efektywne wykorzystanie zaproponowanej innowacji jest przekonanie pracowników naukowych oraz władz uczelni pomorskich do przydatności włączenia elementów przedsiębiorczości (nauczanych za pomocą symulacji i studiów przypadków) do programu studiów. Aby było to możliwe, konieczne jest przeszkolenie nauczycieli, którzy mają zostać mentorami – „latarnikami”. Przeszkolenie takie zapewnione może być przez Wnioskodawcę.

Efekty innowacji

Efektem innowacji ma być zwiększona skłonność studentów (jak też pracowników naukowych) do prowadzenia własnej działalności gospodarczej i tworzenia nowych miejsc pracy. Efektem powinna być również modyfikacja programów studiów i silniejsze włączenie do ich treści elementów z zakresu przedsiębiorczości (przede wszystkim na kierunkach nieekonomicznych).

Proponowane rozwiązanie wyróżnia się od dostępnych na rynku kilkoma czynnikami:

- uwzględnieniem w symulacji i studiach przypadku polskich (regionalnych) uwarunkowań,
- skupieniem się w procesie dydaktycznym na praktyce biznesowej i realiach gospodarczych,
- bardzo niską barierą korzystania z zaproponowanych rozwiązań (praktycznie tylko koszt udziału pracownika w szkoleniu wstępnym – powyższa uwaga dotyczy okresu po zakończeniu projektu).

Obecnie bariera finansowa jest jedną z poważniejszych, jeśli chodzi o korzystanie z symulacji oraz studiów przypadków (koszty korzystania z niektórych symulacji wynoszą nawet po 300 euro za licencję na jedną osobę). Na tego typu wydatek nie może sobie pozwolić praktycznie żadna polska publiczna uczelnia wyższa. Zaproponowanie osadzonej w polskich realiach symulacji powinno pozwolić na pokonanie tych przeszkód. Dodatkowo koszty wdrożenia symulacji i studiów przypadku do działalności dydaktycznej są znikome (np. brak konieczności kupowania nowej infrastruktury informatycznej).

IV. Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

DOBÓR GRUP UŻYTKOWNIKÓW I ODBIORCÓW TESTOWANIA

Docelową grupę użytkowników stanowią wszyscy nauczyciele akademicki zainteresowani wdrożeniem innowacyjnych metod nauczania przedsiębiorczości. **Docelowa grupa testująca** projekt będzie składać się z 11 wykładowców – przedstawicieli 11 wydziałów UG, w tym co najmniej 6 kobiet (odpowiada to udziałowi kobiet /849/ w ogólnej liczbie nauczycieli akademickich UG /1687/ = 50,3%). Grupa ta będzie uczestniczyć w testowaniu i ocenie obu produktów powstałych w ramach projektu. W przypadku zdarzeń losowych uniemożliwiających udział w projekcie przygotowana zostanie lista rezerwowa.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Docelową grupę odbiorców stanowią studenci ostatniego roku nauki studiujący w uczelniach wyższych. Na etapie realizacji projektu **docelową grupę testującą** stanowić będzie 165 studentów ostatniego roku studiów Uniwersytetu Gdańskiego, zamieszkałych na terenie województwa pomorskiego. Aktualnie na ostatnim roku studiów studiuje ponad 10.000 studentów (kobiety stanowią 67%). A zatem co najmniej taki będzie też udział kobiet w zajęciach testujących (w gronie 165 odbiorców znajdzie się co najmniej 111 kobiet). Ocenia się, że większy udział kobiet wpłynie pozytywnie na ich szanse w zakresie zakładania firm, gdyż ta płęć jest postrzegana jako mająca mniejszą skłonność do prowadzenia działalności gospodarczej (37% firm prowadzonych w Polsce przez kobiety – Eurostat). Studenci uczestniczący w projekcie zostaną wybrani przy pomocy grupowania rezultatów otrzymanych w teście wstępnym z zakresu badania postaw przedsiębiorczych. Rezultaty zostaną uszeregowane malejąco i zakreślone kwintylami. Z każdego kwintyla dobrane zostaną trzy osoby, co w konsekwencji wypełni limit miejsc (15 osób), jak i wpłynie na zwiększenie stopnia reprezentatywności grupy. Stworzonych zostanie 11 grup szkoleniowych (odpowiada to liczbie wydziałów). W ramach każdej grupy stworzone zostaną 3-osobowe podgrupy, co pozwoli rozwijać umiejętności pracy grupowej.

OPIS PRZEBIEGU TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO. HARMONOGRAM TESTOWANIA

Termin	Zadanie	Opis zadania
VII.2012- IX.2013 (15 miesięcy)	Zarządzanie procesem testowania	Monitorowanie przebiegu testowania – bezpośrednie spotkania Kierownika Projektu oraz kluczowych osób odpowiedzialnych za projekt. Zarządzanie przebiegiem prac, identyfikowanie zagrożeń, monitoring rzeczowy i finansowy projektu i procesu testowania, zarządzanie ryzykiem i jakością.
VII.2012-IV.2013 (9 miesięcy)		Wyłonienie ewaluatora zewnętrznego, nadzór nad wypracowaniem założeń raportu metodologicznego ewaluacji produktów finalnych i narzędzi ewaluacyjnych, współpraca z ewaluatorem zewnętrznym w trakcie procesu testowania i pozyskiwania danych, przyjęcie raportu ewaluacyjnego.
IX-X.2012 (2 miesiące)	Rekrutacja odbiorców	Rekrutacja 165 odbiorców – studentów ostatniego roku nauki Uniwersytetu Gdańskiego, zamieszkałych na terenie woj. pomorskiego.
VII-IX.2012 (3 miesiące)	Warsztaty dla użytkowników	Szkolenie osób mających prowadzić zajęcia w oparciu o symulacje biznesowe i studia przypadków: Etap 1 – przygotowanie materiałów szkoleniowych (symulacje i studia przypadków), Etap 2 – wydruk materiałów szkoleniowych, Etap 3 – prowadzenie warsztatów dla prowadzących zajęcia (symulacje i studia przypadków).
VII-VII.2012 (2 miesiące)	Rekrutacja użytkowników	Rekrutacja 11 pracowników naukowo-dydaktycznych – przedstawicieli 11 Wydziałów UG.
X.2012-II.2013 (5 miesięcy)	Testowanie zaawansowanej symulacji biznesowej oraz 10 nowych studiów przypadku	Spotkania związane z analizą i rozwiązywaniem studiów przypadku oraz internetowe sesje z wykorzystaniem symulacji biznesowych: Etap 1 – przygotowanie instrukcji dla studentów, Etap 2 – wydruk materiałów dla studentów, Etap 3 – prowadzenie symulacji na wydziałach UG, Etap 4 – prowadzenie zajęć na bazie studiów przypadku, Etap 5 – nadzór merytoryczny nad pracą dydaktyczną.
III.2013 (1 miesiąc)	Analiza rzeczywistych efektów testowania produktów finalnych	Ewaluacja zewnętrzna testowanych produktów – zebranie opinii ewaluatora w zakresie użyteczności obu produktów. Opracowanie raportu ewaluacyjnego i prezentacja wyników Kierownikowi Projektu oraz kluczowym osobom odpowiedzialnym za projekt.
III-VI.2013 (2 miesiące)	Opracowanie ostatecznych wersji produktów finalnych	Na podstawie ewaluacji zewnętrznej oraz badań wewnętrznych dokonana zostanie zasadnicza korekta i aktualizacja merytoryczna symulacji biznesowej oraz studiów przypadku.
VII-VIII.2013 (2 miesiące)	Walidacja finalna produktów	Dokonana zostanie walidacja finalna.

CHARAKTERYSTYKA MATERIAŁÓW, JAKIE OTRZYMAJĄ UŻYTKOWNICY I ODBIORCY

W fazie testowania wszyscy **użytkownicy** otrzymają przewodnik do symulacji, powielony komplet 10 studiów przypadków zawierających także m.in. opis podstawowych pojęć i haseł stosowanych w *case studies* wraz z możliwymi scenariuszami rozwiązań. Otrzymają oni również dostęp do platformy internetowej z symulacją (login/hasło przez stronę www).

Odbiorcy w fazie testowania otrzymają materiały szkoleniowe, którymi będzie sukcesywnie uzupełniany pakiet zawierający docelowo wszystkie opracowane studia przypadków. Otrzymają oni również dostęp do platformy internetowej z symulacją (login/hasło przez stronę www). Każdy z odbiorców, który ukończy cykl zajęć, otrzyma ponadto zaświadczenie o odbyciu szkolenia.

MONITORING PRZEBIEGU TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

Na potrzeby testowania opracowany zostanie spójny **system monitoringu**, który umożliwi bieżącą kontrolę kolejnych etapów testowania, osiąganych wskaźników, identyfikację ewentualnych zagrożeń oraz korektę przyjętych założeń wdrażania. Będzie też wspierał ewaluację zewnętrzną projektu.

Monitoring rzeczowy będzie skoncentrowany na zbieraniu i analizowaniu danych dotyczących postępów w realizacji zaplanowanych zadań, harmonogramu, przebiegu fazy testowania, zaangażowania użytkowników i odbiorców oraz ich problemów w trakcie testowania obu produktów finalnych.

Monitoring finansowy obejmie m.in. planowanie wydatków, salda wg kategorii budżetowych, rozliczenia między realizatorami a podwykonawcami.

Za monitoring bezpośrednio odpowiada Kierownik Projektu, który przede wszystkim nadzoruje prawidłową realizację projektu, wspiera merytorycznie prace, podejmuje kluczowe decyzje, a także rozwiązuje problemy. Kierownika Projektu wspierają Asystentki Kierownika, które odpowiedzialne są za pomoc w bieżącej realizacji projektu, za działania organizacyjne oraz prace administracyjne. Ze strony RIGP Kierownika Projektu wspiera Koordynatorka PR odpowiedzialna za obsługę administracyjno-organizacyjną projektu w części realizowanej przez RIGP oraz promocję projektu (m.in. przygotowuje informacje prasowe dla mediów, odpowiada za prowadzenie strony www projektu oraz organizuje warsztaty i konferencje). Zaplecze w zakresie wdrażania dobrych praktyk i *know-how* stanowią pracownicy partnera niemieckiego. Projekt realizowany jest także we współpracy z Działem Zamówień Publicznych, Kwesturą, Działem Finansowym, Działem Ewidencji Projektów Zagranicznych.

Kierownik Projektu, kluczowe osoby biorące udział w projekcie, partnerzy, podwykonawcy oraz użytkownicy zaangażowani w proces testowania będą uczestniczyć w spotkaniach monitorujących projekt kwartalnie.

Najważniejsze narzędzia, które zostaną zastosowane do monitoringu testowania obejmują: rejestr PEFS, umowy z użytkownikami dotyczące udziału w fazie testowania, protokoły zdawczo-odbiorcze, protokoły ze spotkań i konsultacji, listy obecności uczestników spotkań, listy obecności użytkowników i odbiorców w warsztatach i szkoleniach, dzienniki zajęć, szkoleń i warsztatów, karty pracy, kwestionariusze zawierające opinie użytkowników i odbiorców o testowanej symulacji biznesowej i studiach przypadku, ankiety ewaluacyjne, arkusze samooceny, testy oraz statystyki z ankiet.



V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

Realizatorzy projektu **Case Simulator** uważają, że zasadne będzie jego wprowadzenie, gdy projekt otrzyma aprobatę co najmniej 90% użytkowników i trzech czwartych odbiorców.

Tak określony próg dla użytkowników wynika z wartości liczbowych odpowiadających uczestnikom projektu (próg 90% oznacza w praktyce, że co najmniej 10 na 11 prowadzących zajęcia wyrazi pozytywną opinię nt. zasadności wprowadzenia projektu). Odnośnie do aprobaty odbiorców, należy przyjąć bardziej ostrożny próg, albowiem ocena wdrożenia z punktu widzenia studentów będzie dokonywana bezpośrednio po zakończeniu zajęć, natomiast rekomendowany byłby okres do kilku miesięcy po zakończeniu studiów, czyli w najbardziej prawdopodobnym momencie podejmowania decyzji o wyborze rodzaju dalszej drogi zawodowej i tym samym weryfikacji przydatności działań realizowanych w projekcie.

W celu zbadania rzeczywistych efektów testowania projektu wykorzystany zostanie monitoring wewnętrzny prowadzony na bieżąco, jak również ewaluacja prowadzona przez ewaluatora zewnętrznego. **Monitoring wewnętrzny** będą prowadzili nauczyciele akademicy (11 nauczycieli) zaangażowani w proces testowania produktu finalnego. Będą to osoby zainteresowane wdrożeniem innowacyjnych metod nauczania przedsiębiorczości. Z uwagi na specyfikę projektu istotną rolę na tym etapie będzie odgrywał obiektywny **ewaluator zewnętrzny**. Osoba ta (osoba fizyczna lub prawna/podwykonawca) wyłoniona zostanie na samym początku procesu testowania (VII.2012) z zachowaniem zasady konkurencyjności w drodze ogłoszonego naboru i porównania cenowego złożonych ofert.

Zewnętrzny wykonawca ewaluacji powinien posiadać następujące kompetencje: wykształcenie wyższe w zakresie nauk społecznych lub ekonomicznych (np. ekonomia, zarządzanie, psychologia, socjologia). Dodatkowe wymogi to: potwierdzona praktyczna znajomość zagadnień z zakresu specyfiki działalności przedsiębiorstw 'start-up' oraz wiedza w zakresie nowoczesnych metod nauczania (w tym wykorzystujących ICT). Rekomendowane jest ukończenie studiów podyplomowych z tematyki ewaluacji projektów lub pokrewnej.

Ewaluacja zewnętrzna projektu będzie miała charakter ewaluacji bieżącej (*on-going*). Ocena będzie przeprowadzana na kolejnych etapach testowania 2 produktów finalnych. Ewaluator zewnętrzny będzie ściśle współpracował z Kierownikiem Projektu oraz wyznaczonymi osobami z jednostek Rektoratu UG i kluczowymi osobami biorącymi udział w projekcie.

Zakres zadań ewaluatora obejmie nadzór nad testowaniem produktu finalnego, opracowanie raportu metodologicznego ewaluacji symulacji biznesowej i 10 nowych studiów przypadku, stosowanych narzędzi ewaluacyjnych, a na zakończenie opracowanie raportu ewaluacyjnego.

W raporcie wskaże na ewentualne możliwości modyfikacji i usprawnienia produktu finalnego. Ewaluacja projektu skupić się ma na ocenie rzeczywistych efektów testowania produktu finalnego w kontekście osiągnięcia zakładanych celów oraz wypracowanych rezultatów dla grup docelowych projektu. Celami tymi są:

- zwiększenie skłonności studentów (ale również pracowników naukowych) do prowadzenia własnej działalności gospodarczej, tym samym odnalezienia się na rynku pracy w roli pracodawcy, a nie pracownika,
- pogłębienie wiedzy studentów z zakresu nauk ekonomicznych, a zwłaszcza dotyczących przedsiębiorczości (w szczególności: źródeł pozyskiwania kapitału na rozpoczęcie działalności, wyboru metod finansowania przedsiębiorstwa, projekcji przepływów finansowych, kształtowania marki, wyboru strategii promocji, planowania zatrudnienia, prowadzenia polityki personalnej oraz negocjacji),



- budowanie postaw przedsiębiorczych (w szczególności: kształcenie umiejętności dotyczących generowania pomysłów, identyfikowania zagrożeń, podejmowania decyzji biznesowych oraz wspieranie lub budowanie wiary we własne siły).

Pomiary skuteczności osiągnięcia celów będą oparte na zdefiniowanych we wniosku i strategii wskaźnikach i wytycznych, a harmonogram przebiegu pomiarów będzie zgodny z harmonogramem testowania. Podczas ewaluacji wykorzystywane będą informacje od użytkowników testowania (11 osób), odbiorców testowania (165 osób), grupy kontrolnej (165 osób) oraz realizatorów projektu.

Badania prowadzone będą z wykorzystaniem wieloaspektowych ankiet samooceny w formie ankiet wejścia/wyjścia oraz analizy dokumentacji (*desk research*). Analiza wyników grupy testującej zostanie skonfrontowana z wynikami grupy kontrolnej, która składać się będzie z osób o podobnym profilu do odbiorców testowania, jednakże nieuczestniczących w testowaniu. Pozwoli to na podwyższenie obiektywności oceny ewaluacyjnej i zaobserwowanie różnic dotyczących efektów wykorzystania produktów innowacyjnych.

Ewaluacji projektu służyć będzie również Otwarty Konkurs Przedsiębiorczości. Zostanie on przeprowadzony wspólnie przez Uniwersytet Gdański i Regionalną Izbę Gospodarczą Pomorza. Jego celem jest z jednej strony ocena efektywności innowacyjnych narzędzi wypracowanych w ramach projektu oraz upowszechnianie uzyskanych rezultatów testowania symulacji biznesowych, z drugiej zaś promocja samego projektu. W konkursie tym weźmie udział 330 studentów ostatniego roku studiów (165 osób, które brały udział w szkoleniach oraz 165 innych studentów – grupa kontrolna). Rozwiązywać oni będą m. in. studia przypadku z życia przedsiębiorstw. Zwycięzcy tej fazy spotkają się w finale, w którym użyta zostanie symulacja biznesowa (test produktu). W ramach tego zadania (na bazie uzyskanych wyników) opracowany zostanie raport "Efektywność innowacyjnych narzędzi dydaktycznych" opisujący doświadczenia i wyniki testowania produktu. Raport zostanie upowszechniony na witrynie internetowej projektu. RIGP będzie odpowiedzialny za działania promocyjne oraz za organizację konkursu przedsiębiorczości. Otwarty konkurs przedsiębiorczości i ewaluacja efektywności procesu przeprowadzona zostanie w okresie III-V.2013 (3 mies.).

VI. Strategia upowszechniania

Przedmiotem procesu upowszechniania będzie produkt finalny **Case Simulator** – informatyczne, kompleksowe narzędzie dydaktyczne wspierające budowanie umiejętności i postaw przedsiębiorczych wśród studentów ostatniego roku nauki w postaci zaawansowanej symulacji biznesowej oraz 10 nowych studiów przypadków związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, opartych na polskich (lokalnych) uwarunkowaniach rynkowych.

Zaprojektowane metody i instrumenty upowszechniania uwzględniają zasady równości szans, w tym płci, i przyczyniają się do uzyskania poniżej wskazanych celów działań upowszechniających.

CELE DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH

Głównym celem działań upowszechniających w projekcie jest zwiększenie wiedzy wśród zdiagnozowanych grup docelowych oraz społecznych liderów opinii na temat zastosowania, funkcjonalności i innowacyjności produktu projektu. Działania te winny także przyczynić się do wspomżenia i ułatwienia prowadzenia zaplanowanych inicjatyw włączających produkt do głównego nurtu polityki.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Realizatorzy projektu zakładają następujące cele szczegółowe upowszechniania:

- dotarcie i zainteresowanie różnorodnych grup potencjalnych interesariuszy ideą oraz innowacyjnymi – komputerowymi narzędziami i metodami edukacji przedsiębiorczości wśród młodych ludzi,
- popularyzacja idei podejmowania własnej działalności gospodarczej wśród studentów jako rozwiązanie dla skutecznego „wchodzenia na rynek pracy” poprzez tworzenie własnego miejsca pracy, w perspektywie także podejmowanie roli potencjalnych pracodawców,
- upowszechnianie „dobrych praktyk nauczania” polegających na wykorzystywaniu doświadczeń i instrumentów partnera niemieckiego, a także przykładów polskiej praktyki gospodarczej opartych na rzeczywistych problemach rynkowych związanych z funkcjonowaniem firm,
- zwiększenie stopnia świadomości organizacji samorządu gospodarczego/przedsiębiorców w zakresie potrzeby ścisłej współpracy z uczelniami wyższymi (zarówno kadrami dydaktyczną, jak i studentami) wspierającej budowanie potencjału przedsiębiorczości wśród młodego pokolenia Polaków, a w konsekwencji tworzenia wysokiej konkurencyjności gospodarczej kraju.

Ponadto celem działań upowszechniających będzie promowanie wartości dodanej, jaką projekt wprowadza dla kadry nauczycieli akademickich poprzez poprawę jakości środków dydaktycznych i tym samym kompetencji nauczycieli, a także propagowanie rozwiązań łączących współpracę uczelni z organizacjami samorządu gospodarczego.

GRUPY DOCELOWE UPOWSZECHNIANIA

Upowszechnianie wstępnej i ostatecznej wersji produktu finalnego, jakim jest zaawansowana informatyczna symulacja biznesowa oraz 10 studiów przypadków związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej będzie realizowane wobec wyodrębnionych grup docelowych (zarówno użytkowników, jak i odbiorców).

Grupy docelowe – interesariusze	Charakterystyka i uzasadnienie wyboru
Odbiorcy - studenci ostatniego roku nauki na uczelniach wyższych	Grupa docelowa w wymiarze testowania (165 osób) studentów ostatniego roku nauki Uniwersytetu Gdańskiego, zamieszkali na terenie woj. pomorskiego. W wymiarze upowszechniania studenci wszystkich lat pomorskich uczelni wyższych. Zastosowane formy przekazu: strona internetowa projektu, strony www realizatorów Projektu, konferencje upowszechniające i warsztaty, profil na Facebook, media (prasa, radio), materiały promocyjno-rekrutacyjne, spotkania informacyjne.
Użytkownicy - nauczyciele akademicki zainteresowani wdrożeniem innowacyjnych metod nauczania przedsiębiorczości	Grupa docelowa w wymiarze testowania (11 os.) przedstawicieli 11 Wydziałów UG. W wymiarze upowszechniania (ok. 120 os.). Zastosowane formy przekazu: strona internetowa projektu, strony internetowe realizatorów projektu, konferencje upowszechniające i warsztaty, media (prasa, radio), mailing, materiały promocyjne oraz informacyjne, spotkania informacyjne.
Rektorzy, prorektorzy, dziekani i prodziekani pomorskich uczelni wyższych (ok. 25)	Kadra zarządzająca uczelni wyższych zaangażowana w rozwijanie nowoczesnych metod nauczania oraz podnoszenie jakości i efektywności kształcenia a pośrednio pozyskiwanie studentów zainteresowanych nabywaniem wiedzy i umiejętności odpowiadających na potrzeby gospodarki (w tym rynku pracy). Liczebność w wymiarze upowszechniania (ok. 30 os.). Zastosowane formy przekazu: spotkania informacyjne, konferencja końcowa (w jej ramach warsztaty), strony www: projektu oraz realizatorów, media, materiały informacyjno-promocyjne.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Samorząd uczelniany i organizacje studenckie (koła naukowe, grupy dyskusyjne)	Grupy formalne i nieformalne studentów skupiające liderów i osoby zaangażowane w życie społeczności studenckiej, zainteresowane skutecznym wykorzystaniem potencjału przedsiębiorczości studentów. Liczebność w wymiarze upowszechniania (ok. 10 organizacji). Zastosowane formy przekazu: strony internetowe: projektu i realizatorów, spotkania informacyjne, materiały promocyjno-rekrutacyjne, media, mailing.
Akademickie Biura Karier (doradcy zawodowi, trenerzy przedsiębiorczości, <i>coache</i> biznesu) i instytucje szkoleniowe/edukacyjne	Wyspecjalizowane komórki organizacyjne uczelni oraz instytucje edukacyjne zaangażowane i zainteresowane wspomaganiem karier zawodowych studentów i absolwentów poprzez organizowanie i wspieranie nabywania nowej wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie prowadzenia własnej działalności gospodarczej, rozwijania postaw przedsiębiorczych i samodzielności na rynku pracy. Liczebność instytucji w wymiarze upowszechniania (ok. 15 organizacji). Zastosowane formy przekazu: strony internetowe: projektu i realizatorów, mailing, konferencje upowszechniające, media.
Instytucje otoczenia biznesu (Inkubatory przedsiębiorczości, Parki naukowo-technologiczne w Gdańsku i Gdyni, Stowarzyszenie „Wolna Przedsiębiorczość” oddział w Gdańsku, Fundacja Gospodarcza w Gdyni, Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości, Słupskie Stowarzyszenie Innowacji Gospodarczej i Przedsiębiorczości, Fundusze Pożyczkowe i Poręczeniowe, Punkty konsultacyjne KSU)	Instytucje otoczenia biznesu zainteresowane poznaniem i wykorzystywaniem symulacji biznesowych i studiami przypadków a także rozwijaniem kontaktów z kadra naukową uczelni i młodymi przedsiębiorcami. Liczebność w wymiarze upowszechniania (5 organizacji). Zastosowane formy przekazu: spotkania informacyjne, konferencja końcowa (w jej ramach warsztat) , strony internetowe: projektu i realizatorów, materiały informacyjne, media.
Organizacje pracodawców: Pomorscy Przedsiębiorcy, Pomorska Izba Małych i Średnich Przedsiębiorstw	Organizacje zrzeszające przedsiębiorców zainteresowane pozyskaniem nowych członków oraz propagowaniem idei przedsiębiorczości i rozwojem kompetencji biznesowych. Liczebność instytucji w wymiarze upowszechniania (3 organizacje). Zastosowane formy przekazu: strony internetowe: projektu i realizatorów, spotkania informacyjne, konferencje, mailing, media, materiały informacyjne.
Pracodawcy	Pracodawcy zainteresowani poznaniem innowacyjnych metod wieloaspektowej analizy rynku i symulacji biznesowych oraz kontaktami z uczelnią w ramach współpracy nauki z biznesem. Liczebność w wymiarze upowszechniania (ok. 40 firm). Zastosowane formy przekazu: strony internetowe: projektu i realizatorów, media, Konferencje, materiały informacyjne.

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

▪ **Sieć Internet:**

- dedykowana witryna internetowa projektu www.casesimulator.pl,
- strony internetowe członków partnerstwa (UG, RIGP, UD),
- Internetowe Forum Dyskusyjne w ramach witryny projektu,
- profil na Facebooku.

▪ **Kampania medialna**, w tym ogłoszenia prasowe o zasięgu regionalnym - Gazeta Wyborcza dodatek praca na początku realizacji projektu oraz po zakończeniu walidacji produktu finalnego, plakaty promocyjne w SKM (wykorzystanie najpowszechniejszego środka komunikacji miejskiej wśród studentów oraz mieszkańców Trójmiasta i pozostałych miejscowości okalających aglomerację), ulotki oraz materiały informacyjno-promocyjne na temat produktu i projektu.

▪ **Dwie Konferencje (i w jej ramach warsztaty)**: podsumowująca I etap realizacji i równocześnie inauguruje II etap (wrzesień 2012 r.) oraz na zakończenie Projektu poświęcona upowszechnianiu ostatecznej wersji produktu finalnego, podsumowująca realizację całego Projektu i osiągnięte rezultaty.

▪ **Publikacja raportów, materiałów i opracowań** (podręczników i materiałów szkoleniowych dla nauczycieli i studentów – Uczestników testowania, wyników monitoringu i ewaluacji zewnętrznej).

Plan działań upowszechniających i ich charakterystyka

Działania upowszechniające prowadzone będą przez cały czas trwania projektu, w sposób dostosowany ze względu na zróżnicowane potrzeby poszczególnych grup docelowych oraz ze względu na stopień wypracowania produktów i rezultatów (etap przygotowania i testowania). Zasadnicze działania upowszechniające rozpoczęte zostaną wraz z pojawieniem się pierwszych rezultatów projektu (na przełomie 2012/2013) i trwać będą w różnych formach do końca projektu (III kwartał 2013 roku).

Proces upowszechniania jest realizowany z zastosowaniem zasady *empowermentu*, z angażowaniem i uczestnictwem przedstawicieli grup odbiorców i użytkowników od początku realizacji projektu. Na etapie przygotowywania wstępnej wersji produktu (konsultacje robocze, wizyta studyjna u partnera niemieckiego, wyniki badań ankietowych studentów i pracodawców) a także testowania (m. in. w ramach Forum Dyskusyjnego, Dnia Otwartego **Case Simulator**, Konferencji i warsztatów, na profilu Facebook, Otwartego Konkursu Przedsiębiorczości, posiedzeń Komitetu Sterującego). Działania te umożliwią uzyskanie optymalnego efektu związanego ze zwiększeniem wiedzy na temat zastosowania, funkcjonalności i innowacyjności produktów powstających w ramach projektu oraz umożliwią wypracowanie i dostosowanie produktów do rzeczywistych potrzeb odbiorców.

Działania upowszechniające będą elementem procesu monitorowania i ewaluacji zewnętrznej projektu. Bieżące analizowanie wyników monitoringu umożliwi podejmowanie działań modyfikujących i usprawniających pod kątem osiągnięcia zakładanych celów upowszechniania.

W ramach strategii upowszechniania prowadzone będą następujące działania upowszechniające:

1. Upowszechnianie na etapie przygotowania:

Działania podejmowane na tym etapie skupiały się głównie na informowaniu grup docelowych na temat planowanego innowacyjnego produktu i zamierzeń projektu oraz na zbieraniu informacji i danych umożliwiających sformułowanie wniosków w ramach diagnozy służącej do wypracowania produktu. W ramach tego etapu:

- **uruchomiono witrynę projektu** www.casesimulator.pl,
- **zamieszczono ogłoszenia w prasie** o zasięgu regionalnym (Gazeta Wyborcza),
- **opracowano ulotki i materiały promocyjne**,
- **zamieszczono plakaty informujące** o projekcie w taborze Szybkiej Kolei Miejskiej,
- **umieszczono odnośniki do witryny projektu** na stronach internetowych partnera niemieckiego,
- **propagowano projekt** na Uniwersytecie Gdańskim w ramach spotkań kadry naukowej i dydaktycznej,
- **opracowano Raport badawczy** „Szkolenia w oparciu o symulacje biznesowe i studia przypadku – najlepsze praktyki” stanowiący przegląd europejskich doświadczeń z realizacji zajęć dydaktycznych w oparciu o symulacje i studia przypadków. Dystrybucja raportu (500 egz.) przewidziana jest w ramach konferencji, a także podczas Dnia Otwartego i spotkań informacyjnych z grupami docelowymi. Raport został zamieszczony na witrynie projektu,
- **upowszechniano idee projektu i produktu wśród przedsiębiorców, organizacji pracodawców i członków RIGP**,



- **propagowano projekt i założenia Case Simulator** w instytucjach i organizacjach otoczenia biznesu w ramach wizyty studyjnej u Partnera niemieckiego, a także w ramach spotkań i *eventów* zewnętrznych, związanych z tematyką przedsiębiorczości, w których uczestniczyli realizatorzy,
- **popularyzowano wyniki badań** ankietowych przeprowadzonych wśród studentów i przedsiębiorców w ramach diagnozy problemu i uwarunkowań dotyczących przedsiębiorczości.

Ważnym elementem upowszechniania na tym etapie będzie prezentacja wstępnej wersji produktu na forum Regionalnej Sieci Tematycznej.

2. Upowszechnianie na etapie testowania

Działania upowszechniające w głównej mierze polegać będą na popularyzowaniu produktu oraz zaangażowaniu i zainteresowaniu grup docelowych procesem testowania, stąd z dużą intensywnością prowadzone będą poniższe działania związane z informowaniem i promowaniem w celu osiągnięcia zakładanych celów rekrutacyjnych:

- **uruchomienie i prowadzenie Forum Dyskusyjnego** (w ramach witryny projektu) poświęconego informowaniu o produkcie, publikowaniu materiałów oraz prowadzeniu komunikacji z uczestnikami testowania, grupami docelowymi i interesariuszami, a także umieszczania opinii ekspertów i praktyków,
- **kontynuacja aktywności witryny projektu i utworzenie profilu na portalu Facebook,**
- **warsztaty upowszechniające** dla przedstawicieli grup użytkowników – nauczycieli prowadzących zajęcia w ramach przedsiębiorczości,
- **popularyzacja produktu** poprzez organizację „**Dnia Otwartego Case Simulator**” na UG w ramach rozpoczęcia procesu rekrutacji Uczestników,
- **organizacja Otwartego Konkursu Przedsiębiorczości** dla 330 studentów ostatniego roku nauki, którego celem jest m.in. promocja i upowszechnianie uzyskanych rezultatów testowania symulacji biznesowych. W efekcie powstanie Raport „Efektywność innowacyjnych narzędzi dydaktycznych” opisujący doświadczenia i wyniki testowania produktu. Raport zostanie upowszechniony na witrynie projektu,
- **popularyzacja nowatorskiego narzędzia edukacyjnego** w ramach stałej **działalności informacyjno-promocyjnej prowadzonej przez UG we współpracy z innymi uczelniami wyższymi i partnerami oraz w ramach działania RIGP** wśród grup docelowych i interesariuszy,
- **upowszechnianie idei i nowatorskiego produktu w mediach masowych** (prasa lokalna: Dziennik Bałtycki, Gazeta Wyborcza),
- **bezpośrednie kontakty Partnerstwa** z przedstawicielami interesariuszy, propagujące innowacyjny produkt i nowoczesne metody nauczania i promowania przedsiębiorczości wśród młodych ludzi,
- **upowszechnianie Produktu** przy współpracy z Instytucją Pośredniczącą oraz Regionalną Siecią Tematyczną oraz Krajową Instytucją Wspomagającą (zgłoszenie artykułu do wydawnictwa KIW „Innowacje bez granic”, wydawnictwa Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego „Pomorskie”).

3. Upowszechnianie ostatecznej wersji produktu finalnego

Etap ten jest kluczowym dla osiągnięcia zakładanych celów upowszechniania. W przypadku pozytywnej walidacji ostatecznej wersji produktu zostaną podjęte następujące działania:



- **upowszechnienie produktów projektu w ramach Konferencji** dla 120 uczestników z udziałem przedstawicieli uczelni wyższych, nauczycieli akademickich, studentów i przedsiębiorców. Konferencja poświęcona będzie prezentacji efektów testowania produktu, osiągniętych rezultatów i doświadczeń, a także przedyskutowaniu korzyści i możliwości szerokiego zastosowania nowoczesnych metod nauczania dla stymulowania przedsiębiorczości oraz ich znaczenia dla gospodarki i tworzenia nowych miejsc pracy dla młodych ludzi. W ramach konferencji końcowej przewidziane są **warsztaty** dla 25 przedstawicieli grup odbiorców i pracodawców zainteresowanych poznaniem technicznej strony produktu finalnego,
- **upowszechnienie wyników ewaluacji zewnętrznej produktu oraz wyników monitoringu wewnętrznego,**
- **emisja 1 ogłoszenia prasowego** upowszechniającego rezultaty testowania i produkt finalny,
- **prezentacja produktu finalnego** podczas tematycznych **wystaw/targów/Dni Przedsiębiorczości** organizowanych przez instytucje i organizacje biznesowe (m.in. w ramach prestiżowego konkursu Gdyński Biznesplan).

Bariery upowszechniania

Strategia upowszechniania nie może skupiać się jedynie na planowanych działaniach, narzędziach i potencjalnych odbiorcach tych działań. Wdrażanie i upowszechnianie innowacji napotyka na bariery i przeszkody, które mogą znacznie ograniczać działania upowszechniające lub też nawet je uniemożliwiać. Do barier upowszechniania wypracowanego modelu i produktów zaliczyć można:

- ogólnie panujące, silnie zakorzenione w społeczeństwie i młodych ludziach przekonanie na temat trudności i barier w skutecznym zakładaniu i prowadzeniu w realiach krajowych własnej działalności gospodarczej,
- niska frekwencja uczestników na Konferencjach upowszechniających, Otwartym Konkursie Przedsiębiorczości, Dniu Otwartym **Case Simulator**,
- brak zainteresowania produktem ze strony uczelni wyższych.

Miernikiem sukcesu działań upowszechniających będzie udział w dwóch Konferencjach (podsumowującej I etap i końcowej) po 120 przedstawicieli wyższych uczelni pomorskich, liczny i trwały udział studentów, pracowników naukowych i przedsiębiorców/praktyków w Forum Dyskusyjnym (liczba wejść, wpisów nie mniej niż 200), a także liczba zgłoszeń i zainteresowanie studentów udziałem w Otwartym Konkursie Przedsiębiorczości (nie mniej niż 360 zgłoszeń).

VII. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

Celem działań włączających do głównego nurtu polityki jest zwiększenie gotowości do replikowania i stosowania w praktyce innowacyjnej symulacji biznesowej oraz studiów przypadku **Case Simulator** poprzez transfer wiedzy i umiejętności do podmiotów zainteresowanych jego wdrożeniem do zakresu swojego funkcjonowania. Ponadto zwiększenie zakresu możliwości stosowania rozwiązań promowania przedsiębiorczości wśród osób kształcących się w uczelniach wyższych i w instytucjach otoczenia biznesu.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Odbiorcy działań włączających

Grupy docelowe – Interesariusze działań włączających	Charakterystyka i uzasadnienie wyboru
Wojewódzki Urząd Pracy w Gdańsku	WUP jako jednostka organizacyjna samorządu wykonuje zadania w zakresie polityki rynku pracy, która posiada powiązania m. in. z regionalną polityką gospodarczą i systemem edukacji. Promuje programy w zakresie przedsiębiorczości i instrumenty wspierające zatrudnienie i tworzenie nowych miejsc pracy. Pełni funkcje IP II stopnia, ogłasza konkursy na projekty standardowe i innowacyjne, wspierając wdrażanie innowacji w regionie. Liczebność w wymiarze włączania 2 os. Forma włączania: udział w konferencjach i warsztatach, strony internetowe.
Pomorskie uczelnie wyższe	Uczelnie jako instytucje edukacyjne kształcą i przygotowują studentów do wykonywania zawodów i oferują specjalności, które mogą być w przyszłości przedmiotem własnej działalności gospodarczej absolwentów, a tym samym są podmiotami mającymi wpływ na rozwój gospodarki i tworzenie nowych miejsc pracy. Realizują programy nauczania, w ramach których rozwijane są postawy i umiejętności przedsiębiorcze. Kadra akademicka stosuje metody i instrumenty dydaktyczne (także w ramach przedmiotów nieekonomicznych), które mogą być rozszerzane o elementy związane z praktycznymi aspektami prowadzenia biznesu. Liczebność w wymiarze włączania 30 os. Forma włączania: udział w warsztatach i konferencjach, strony internetowe, spotkania informacyjne.
Departament Rozwoju Gospodarczego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego, Agencja Rozwoju Pomorza S.A.	DRG m.in. współpracuje z przedsiębiorcami, instytucjami otoczenia biznesu, uczelniami, ośrodkami badawczo-rozwojowymi, jednostkami samorządu terytorialnego oraz innymi partnerami z kraju i zagranicy, na rzecz projektowania i uruchamiania mechanizmów wspierających regionalną przedsiębiorczość, zwłaszcza wdrażającą rozwiązania innowacyjne. ARP wspomaga przedsiębiorców (także finansowo), instytucje otoczenia biznesu, inicjuje i wspiera przedsięwzięcia gospodarcze o znaczeniu regionalnym. Liczebność w wymiarze włączania 3 os. Forma włączania: konferencje, strony internetowe, spotkania informacyjne.
Pomorska Rada Przedsiębiorczości – organ doradczy Marszałka Województwa Pomorskiego w zakresie realizacji Strategii Rozwoju Województwa Pomorskiego	PRP wspiera inicjatywy i przedsięwzięcia w zakresie realizacji Strategii Rozwoju WP (w celu wzrostu konkurencyjności Regionu). Liczebność w wymiarze włączania: 2 os. Forma włączania: udział w konferencjach i spotkaniach informacyjnych.
Organizacje pracodawców: Pomorscy Przedsiębiorcy, Pomorska Izba Małych i Średnich Przedsiębiorstw	Organizacje pracodawców prowadzą działalność promocyjną oraz zabiegają o wdrażanie innowacyjnych rozwiązań podnoszących jakość i konkurencyjność biznesu. Liczebność w wymiarze włączania (2 organizacje). Forma włączania: udział w konferencjach i warsztatach oraz spotkaniach informacyjnych.
Stowarzyszenie „Wolna Przedsiębiorczość” oddział w Gdańsku, Inkubatory Przedsiębiorczości, Parki naukowo-technologiczne w Gdyni i Gdańsku	Organizacje zajmujące się edukacją i rozwojem przedsiębiorczości, wymianą doświadczeń i kapitału wiedzy. Liczebność w wymiarze włączania 5 os. Forma włączania: udział w konferencjach i spotkaniach informacyjnych.
Regionalna Sieć Tematyczna Województwa Pomorskiego	RST jako platforma współpracy i wymiany doświadczeń beneficjentów, ekspertów i przedstawicieli IP promuje oraz uczestniczy w upowszechnianiu i wdrażaniu rezultatów projektów innowacyjnych w regionie, a także na poziomie krajowym. Liczebność w wymiarze włączania ok. 20 os. Forma włączania: udział w prezentacji strategii wdrażania projektu i walidacji, udział w konferencjach.

Plan działań włączających i ich charakterystyka

Charakter podejmowanych i planowanych w Projekcie działań upowszechniających i włączających do głównego nurtu polityki powoduje częste wzajemne uzupełnianie i przenikanie. Elementy włączania są prowadzone od początku realizacji projektu, jednak ich główne stosowanie planowane jest po analizie wyników testowania i ewaluacji zewnętrznej, po opracowaniu ostatecznej wersji innowacji, która zostanie poddana walidacji.

Do działań włączających rezultaty projektu do głównego nurtu polityki należeć będą:

- **prezentacje rezultatów testowania innowacji na forum posiedzeń 11 Rad wydziałów (komisji programowo-dydaktycznych) lub zebrań pracowników naukowych na 3 pomorskich uczelniach wyższych,**
- **indywidualne konsultacje dotyczące włączenia produktu innowacyjnego ze wskazaniem źródła finansowania do praktyki działania 5 uczelni wyższych w regionie,**



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



- **prezentacje wyników testowania** na spotkaniach informacyjnych dla przedstawicieli organizacji pracodawców: Pomorskich Przedsiębiorców oraz Pomorskiej Izby Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Pomorskiej Rady Przedsiębiorczości,
- **przedstawianie osiągniętych rezultatów, produktu i doświadczeń** na regionalnym szczeblu samorządu – Wojewódzki Urząd Pracy, Departament Departamentu Rozwoju Gospodarczego WP, Agencja Rozwoju Pomorza,
- **indywidualne konsultacje** z przedstawicielami regionalnego parlamentu, regionalnego samorządu i instytucji rynku pracy,
- **utrzymywanie stałego kontaktu z podmiotami i osobami potencjalnie zainteresowanymi wdrażaniem produktu**, za pomocą mailingu, spotkań, konferencji i zewnętrznych eventów, podczas trwania projektu.

Instrumenty i formy *mainstreamingu*

Dla skutecznego przeprowadzenia procesu włączania do głównego nurtu polityki będą wykorzystywane następujące formy *mainstreamingu*:

- **warsztaty szkoleniowe** dla grupy 11 nauczycieli prowadzących zajęcia (użytkownicy),
- **dwie konferencje** upowszechniające z udziałem partnera niemieckiego (po zakończeniu I etapu realizacji oraz po zakończeniu walidacji produktu),
- **warsztaty techniczne** dla 25 os. w ramach konferencji końcowej,
- **11 spotkań informacyjnych** z Radami wydziałów, komisjami dydaktycznymi lub zebraaniami pracowników naukowych 3 pomorskich uczelni,
- **5 spotkań informacyjnych** z organizacjami pracodawców i instytucjami otoczenia biznesu,
- **indywidualne konsultacje** z pracodawcami i innymi podmiotami potencjalnie zainteresowanymi włączeniem produktu.

Bariery w procesie włączania do głównego nurtu polityki

Podobnie jak w przypadku upowszechniania, również *mainstreaming* napotyka na liczne bariery. Należą do nich:

- trudności finansowe i logistyczne związane z wdrożeniem na uczelniach nowego programu zajęć,
- potrzeba okresowej modyfikacji i aktualizacji zawartości merytorycznej produktu (zmiany prawa, warunków gospodarczych i inne),
- dodatkowe zaangażowanie kadry nauczycieli w dostosowywanie metod nauczania z zakresu przedsiębiorczości.

Sukces działań włączających

Sukces działań włączających produkt do głównego nurtu polityki mierzony będzie m.in. monitorowaniem opinii grup docelowych i decydentów, którzy zostali zdefiniowani wcześniej.

Miernikami sukcesu *mainstreamingu* będzie:

- wdrożenie przedmiotów z zakresu przedsiębiorczości do programów nauczania na wydziałach nieekonomicznych w 3 pomorskich uczelniach wyższych,
- listy intencyjne min. 3 Rad wydziałów dotyczące potencjalnej możliwości włączenia produktów do praktyki kształcenia,
- list intencyjny Stowarzyszenia „Wolna Przedsiębiorczość” dotyczący zainteresowania oraz potencjalnej możliwości włączenia produktu do praktyki działania,



- pozytywne testy efektywności wprowadzonych rozwiązań,
- pozytywna opinia nt. produktu finalnego władz samorządu regionalnego,
- pozytywna opinia nt. produktu finalnego samorządu gospodarczego,
- zainteresowanie studentów mierzone liczbą zgłoszeń do biura projektu,
- zainteresowanie nauczycieli akademickich mierzone liczbą zgłoszeń do biura projektu,
- 3 pozytywne opinie i uwagi pracodawców/organizacji pracodawców nt. produktu finalnego uzyskane podczas spotkań informacyjnych.

Ponadto Realizatorzy projektu – Uniwersytet Gdański, Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza, posiadając wiedzę i doświadczenie związane z testowaniem Produktu, posiadając kompetencje do stosowania produktu oraz uczestnicząc w licznych przedsięwzięciach i projektach związanych z promowaniem i wspieraniem przedsiębiorczości wyrażają zainteresowanie w kontynuacji stosowania i wykorzystywania produktu w swojej praktyce działania i zgłaszają swoje zaangażowanie w podejmowaniu działań związanych z włączeniem produktu do oferty realizowanych przez siebie zadań i usług.

VIII. Kamienie milowe II etapu projektu

Wyznaczono następujące kamienie milowe projektu:

- zakończenie warsztatów dla prowadzących zajęcia – 30. września 2012 r.,
- zakończenie realizacji zajęć opartych o symulacje biznesowe – 28. lutego 2013 r.,
- raport z ewaluacji zewnętrznej – 30. kwietnia 2013 r.,
- zakończenie realizacji Otwartego Konkursu Przedsiębiorczości – 31. maja 2013 r.,
- zakończenie prac nad ostateczną wersją produktu – 30. czerwca 2013 r.

IX. Analiza ryzyka

Poniższa analiza ryzyka ma na celu wspomaganie oceny zagrożeń, wskazanie metod zaradczych oraz sposobu kontrolowania i nadzorowania wystąpienia ryzyka. Ryzyko jest nieuchronnym elementem wszelkich prowadzonych działań. Ryzyko w projekcie można zdefiniować jako niepewność uzyskania zaplanowanego wyniku projektu (w kontekście pozytywnym – traktowaną jako szansa, w kontekście negatywnym – jako zagrożenie). W przypadku działań związanych z implementacją innowacyjnej symulacji biznesowej oraz studiów przypadku **Case Simulator** poprzez transfer wiedzy i umiejętności do grup docelowych zidentyfikowano szereg zagrożeń oraz sposobów umożliwiających ograniczenie ich wpływu na realizację projektu. Określono więc konkretne reguły traktowania ryzyka, jak również ustalono poziomy tolerancji dla ryzyka, systematycznie weryfikowane w kluczowych etapach projektu.

Kwantyfikacja ryzyk oparta jest na trzystopniowej skali wartości.

(A) oznacza prawdopodobieństwo wystąpienia zidentyfikowanego potencjalnego zagrożenia w skali od 1 do 3, gdzie 1 oznacza niskie prawdopodobieństwo, a 3 wysokie prawdopodobieństwo.

(B) oznacza wpływ zidentyfikowanego potencjalnego zagrożenia na realizację projektu w skali od 1 do 3, gdzie 1 oznacza bardzo mały wpływ, a 3 bardzo duży wpływ.

(C) oznacza poziom zagrożenia wynikający z multiplikacji wartości A oraz B, tj. $C = A \times B$.



W ten sposób zostały zidentyfikowane najważniejsze zagrożenia dla realizacji projektu w skali od 1 do 9. Zagrożenia w skali 1-3 zostały uznane za marginalne, w skali 4-6 za krytyczne, a w skali 7-9 za katastrofalne dla realizacji projektu. W związku z tym za istotne uznawane są zagrożenia, które uzyskały co najmniej 4 punkty.

Analiza zagrożeń dla projektu i sposobów ich ograniczania

Opis zagrożenia	A. Prawdopodobieństwo wystąpienia zagrożenia $1 \leq A \leq 3$	B. Wpływ zagrożenia na realizację projektu $1 \leq B \leq 3$	C. Poziom zagrożenia $C = A \times B$	Sposób ograniczenia najważniejszych zagrożeń
Zagrożenia dotyczące obszaru zarządzania projektem				
Zmiany interpretacji zapisów systemu realizacji PO KL, zasad wdrażania projektów innowacyjnych oraz zasad dotyczących kwalifikowania kosztów	2	1	2	Realizatorzy posiadają doświadczenie w zakresie wdrażania projektów EFS, jak również w obszarze zarządzania zmianami i pracy w warunkach zmiennych regulacji prawnych. Daje to rękojmię elastyczności i skuteczności w przypadku konieczności reagowania na zmianę zasad i zapisów systemowych.
Opóźnienia w wypłacie transz przyznanego dofinansowania	1	2	2	Realizator jest bardzo dużą instytucją, która operuje znacznymi środkami finansowymi. Ryzyko to nie stanowi zatem o całkowitej utracie płynności finansowej. W przypadku opóźnień w przekazywaniu kolejnych transz przyznanego dofinansowania jest w stanie czasowo wyłożyć środki własne w celu gwarantowania realizacji zaplanowanych zadań.
Przekroczenie planowanych terminów wdrożenia lub/i planowanych pozycji kosztowych	1	2	2	W ramach wdrażania i testowania produktu wykorzystywana jest bezpośrednia kontrola działań, kosztów oraz harmonogramu przez Kierownika Projektu wspieranego przez członków Komitetu Sterującego. Ważnym narzędziem monitoringu jest sporządzanie miesięcznych raportów z działań w ramach poszczególnych zadań. Konfrontacja takich raportów z harmonogramem wraz z kontrolą kosztów pozwolą na motywowanie w zakresie <i>timingu</i> oraz zdiagnozowanie ewentualnych odchyleń i wdrożenie odpowiednich korekt do pozycji niezgodnych z harmonogramem.
Przedłużające się procedury wyboru wykonawców lub konieczność ich ponowienia	2	2	4	Realizatorzy projektu dokonują wyłonienia wykonawców zgodnie z procedurami, które były już wielokrotnie stosowane, stąd znają mechanizmy działania w tym zakresie. Jednak wielkość i charakter organizacji stanowi o rozbudowaniu struktury Działu Zamówień Publicznych, jak też o możliwości długotrwałego przebiegu procedur udzielania zgody na zamówienie, bądź procedur przetargowych. Skutecznym sposobem na ograniczenie tego ryzyka jest podejmowanie działań ze znacznym wyprzedzeniem i inicjacja działań przetargowych ok. 3 miesięcy przed planowanym w harmonogramie działaniem.
Nadmierne obciążenie zadaniami personelu partnera krajowego	3	1	3	W harmonogramie zadań istnieją momenty skumulowania zadań pod względem ich pracochłonności. Partner krajowy dokonuje stosownych przesunięć w zakresie obciążenia zadaniami swoich zasobów kadrowych. Powinno to zabezpieczać poprawność i terminowość wykonania zadań.
Trudności we współpracy z partnerem zagranicznym	1	3	3	Na trudności te składają się głównie dystans geograficzny, różnice językowe i kulturowe, różnice w zakresie możliwości planowania terminów zakończenia etapów prac ze względu na inne terminy świąt państwowych. Sposobem zapobieżenia wystąpieniu konsekwencji tych zagrożeń jest przede wszystkim planowanie z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym oraz utrzymywanie

				ciągłej komunikacji z partnerem zagranicznym.
Ryzyko kraju i rozliczania komponentu ponadnarodowego	2	2	4	Zmiany wewnętrznych procedur dotyczących partnera zagranicznego, co może wpływać na opóźnienia harmonogramu prac.
Zagrożenia w obszarze grup docelowych				
Niewystarczająca liczba zgłoszeń w fazie testowania produktu finalnego – za mało chętnych	1	3	3	Rekrutacja odbiorców będzie miała charakter zamknięty, gdyż grupę docelową stanowią studenci ostatniego roku studiów, będący mieszkańcami województwa pomorskiego. Według stanu na 29.11.2010 r. było to ponad 10.000 studentów. Poparcie władz rektorskich UG dla projektu będzie stanowić element ułatwiający dostęp do potencjalnych odbiorców. Przewidziane jest również bezpośrednie motywowanie poprzez działania promocyjne przed etapem testowania. Dodatkowym elementem wspierającym rekrutację jest obecność przedstawiciela władz dziekańskich wśród realizatorów projektu.
Nadmierna liczba zgłoszeń w fazie testowania produktu finalnego – za dużo chętnych	2	1	2	W celu selekcji uczestników realizatorzy wykorzystywać będą zapisy regulaminu rekrutacji i udziału w projekcie, obejmującymi kryteria wyboru i selekcji odbiorców, zbieżne z założeniami projektu. Studenci uczestniczący w projekcie zostaną wybrani przy pomocy grupowania rezultatów otrzymanych w teście wstępnym z zakresu badania postaw przedsiębiorczych. Utworzonych zostanie 11 grup szkoleniowych, co odpowiada liczbie wydziałów.
Nierówny poziom grup i nietrafiony dobór odbiorców testowania	1	2	2	Rezultaty testu wstępnego, służącego wyborowi grup studentów, zostaną uszeregowane malejąco i zakreślone kwintylami. Z każdego kwintyla wybrane zostaną trzy osoby, co wpłynie na zwiększenie reprezentatywności grupy. W ramach każdej z 11 grup szkoleniowych utworzone zostaną podgrupy 3-osobowe, co pozwoli rozwijać umiejętności pracy grupowej.
Rezygnacja odbiorców w trakcie trwania testowania produktu innowacyjnego	1	2	2	W przypadku zdarzeń losowych uniemożliwiających udział w projekcie tworzona będzie lista rezerwowa odbiorców innowacji, co wpłynie na ograniczenie lub nawet wyeliminowanie zagrożenia niewykorzystania miejsc w grupach testujących produkt innowacyjny. Odbiorcy po ukończeniu cyklu szkoleniowego otrzymają stosowne zaświadczenie potwierdzające fakt wzięcia udziału w projekcie.
Zagrożenia związane z etapem testowania				
Możliwość rezygnacji lub ograniczone możliwości partycypacji użytkowników (wykładowców UG) w procesie testowania oraz ograniczenia czasowe wynikające z nakładania się ich obowiązków służbowych	1	2	2	Podczas tworzenia listy użytkowników zostanie stworzona lista rezerwowa użytkowników innowacji. W momencie początkowym etapu testowania podpisane zostaną umowy z pracownikami UG dotyczące uczestniczenia w projekcie w charakterze użytkowników symulacji komputerowej i studiów przypadku. Umowa taka określać będzie wzajemne zobowiązania, zakres i możliwości wykorzystania produktów innowacyjnych oraz harmonogram działań. W efekcie użytkownicy innowacji będą mogli zaplanować personalny harmonogram uwzględniający ich zaangażowanie w prace uczelni. Kolejnym elementem motywującym do priorytetowego traktowania pracy użytkowników w ramach etapu testowania jest ustalenie terminu wypłat wynagrodzenia po poszczególnych etapach cyklu zajęć i dostarczeniu list obecności.
Utrata motywacji odbiorców (studentów) w trakcie etapu testowania innowacji do uruchomienia działalności	2	2	4	W trakcie testowania podkreślana będzie rola wsparcia merytorycznego w zakresie przygotowania do samodzielnego prowadzenia działalności gospodarczej. Umiejętności nabywane podczas testowania innowacji będą z pełną świadomością

				odbiorców innowacji kształtowane jako budujące pozycję odbiorców na rynku pracy. Ważną rolę będą pełnić w tym zakresie użytkownicy testowania (nauczyciele akademicy), których pozytywne podejście będzie wpływało na poziom motywacji odbiorców. Tę pozytywną świadomość kształtować mają wcześniejsze szkolenia.
Zagrożenia związane z etapem walidacji				
Negatywny wynik walidacji	1	3	3	Zagrożenie, na które realizatorzy nie mają wpływu bezpośredniego.
Zagrożenia związane z etapem upowszechniania i włączania				
Niewielkie zainteresowanie interesariuszy projektu udziałem w spotkaniach i seminariach	1	2	2	Przeciwdziałać temu mają stosowane z wyprzedzeniem działania promocyjne. W przypadku niskiej frekwencji na listach zgłoszeniowych realizatorzy zwiększą aktywność związaną z promocją innowacji, wykorzystując poparcie władz rektorskich UG dla projektu oraz wsparcie władz dziekańskich.
Trudności we współpracy z partnerem krajowym podczas organizacji Otwartego Konkursu Przedsiębiorczości	1	3	3	Ze względu na dotychczasową dobrą współpracę oraz doświadczenie partnerów projektu prawdopodobieństwa wystąpienia tego ryzyka oceniane jest na poziomie 1. Jednak ze względu na duży wpływ na realizację projektu, wskazane jest wypracowanie szczegółowego modelu współpracy oraz wydzielenie odpowiedzialności za poszczególne działania związane z organizacją OKP.
Niskie zainteresowanie uczelni wyższych włączaniem innowacyjnego produktu finalnego do praktyki funkcjonowania uczelni	1	2	2	Strategia rozwoju uczelni wyższych zakłada rozszerzanie stosowanych dotychczas metod dydaktycznych zgodnie z wprowadzanymi w uczelniach w 2012 r. Krajowymi Ramami Kwalifikacji. Z uwagi na nacisk KRR na wykorzystywanie innowacyjnych metod dydaktycznych w celu kształtowania nie tylko wiedzy, ale przede wszystkim umiejętności, można stwierdzić, że innowacyjny produkt, którym będzie gra symulacyjna oraz studia przypadku, mają duże szanse na stosowanie w praktyce dydaktyki. Atrakcyjny program gry symulacyjnej wraz ze studiami przypadku wpisuje się w aktualną tendencję kształcenia praktycznego. Ważną rolę odegra również wcześnie informowanie oraz szereg działań promocyjnych.
Brak środków finansowych uczelni wyższych na włączenie innowacyjnego produktu finalnego	2	1	2	Koszty ponoszone przez uczelnie dotyczyć będą wynagrodzenia wykładowców będących użytkownikami produktu finalnego. Istotne jest zdobycie poparcia dla realizacji projektu jako strategicznego priorytetu. Służyć temu będą prezentacje rezultatów testowania produktu na forum posiedzeń rad wydziałów, komisji dydaktycznych oraz indywidualne konsultacje dotyczące włączenia produktu ze wskazaniem źródła finansowania do praktyki działania uczelni wyższych w regionie. Korzyści i możliwości szerokiego zastosowania nowoczesnych metod nauczania dla stymulowania przedsiębiorczości prezentowane będą również podczas konferencji. Wartością dodaną będzie poprawa jakości środków dydaktycznych i tym samym kompetencji nauczycieli.
Brak wsparcia dla użytkowników z uczelni wyższych w fazie upowszechniania	1	1	1	Wnioskodawca deklaruje udzielanie wsparcia w postaci informacji na temat produktu finalnego oraz przeszkolenia użytkowników w fazie upowszechniania. Użytkownicy otrzymają instrukcje do symulacji komputerowej oraz zestaw studiów przypadku wraz ze wskazówkami dotyczącymi prowadzenia zajęć zawierającymi odpowiedzi do pytań problemowych.
Potrzeba okresowej modyfikacji oraz aktualizacji zawartości merytorycznej produktu (zmiany prawa, warunków	1	2	2	Gra symulacyjna jest produktem uniwersalnym, w który wbudowane są opcje pozwalające na wybór różnych scenariuszy rozwoju sytuacji. Studia przypadków zostały opracowane w sposób, dający

gospodarczych i inne)				możliwość koncentracji na zasadniczych problemach merytorycznych wynikających z zakładania i funkcjonowania przedsiębiorstw.
-----------------------	--	--	--	--

Powyższa analiza ryzyka obejmuje ocenę zagrożeń, które mogą pojawić się zarówno na etapie testowania, jak też upowszechniania i włączania produktu finalnego do polityki. Najwięcej zagrożeń zostało zidentyfikowanych na poziomie 2, gdyż było to 11 na 21 wskazań (52%). Za kluczowe dla realizacji projektu zostały uznane zagrożenia, które osiągnęły wartość 4 i więcej, które stanowiły 19% wskazanych zagrożeń. Czynności w zakresie zapobiegania ich wystąpieniu stanowią priorytet dla działań Zespołu Projektowego.



Działania monitorujące i ewaluacyjne zostały zaplanowane w taki sposób, aby zapewnić możliwość wczesnej reakcji na występujące zagrożenia, a w miarę możliwości jeszcze przed ich wystąpieniem. W związku z tym Zespół Projektowy pozostaje w ciągłym kontakcie, co umożliwia szybką ocenę zagrożenia i podjęcie niezwłocznych działań zaradczych. W tym kontekście efektywnej realizacji projektu bardzo istotny jest bieżący nadzór ze strony Kierownika Projektu, jasny podział zadań pomiędzy członkami Zespołu Projektowego i określenie harmonogramu ich wykonania. Do obowiązków Komitetu Sterującego należy powiadamianie Kierownika Projektu o każdym zagrożeniu zewnętrznym dla projektu oraz podejmowanie zalecanych przez Kierownika Projektu reakcji na zagrożenia. Celem naczelnym jest w tym przypadku znalezienie równowagi pomiędzy poziomem ryzyka a korzyściami, które zamierzamy osiągnąć poprzez realizację projektu.

Załączniki

- 1) Produkt finalny: dostęp do osadzonej w sieci symulacji biznesowej.
- 2) Produkt finalny: *Projekt Case Simulator: Studia przypadków.*
- 3) Raport: *Symulacje menedżerskie i studia przypadków. Szkolenia biznesowe w oparciu o symulacje menedżerskie i studia przypadków – najlepsze praktyki.*
- 4) Raport z wywiadów pogłębionych przeprowadzonych wśród przedsiębiorców w ramach projektu *Case Simulator. Projekt Case Simulator – Ankieta przedsiębiorcy – Podsumowanie zebranych danych.*
- 5) Raport z wywiadów pogłębionych przeprowadzonych wśród studentów Uniwersytetu Gdańskiego w ramach projektu *Case Simulator. Projekt Case Simulator – Ankieta studenci – Podsumowanie zebranych danych.*



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



.....
Imię i nazwisko
Funkcja i podpis osoby składającej Strategię
Lider: Uniwersytet Gdański

.....
Imię i nazwisko
Funkcja i podpis osoby składającej Strategię
Partner: Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

