



Strategia Wdrażania Projektu Innowacyjnego Testującego **„FABER – Rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych”**

Temat innowacyjny: *Modernizacja oferty kształcenia zawodowego w powiązaniu z potrzebami lokalnego/regionalnego rynku pracy Programu operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 – 2013 Priorytet IX Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach.*

Nazwa projektodawcy: Miasto Stołeczne Warszawa

Tytuł projektu: FABER – Rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych

Numer umowy: UDA-POKL.09.02.00-14-046/09-00

Zawartość:

I. UZASADNIENIE	2
I.1. Zgodność z priorytetami PO KL	2
I.2. Zgodność z założeniami projektów innowacyjnych	2
I.3. Zakres tematyczny projektu	2
I.4. Zdefiniowanie potrzeb i problemów grupy docelowej	3
II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI	5
II.1. Cele projektu	5
II.2. Rezultaty projektu	6
II.3. Weryfikacja realizacji celów	6
III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO	7
III.1. Wymiary i elementy innowacji	7
III.2. Akademia Rzemiosł Artystycznych – założenia	9
III.3. Grupy docelowe	10
III.4. Warunki funkcjonowania innowacji	10
III.5. Efekty wdrożenia innowacji	11
IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO	11
IV.1. Użytkownicy i odbiorcy na etapie testowania	11
IV.2. Opis przebiegu etapu testowania	12
IV.3. Sposób monitorowania przebiegu testowania	13
V. SPOSÓB SPRAWDZENIA CZY INNOWACJA DZIAŁA	13
V.1. Cele ewaluacji	13
V.2. Ewaluacja wewnętrzna	14
V.3. Ewaluacja zewnętrzna	14
VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA	15
VI.1. Cele strategii upowszechniania	15
VI.2. Grupy docelowe strategii upowszechniania	15
VI.3. Plan działań upowszechniających	16
VII. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI	17
VII.1. Cele strategii włączania do głównego nurtu polityki	17
VII.2. Plan działań włączających	18
VIII. KAMIEŃ MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU	19
IX. ANALIZA RYZYKA	20
IX.1. Ocena ryzyka i zarządzanie ryzykiem	20
ZAŁĄCZNIKI:	21





I. UZASADNIENIE

I.1. ZGODNOŚĆ Z PRIORYTETAMI PO KL

Jednym z głównych założeń Priorytetu IX jest wyrównanie szans edukacyjnych w trakcie procesu kształcenia poprzez wprowadzenie wysokiej jakości usług edukacyjnych, co przekłada się na poprawę sytuacji jednostek na rynku pracy. **Założenia projektu FABER są zgodne z celem szczegółowym 3 Priorytetu IX** w zakresie modernizacji oferty kształcenia zawodowego oraz jej dostosowania do potrzeb lokalnego rynku pracy – przewiduje się uatrakcyjnienie oferty kształcenia w rzemiośle artystycznym, prowadzonego przez rzemieślników-pracodawców oraz szkoły i placówki oświatowe. Opracowanie i upowszechnienie programu szkoleń Akademia Rzemiosł Artystycznych (produkt finalny) spełnia założenia Działania 9.2 w zakresie wzmocnienia atrakcyjności i podniesienia jakości oferty edukacyjnej szkół i placówek oświatowych prowadzących kształcenie w rzemiośle artystycznym.

I.2. ZGODNOŚĆ Z ZAŁOŻENIAMI PROJEKTÓW INNOWACYJNYCH

Projekt FABER wpisuje się w definicję projektu innowacyjnego PO KL w następującym zakresie:

- Jest **kompleksowy** – założenia produktu finalnego oparte są na wiedzy wynikającej z przeprowadzonych badań ilościowych i jakościowych oraz konsultacji z przedstawicielami beneficjentów. Dzięki temu elementy programowe produktu finalnego odpowiadają na realne zapotrzebowanie grup odbiorców i stanowią kompletny zestaw narzędzi służących realizacji założonych celów.
- Jest **uniwersalny** – pomimo ograniczeń branżowych, produkt dostosowany jest do potrzeb szerokiego grona odbiorców i użytkowników w obszarze rzemiosła artystycznego. Nie ma ograniczeń terytorialnych - zastosowanie niewielkich zmian umożliwi dostosowanie projektu do danego obszaru terytorialnego.
- Zakłada **efektywność i trwałość rezultatów** – wielotorowa strategia upowszechniania zapewnia dotarcie z produktem do możliwie największej grupy interesariuszy, co przyczyni się do realizacji celów projektu, w tym popularyzacji wiedzy na temat rzemiosł artystycznych i promocji tej ścieżki kariery zawodowej. Dbałość o wysoką jakość i odpowiedni profil szkolenia Akademia Rzemiosł Artystycznych zapewni podniesienie kompetencji uczestników i poprawi ich sytuację na rynku pracy.
- Stosuje zasadę **empowerment** – przedstawiciele grup docelowych zaangażowani są na każdym etapie projektu, od przygotowania wniosku po realizację. W grupie roboczej biorącej udział w opracowywaniu produktu finalnego znaleźli się przedstawiciele rzemieślników-artystów, uczniowie szkół zawodowych i pobierających naukę u mistrzów, nauczyciele szkół zawodowych i konserwatorzy zabytków.

I.3. ZAKRES TEMATYCZNY PROJEKTU

Rzemiosło artystyczne, określane również jako sztuka użytkowa, zgodnie z przyjętą w projekcie definicją, zajmuje się wytwarzaniem przedmiotów użytkowo-dekoracyjnych o wysokich walorach estetycznych. Są to przedmioty wykonywane w warsztatach rzemieślniczych, z najlepszych materiałów (szlachetne metale, emalie, szkło witrażowe, kryształy, skóry, etc), z użyciem tradycyjnych, przeważnie ręcznych, metod przez najlepszych mistrzów rzemiosła (profesjonalistów, posiadających wiedzę, technikę i rozległą praktykę w swojej specjalności, prowadzących działalność gospodarczą), w pojedynczych egzemplarzach lub w małych seriach,





często na indywidualne zamówienia. Jednak w odróżnieniu od pozostałych wytworów rzemieślniczych, wartość produktów rzemiosła artystycznego tkwi głównie w ich kunszcie artystycznym i unikalności, oryginalnym autorskim pomysłem, realizowanym od projektu do wykonania. Z uwagi na powyższe kryteria ceny przedmiotów użytkowych (np. meble, serwisy stołowe, torebki), wytwarzanych przez rzemieślników artystów osiągają poziom znacznie wyższy do zwykłych, fabrycznych wyrobów. To sprawia, że produkty rzemiosła artystycznego, jako dobra trudno dostępne i wartościowe, obecnie funkcjonują przede wszystkim na rynku towarów luksusowych.

W raporcie z badania wykonanego w ramach projektu¹, określono trzy **grupy cech wyróżniających rzemiosło artystyczne spośród innych zawodów rzemieślniczych**. Są to cechy związane z:

- osobą rzemieślnika-artysty, takie jak: zdolności artystyczne, pasja, wyobraźnia, wyrażanie siebie, wizja, umiejętności i smak;
- produktem, tj: unikalność, artyzm, wysoka cena, ograniczona liczba, wysoka trudność wykonania, wymóg precyzji oraz
- charakterem pracy, tj: pracochłonność, duży nakład pracy ręcznej, długi czas wykonania, brak szablonów, małe użycie maszyn, „sezonowość”, wymóg stałego doskonalenia, tradycja rodzinna, nawiązania do średniowiecznych metod.

Podsumowując, rzemiosło artystyczne jest branżą charakteryzującą się wymogiem wysokiego poziomu kreatywności oraz ciągłego doskonalenia technik i umiejętności (wdrażania innowacji) przy jednoczesnym zachowaniu tradycyjnego warsztatu pracy. W obecnej sytuacji gospodarczej rzemiosło artystyczne jest zagrożone, zauważalne jest zanikanie niektórych zawodów w tej branży. Dlatego też istotna jest zmiana postrzegania rzemiosła artystycznego i podkreślenie jego roli jako elementu sektora kreatywnego o wysokim potencjale rozwojowym.

I.4. ZDEFINIOWANIE POTRZEB I PROBLEMÓW GRUPY DOCELOWEJ

Główną cechą wyróżniającą rzemiosło artystyczne jest unikalność jego wyrobów. Tymczasem, programy kształcenia zawodowego² koncentrują się na aspekcie praktycznym. Brakuje oferty zajęć podnoszących kompetencje artystyczne rzemieślników. Respondenci badania przeprowadzonego w ramach projektu³ zwracają uwagę na potrzebę rozbudowy kwalifikacji rzemieślników w tym zakresie i poszerzenia oferty edukacyjnej poprzez dostosowanie jej do wymagań rynkowych. Dotyczy to zarówno osób kształcących się w szkołach zawodowych, które stwierdzają niedostatek zajęć praktycznych, jak i uczniów zdobywających zawód w systemie czeladniczym, podkreślających deficyty w przekazywanej im wiedzy teoretycznej.

Obecnie rzemieślnicy mogą kształcić się w ponad 100 zawodach, szkolnych i pozaszkolnych. Nauka odbywa się w szkołach zawodowych, policealnych i u rzemieślników-pracodawców, w oparciu o programy nauczania zatwierdzone przez Ministerstwo Edukacji

¹ Grupa IQS, 2011, Raport z badania wykonanego w ramach projektu „Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego przygotowany dla Miasta st. Warszawy.

² Porównaj: standardy egzaminacyjne Mazowieckiej Izby Rzemiosła i Przedsiębiorczości, <http://www.mirip.org.pl/675,standardy-egzaminacyjne.html>

³ ARC Rynek i Opinia, 2011, „Rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych”, badanie jakościowe przeprowadzone w ramach projektu „Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego za zlecenie Miasta st. Warszawy.





Narodowej⁴ (dot. zawodów szkolnych) i programy będące podstawą przeprowadzenia egzaminów kwalifikujących na tytuł czeladnika i mistrza w izbach rzemieślniczych⁵ (dot. zawodów pozaszkolnych). Nauka u rzemieślnika obejmuje umiejętności praktyczne oraz doszkolenie teoretyczne, które może odbywać się w szkołach zawodowych, na kursie doszkalającym lub u pracodawcy. Nauka zawodu bezpośrednio u rzemieślnika jest szansą na przetrwanie zanikających zawodów rzemieślniczych, które w ofertach szkół są pomijane jako nieopłacalne.

W Warszawie nie funkcjonuje żadna szkoła zawodowa kształcąca w zawodach rzemiosła artystycznego. Istnieje jedna szkoła policealna kształcąca w zawodach złotnik-jubiler i kowal artystyczny w ograniczonym jednorocznym cyklu edukacyjnym. Przeprowadzone w ramach projektu badania⁶ wykazały niedoskonałość obu systemów nauczania. Wśród wad szkolnictwa zawodowego respondenci wymieniali: mało atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć, za mały nacisk położony na nowe trendy i specjalistyczne rozwiązania, brak odpowiednich podręczników oraz niedostatek wiedzy z zakresu utrzymania się na rynku i komunikacji z klientem. Z kolei za niedoskonałości nauki u mistrza respondenci tego samego badania uznali: ograniczenia w przekazywanej wiedzy teoretycznej (w tym z zakresu historii sztuki i rzemiosła), mało miejsca na artyzm i samodzielną kreację ucznia oraz brak współczesnych podręczników.

Odpowiedzią na zawężoną ofertę kształcenia w zawodach rzemieślniczych jest projekt FABER. Szkolenie opracowane w ramach produktu finalnego zawiera elementy, których brakuje, lub są niedostatecznie rozwinięte w obu systemach kształcenia. Przetrwanie i rozwój zawodów rzemiosła artystycznego zależy w dużej mierze od popytu na wyroby, które muszą charakteryzować się wysokim kunsztem artystycznym i walorami estetycznymi. Dlatego też produkt wypracowany w ramach projektu kładzie silny nacisk na podniesienie kwalifikacji artystycznych i pobudzenie kreatywności odbiorców.

W ostatnich latach odnotowuje się wyraźny wzrost zapotrzebowania na kadrę z wykształceniem zawodowym – przykładowo, wg raportu KPMG *Migracja pracowników – szansa czy zagrożenie?* w 2007 roku takie zapotrzebowanie deklarowało 72% polskich przedsiębiorstw (dla porównania w 2006 roku było to zaledwie 20%). Wśród zawodów, w których odczuwalny jest brak wykwalifikowanej i doświadczonej kadry, istotną grupę stanowią zawody rzemieślnicze. Potwierdzają to badania przeprowadzone w ramach projektu⁷, ponadto rzemieślnicy-pracodawcy wskazują na problem ze znalezieniem uczniów chętnych do terminowania w zakładach rzemieślniczych.

Według autorów raportu z badania wykonanego w ramach projektu⁸, to właśnie brak zainteresowania ze strony młodego pokolenia jest zasadniczym problemem rzemiosła artystycznego. Zdecydowana większość rzemieślników-artystów nie widzi chętnych do kontynuacji ich pracy. Absolwenci warszawskich gimnazjów częściej decydują się na kontynuowanie nauki w liceach ogólnokształcących, a następnie podjęcie studiów wyższych niż na naukę w zawodzie rzemieślnika. Wśród przyczyn można wymienić takie zjawiska jak: niewielka wiedza na temat zawodów rzemieślniczych oraz negatywne stereotypy dotyczące kształcenia zawodowego. Opracowana strategia upowszechniania i szeroko zakrojone działania

⁴Porównaj: podstawa programowa kształcenia zawodowego MEN, http://www.men.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=547%3Apodstawy-programowe-kształcenia-w-zawodach&catid=56%3Akształcenie-i-kadra-kształcenie-zawodowe-podstawy-programowe-i-programy-nauczania&Itemid=81

⁵Porównaj: standardy egzaminacyjne Mazowieckiej Izby Rzemiosła i Przedsiębiorczości, <http://www.mirip.org.pl/675,standardy-egzaminacyjne.html>

⁶ARC Rynek i Opinia, 2011, badanie jakościowe.

⁷tamże

⁸Grupa IQS, 2011, Raport z badania wykonanego w ramach projektu „Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego przygotowany dla Miasta st. Warszawy.





promocyjne mają za zadanie przyczynić się do zmiany postrzegania nauki zawodów rzemiosła artystycznego wśród młodych ludzi i zachęcić ich do obrania tej właśnie ścieżki kariery.

Sytuację rzemiosła nowoczesnego i zawodów tradycyjnych cechy rzemieślnicze oceniają pesymistycznie. Badanie przeprowadzone na zlecenie Mazowieckiej Izby Rzemiosła i Przedsiębiorczości (MIRiP) w 2009 roku wykazało zjawisko zanikania tradycyjnych zawodów. Jednocześnie badanie przeprowadzone w ramach projektu⁹ wykazało, że rzemieślnicy zauważyli znaczne pogorszenie swojej sytuacji po roku 2000. W okresie PRL rzemiosło artystyczne czerpało korzyści ze swojej monopolistycznej pozycji, a w latach 90. wykorzystywało bardzo duży popyt ze strony instytucji publicznych. Obecnie popyt na wyroby rzemiosła artystycznego spadł. Znacząco osłabia to sytuację ekonomiczną rzemieślników artystów, brakuje klientów (instytucjonalnych i indywidualnych), a jednocześnie nie zmniejszają się obciążenia fiskalne, czy też nie pojawiają się odpowiednie dotacje wspomagające.

Zakłada się jednak, że wraz ze wzrostem zamożności obywateli wzrośnie popyt i zainteresowanie produktami rzemiosła artystycznego, ze względu na ich wysoką jakość i niepowtarzalny charakter. Potwierdzają to badania przeprowadzone wśród mieszkańców Warszawy¹⁰, którzy stwierdzili, że produkty rzemiosła artystycznego są potrzebne (87%), świadczą o dobrym smaku/guście posiadacza (77%), pozwalają się wyróżnić (88%), dodają wnętrzu charakteru (93%) i są praktyczne (71%). Ponadto ankietowani stwierdzili, że w ciągu ostatniego roku zakupili wyrób rzemiosła artystycznego (49%) oraz, zaprzeczyli stwierdzeniu, że zawody rzemiosła artystycznego tracą rację bytu we współczesnym świecie (61%). Tym samym pozytywnie patrzy się w przyszłość całej branży. Najbardziej stawia się na te dziedziny rzemiosła artystycznego, które pozwalają dostosowywać wyroby do gustów klientów indywidualnych: stolarstwo, kamieniarstwo, jubilerstwo, grawerstwo i krawiectwo.

Respondenci badań jakościowych¹¹ zauważają potrzebę wsparcia rzemiosła artystycznego, m.in. poprzez promocję rzemieślników-artystów w mediach i Internecie oraz poprzez organizację targów i wystaw, promocję organizacji cechowej jako miejsca współpracy mistrzów z różnych dziedzin rzemiosła, czy zachęty dla młodzieży, aby zwiększyć ich zainteresowanie pracą w rzemiośle artystycznym. Wszyscy respondenci wskazują również potrzebę doskonalenia zawodowego w postaci szkoleń merytorycznych w zakresie wąskich specjalizacji, nowych technologii, materiałów, szkolenia z zakresu umiejętności pozyskiwania klienta, promocji produktów.

II. CEL WPROWADZENIA INNOWACJI

II.1. CELE PROJEKTU

Celem głównym wprowadzenia innowacji, zgodnym z celem zapisanym we wniosku o dofinansowanie, jest *modernizacja oferty kształcenia zawodowego w rzemiośle artystycznym prowadzonego przez rzemieślników-pracodawców w powiązaniu z potrzebami warszawskiego rynku pracy.*

⁹ Grupa IQS, 2011, Raport z badania wykonanego w ramach projektu „Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego przygotowany dla Miasta st. Warszawy.

¹⁰ ARC Rynek i Opinia, 2011, „Opinia Warszawiaków na temat rzemiosła artystycznego”, badanie ilościowe wykonane w ramach projektu „Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego zrealizowane dla Miasta st. Warszawy.

¹¹ Grupa IQS i ARC Rynek i Opinia, 2011.





Cele pośrednie to:

1. Diagnoza warszawskiego rynku pod kątem zapotrzebowania na usługi i produkty rzemiosła artystycznego i podaży rzemieślników artystów danej profesji oraz usystematyzowanie i pogłębienie wiedzy na temat problemów w ofercie kształcenia w zawodach rzemiosła artystycznego. Działaniem służącym realizacji tego celu jest przeprowadzenie badań jakościowych i ilościowych w I etapie realizacji projektu.
2. Opracowanie programu szkolenia stanowiącego komplementarny element oferty kształcenia w zawodach rzemiosła artystycznego. Akademia Rzemiosł Artystycznych służyć będzie zwiększeniu kompetencji artystycznych uczestników, pobudzeniu kreatywności, poszerzaniu horyzontów oraz podniesieniu ich kwalifikacji zawodowych.
3. Upowszechnienie kształcenia zawodowego pod kątem znaczenia rzemiosła artystycznego. Realizacji celu służyć będzie szereg działań promocyjnych i upowszechniających¹²

II.2. REZULTATY PROJEKTU

Rezultatami twardymi projektu są:

1. raporty z badań ilościowych i jakościowych, dotyczących uwarunkowań rozwoju rzemiosła artystycznego, zapotrzebowania warszawskiego rynku na produkty i usługi z obszaru rzemiosła artystycznego oraz oferty kształcenia w zawodach rzemieślniczych,
2. produkt finalny - Program Szkolenia Akademia Rzemiosł Artystycznych,
3. szkolenia zgodnie z wypracowanym programem,
4. seminarium upowszechniające wyniki analizy efektów testowanego programu szkolenia,
5. konferencja upowszechniająca produkt finalny,
6. materiały informacyjne dotyczące projektu (raporty z badań i produkt finalny wraz z instrukcją jego stosowania) dystrybuowane wśród interesariuszy projektu (potencjalni użytkownicy i odbiorcy)

Rezultatami miękkimi projektu są:

1. upowszechnienie wiedzy na temat zawodów rzemiosła artystycznego,
2. upowszechnienie programu szkolenia Akademia Rzemiosł Artystycznych,
3. podniesienie poziomu wiedzy i kwalifikacji w obszarze rzemiosła artystycznego wśród odbiorców.

II.3. WERYFIKACJA REALIZACJI CELÓW

Podstawowym narzędziem weryfikacji realizacji założonych celów (oraz źródłem danych) będą działania ewaluacyjne, opisane szczegółowo w punkcie V strategii. Istotnym wskaźnikiem weryfikacji osiągnięcia celu będzie liczba chętnych zgłaszających się na szkolenie Akademia Rzemiosł Artystycznych, prowadzone na etapie testowania (przewyższająca liczbę osób przyjętych) oraz liczba rzemieślników starających się o przyjęcie do Ogólnopolskiego Cechu Rzemieślników Artystów w celu usankcjonowania wykonywania zawodu rzemieślnika jako zawodu artystycznego po ukończeniu szkolenia.

¹² Działania opisane w pkt. VI





	Wskaźnik i zakładany poziom	Sposób pomiaru i źródła weryfikacji
Rezultaty twarde		
1.	Realizacja badań jakościowych – 2 i ilościowych – 1 (przeprowadzone na I etapie realizacji projektu)	Raporty z badań udostępnione na stronie internetowej projektu
2.	Opracowanie Programu Szkolenia Akademia Rzemiosł Artystycznych – 1	Przedstawienie do oceny przez Sieć Tematyczną, uzyskana pozytywna opinia
3.	Przeprowadzenie szkolenia na etapie testowania – 25 uczestników	Na podstawie rekrutacji (przyjęte formularze zgłoszeniowe) i frekwencji podczas szkolenia (monitorowanie)
4.	Organizacja seminarium upowszechniającego wyniki ewaluacji szkolenia na etapie testowania – 50 uczestników	Na podstawie listy uczestników
5.	Organizacja konferencji upowszechniającej program szkolenia – 100 uczestników	Na podstawie listy uczestników
6.	Dystrybucja materiałów informacyjnych – 200 interesariuszy	Na podstawie list wysyłkowych
Rezultaty miękkie		
1.	Zwiększenie poziomu wiedzy na temat zawodów rzemiosła artystycznego u 200 interesariuszy	Badania ankietowe przeprowadzone wśród interesariuszy projektu, wywiady bezpośrednie
2.	Wygenerowanie zainteresowania realizacją projektów u innych interesariuszy niż podmioty realizujące projekt	Badania ankietowe przeprowadzone wśród interesariuszy projektu, wywiady bezpośrednie
3.	Pozytywna ocena szkolenia wśród minimum 60% uczestników w kontekście zakresu przekazywanej wiedzy, przydatności zdobytych umiejętności, oceny zwiększenia własnej konkurencyjności na rynku pracy	Badania ankietowe, testy wiedzy przeprowadzone wśród odbiorców projektu na etapie testowania produktu finalnego, w podziale na trzy grupy: 1) młodociani pracownicy zatrudnieni u rzemieślników; 2) rzemieślnicy; 3) uczniowie szkół kształcących w obszarze rzemiosła artystycznego

III. OPIS INNOWACJI, W TYM PRODUKTU FINALNEGO

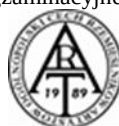
III.1. WYMIARY I ELEMENTY INNOWACJI

Produkt finalny projektu FABER – *rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych* obejmuje trzy wymiary innowacyjności: problem, uczestnik projektu oraz forma wsparcia.

WYMIAR PROBLEMU

W wymiarze problemu odnosi się do zagadnienia potencjału kreatywnego branży rzemiosł artystycznych, dotychczas nie uwzględnianego w polityce na poziomie krajowym i regionalnym. Innowacja polega na opracowaniu narzędzi służących rozwiązaniu problemu dysonansu pomiędzy ofertą edukacyjną szkół zawodowych i systemem kształcenia u mistrzów, a wymaganiami rynku pracy. Podstawa programowa¹³ w procesie edukacji rzemieślników, niezależnie od obranej ścieżki

¹³ Porównaj: standardy egzaminacyjne do egzaminu na czeladnika i mistrza Mazowieckiej Izby Rzemiosła i Przedsiębiorczości, Czeladnik - <http://www.mirip.org.pl/673,egzamin-czeladniczy-standardy-egzaminacyjne.html>, Mistrz - <http://www.mirip.org.pl/674,egzamin-mistrzowski-standardy-egzaminacyjne.html>





kształcenia, nie uwzględnia w wystarczającym stopniu wymiaru artystycznego zawodów rzemieślniczych. Program Szkoleń Akademii Rzemiosł Artystycznych wypracowany w ramach **produktu finalnego jest komplementarny wobec podstawy programowej** w zakresie nauczania w zawodach rzemieślniczych i został porównany z obowiązującymi standardami wymagań będącymi podstawą przeprowadzania egzaminów czeladniczych i mistrzowskich w zawodach rzemieślniczych¹⁴. Zakres szkolenia został opracowany z uwzględnieniem uwarunkowań warszawskiego rynku pracy oraz diagnozy dotyczącej oferty kształcenia w rzemiośle artystycznym. Podniesieniu rangi rzemiosł artystycznych służyć będzie zarówno szkolenie, stanowiące główny element produktu finalnego, jak i działania upowszechniające, prowadzone wśród szerokiego grona odbiorców.

WYMIAR UCZESTNIKA PROJEKTU

W odniesieniu do wymiaru uczestnika projektu innowacja polega na objęciu wsparciem grupy osób niekorzystających dotychczas ze wsparcia polegającego na podnoszeniu kwalifikacji, m.in. z powodu **braku odpowiedniej oferty szkoleniowej**. Odbiorcy są zróżnicowani pod względem wieku, płci, wykształcenia i doświadczenia zawodowego, co nie obniży skuteczności szkolenia, ale czyni produkt bardziej uniwersalnym, a co za tym idzie, dostępnym dla większej liczby odbiorców. Ta innowacyjna koncepcja znalazła uzasadnienie w rezultatach badań jakościowych¹⁵ mówiących o zapotrzebowaniu wśród młodzieży na większą integrację pomiędzy mistrzami a uczniami oraz ma swoje korzenie w wielowiekowej tradycji przekazywania wiedzy i umiejętności w rzemiośle poprzez osobisty kontakt starszego i młodego pokolenia rzemieślników. Taka konstrukcja grupy odbiorców przeciwdziała również poziomej segregacji rynku.

Produkt odpowiada na potrzeby środowiska rzemieślników artystów, zdefiniowane w wyniku spotkań grupy roboczej, w skład której weszli przedstawiciele projektodawcy, partnera, grupy docelowej i przyszłych użytkowników oraz eksperci zewnętrzni. Zaangażowanie tak szerokiej grupy w proces planowania i opracowywania produktu finalnego wpisuje się w zasadę *empowerment*.

Dodatkowym elementem innowacyjnym jest planowane nawiązanie współpracy z placówkami oświatowymi kształcenia zawodowego, uczelniami wyższymi, muzeami, galeriami, pracowniami rzemieślniczymi i konserwatorskimi w procesie wdrażania produktu.

WYMIAR FORMY WSPARCIA

Innowacyjność proponowanej w projekcie formy wsparcia polega na rozszerzeniu wachlarza możliwości podnoszenia kwalifikacji zawodowych grupy docelowej poprzez uzupełnienie istniejącej oferty kształcenia. Szkolenie zaproponowane w ramach Akademii Rzemiosł Artystycznych stanowić będzie dla odbiorców narzędzie do podnoszenia wiedzy, kompetencji i umiejętności kreatywnych, a w konsekwencji rozwoju zawodowego na ścieżce rzemiosła artystycznego. W proponowanym programie szkoleń silnie zaakcentowano kontekst historyczny rzemiosła, wartości estetyczne i artystyczne oraz elementy przedsiębiorczości z naciskiem na nowoczesne techniki marketingowe, co przyczyni się do zwiększenia konkurencyjności rzemieślników artystów na rynku.

Innowację stanowi również sposób przekazywania wiedzy uczestnikom kursu, łączący wiedzę teoretyczną z praktycznymi przykładami (lekcje muzealne, wizyty studyjne, zajęcia plenerowe –

¹⁴ Porównaj: Uchwała nr 8 Zarządu Związku Rzemiosła Polskiego w sprawie standardów wymagań będących podstawą przeprowadzania egzaminów czeladniczych i mistrzowskich w zawodach odpowiadających danemu rodzajowi rzemiosła.

¹⁵ ARC Rynek i Opinia, 2011, „Rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych”, badanie jakościowe przeprowadzone w ramach projektu „Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego za zlecenie Miasta st. Warszawy.





dopracowane metodycznie i spełniające warunek aktywizacji uczestników) i stosujący multimedialne formy prezentacji poszczególnych zagadnień. Cykl zajęć teoretycznych realizowanych w ścisłym związku z interaktywnymi praktycznymi przykładami wykorzystania wiedzy w zawodzie odpowiada na zapotrzebowanie zgłoszone przez respondentów badania jakościowego zrealizowanego w ramach projektu¹⁶ – łączenie zalet obu typów kształcenia zawodowego (w szkołach i u mistrzów).

III.2. AKADEMIA RZEMIOSŁ ARTYSTYCZNYCH – ZAŁOŻENIA

W toku prac grupy roboczej opracowano podział treści szkolenia na dwa bloki tematyczne: ogólny i skierowany do dwóch wybranych branż rzemiosła - w celu zapewnienia większej uniwersalności produktu. Zróżnicowanie treści poszczególnych kursów ze względu na branże rzemiosła wprowadzono w przypadku kursu z historii sztuki i rzemiosła, kreacji artystycznej oraz w przypadku konserwacji zabytków. Całość szkolenia podzielono na blok I – teoretyczny i blok II – praktyczny.

Projekt zakłada zwiększenie kompetencji artystycznych. Zaproponowane we wniosku wykłady uzupełniono o kurs z zakresu kreacji artystycznej, obejmujący m.in. estetykę, kolorystykę czy kompozycję. Ponadto program szkoleń zawiera kursy z historii sztuki i rzemiosła oraz rzemiosła artystycznego (z uwzględnieniem specyfiki rynku warszawskiego), a także historię dwóch wybranych branż rzemiosła¹⁷. Wiedza ta może stanowić źródło inspiracji dla odbiorców podczas kreowania przez nich wyrobów artystycznych, a także zwiększyć ich świadomość kontekstu historycznego wyrobów rzemieślniczych. Ze względu na bogatą i szeroko dostępną literaturę w tym zakresie zdecydowano, iż odbiorcy otrzymają podczas kursu wiedzę, którą będą mogli poszerzyć samodzielnie w oparciu o listę lektur uzupełniających¹⁸. Jednocześnie kurs konserwacji zabytków (obejmujący wiedzę ogólną oraz dotyczącą nowoczesnych metod konserwacji dla dwóch wybranych branż rzemiosła) dostarczy odbiorcom wiedzy w tym obszarze, co może pozytywnie wpłynąć na rozpowszechnienie współpracy rzemieślników z konserwatorami zabytków. Jest to innowacyjne rozwiązanie, dotychczas nie praktykowane. Blok II szkolenia będzie miał charakter praktyczny i obejmie wizyty studyjne w izbach rzemieślniczych, pracowniach rzemieślniczych, muzeach, galeriach i pracowniach konserwatorskich. Zajęcia praktyczne zapewnią, że wiedza teoretyczna nie będzie przekazywana w oderwaniu od rzeczywistości, a ilustracja wybranych informacji za pomocą przykładów ułatwi ich zapamiętanie i problemowe podejście do omawianego tematu. Ze względu na fakt, iż program nauczania zawiera podstawowe wiadomości związane z zatrudnianiem i działalnością gospodarczą, wykłady określone we wniosku jako „Podstawy przedsiębiorczości” zdecydowano się rozszerzyć. Wprowadzono „Przedsiębiorczość z elementami marketingu”, gdzie nacisk położony będzie na komunikację z klientem (zarówno indywidualnym jako instytucjonalnym), budowanie oferty i marki (m.in. poprzez kontynuowanie tradycji rodzinnych), nowoczesne techniki marketingowe (e-marketing) itp. Zdobyta podczas kursu wiedza pomoże uczestnikom lepiej zaistnieć na rynku i podnieść ich kompetencje związane z szeroko pojętym PR.

¹⁶ ARC Rynek i Opinia, 2011, „Rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych”, badanie jakościowe przeprowadzone w ramach projektu „Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego za zlecenie Miasta st. Warszawy.

¹⁷ Opisane w punkcie VI

¹⁸ Rekomendowana lista lektur (Załącznik 3 do wstępnego opisu produktu finalnego) będzie stanowić podstawę do utworzenia biblioteki na potrzeby szkolenia, co odpowiada na problem braku dostępności specjalistycznej literatury zgłoszony przez respondentów badania jakościowego (ARC Rynek i Opinia, 2011).





III.3. GRUPY DOCELOWE

Wśród potencjalnych odbiorców produktu wyróżnić można trzy grupy:

1. młodociani pracownicy zatrudnieni u rzemieślników w celu nauki zawodu w rzemiośle artystycznym;
2. rzemieślnicy kształcący w rzemiośle artystycznym, którzy chcą podnieść swoje kwalifikacje;
3. uczniowie i słuchacze szkół i placówek oświatowych prowadzących kształcenie w rzemiośle o potencjale artystycznym.

Nowatorskie jest tu połączenie przedstawicieli różnych grup wiekowych, co ułatwi integrację międzypokoleniową środowiska rzemieślników-artystów. Uwzględnienie 30% kobiet w grupie odbiorców stanowi sposób na przeciwdziałanie segregacji poziomej rynku pracy - dyskryminacji ze względu na płeć i posługiwaniu się stereotypowym podziałem na zawody męskie i kobiece.

Do grupy użytkowników zalicza się przede wszystkim partner projektu – Ogólnopolski Cech Rzemieślników Artystów, który jest naturalnym środowiskiem rozwoju inicjatyw promujących zawody rzemiosła artystycznego. W dalszej perspektywie grupa ta zostanie poszerzona o cechy rzemiosł artystycznych oraz nauczycieli szkół zawodowych i placówek oświatowych prowadzących kształcenie zawodowe w rzemiośle w innych miastach Polski.

III.4. WARUNKI FUNKCJONOWANIA INNOWACJI

Podstawowym **warunkiem funkcjonowania innowacji** jest trafna diagnoza problemu i grupy docelowej określonych na podstawie badań przeprowadzonych w czasie realizacji projektu. Aby innowacja działała w praktyce należy spełnić kilka podstawowych warunków, poczynając od zatrudnienia wysoko wykwalifikowanej kadry wykładowczej, rozumiejącej potrzeby i specyfikę grupy odbiorców kursu, przez wprowadzenie do produktu finalnego rekomendacji wynikających z ewaluacji przeprowadzonej po etapie testowania, po szeroko zakrojone działania upowszechniające i promocyjne, służące popularyzacji produktu w grupie potencjalnych użytkowników i odbiorców.

Na etapie testowania niezbędne jest dostosowanie kosztów do wyszczególnionych działań oszacowanych w budżecie projektu, uwzględniającym następujące pozycje:

Nazwa	Numer zadania	Koszt łączny (PLN)	Rekomendacje zmian w budżecie
Wypożyczenie pracowni szkoleniowej	12	97 500,00	Przesunięcie środków na wyposażenie sali szkoleniowej w placówce oświatowej na I półrocze 2012.
Organizacja szkolenia Akademia Rzemiosł Artystycznych	5-8	108 258,00	
Analiza efektów testowanego programu szkolenia oraz opracowanie produktu finalnego	9 i 10	75 800,00	Ze względu na zwiększenie zakresu zadań eksperta ds. opracowania finalnej wersji programu szkolenia rekomenduje się zwiększenie kwoty wynagrodzenia do 25 000 zł
Upowszechnianie i włączanie produktu finalnego do głównego nurtu polityki	11	45 000,00	-



Promocja zawodów rzemiosła artystycznego oraz kształcenia w rzemiośle	13	59 300,00	Stworzenie portalu internetowego promującego rzemiosło artystyczne oraz szkolnictwo zawodowe w regionie. Szacowany koszt 20 000 zł.
Koszt całkowity II etapu		385 858,00	

Koszt wdrażania produktu finalnego po zakończeniu realizacji projektu będzie zdecydowanie niższy, ponieważ nie będzie uwzględniał zakupu środków trwałych oraz pozostałych działań niezbędnych jedynie na etapie testowania. Szacuje się, że średni koszt organizacji jednego cyklu szkoleniowego będzie wynosił około 100 000,00 PLN, co w przeliczeniu na jednego uczestnika szkolenia (przy założeniu 50 osób w jednym cyklu w dwóch 25-osobowych grupach) wyniesie około 2 000,00 PLN.

Przy tak określonych kosztach nie występują bariery uniemożliwiające stosowanie proponowanego rozwiązania bez wsparcia środków przeznaczonych na realizację projektów innowacyjnych.

III.5. EFEKTY WDROŻENIA INNOWACJI

Jako długofalowe efekty realizacji projektu zakładane są:

- podniesienie świadomości na temat znaczenia rzemiosł artystycznych jako zawodów kreatywnych, wśród potencjalnych konsumentów produktów oraz obecnych i przyszłych rzemieślników artystów;
- zwiększenie atrakcyjności zawodów rzemiosł artystycznych wśród młodych ludzi wybierających ścieżkę kariery;
- podniesienie konkurencyjności na rynku produktów rzemiosła artystycznego.

Osiągnięcie powyższych efektów, dzięki wdrożeniu innowacji, stanowi wartość dodaną w stosunku do obecnej sytuacji rzemieślników artystów na rynku pracy. Sam program szkolenia, skonstruowany jako narzędzie podnoszenia kompetencji zawodowych, stanowi ofertę komplementarną do funkcjonujących obecnie rozwiązań, uniwersalną w odniesieniu do grupy odbiorców a jednocześnie unikatową w skali istniejącej oferty szkoleniowej.

IV. PLAN DZIAŁAŃ W PROCESIE TESTOWANIA PRODUKTU FINALNEGO

IV.1. UŻYTKOWNICY I ODBIORCY NA ETAPIE TESTOWANIA

Na etapie testowania produktu **użytkownikiem** będzie Ogólnopolski Cech Rzemieślników Artystów. Wymienione w pkt. III.2. grupy docelowe **odbiorców** zostaną wybrane:

- pod względem geograficznym (przedstawiciele rynku warszawskiego);
- pod względem ilościowym do 25 uczestników (w tym 30% kobiet) – około 15 młodych pracowników zatrudnionych u rzemieślników w celu nauki zawodu w rzemiośle artystycznym; około 5 rzemieślników kształcących w rzemiośle artystycznym; oraz około 5 uczniów i słuchaczy szkół i placówek oświatowych prowadzących kształcenie w rzemiośle artystycznym;
- ze względu na uprawianą branżę rzemiosła.





Respondenci badania przeprowadzonego w ramach projektu¹⁹ jako branże o największym potencjale rozwoju wskazali takie, które, ich zdaniem, będą pomagały personalizować produkty, dopasowane do osobowości i gustu klientów indywidualnych. Wśród nich znalazły się: zawody związane z wykańczaniem wnętrz / budownictwem (tj. stolarz, kowal, kamieniarz); zawody dające możliwość inwestycji (tj. jubiler, grawer); zawody związane z modą (tj. hafciarz, krawiec, kaletnik) a także zawody związane z zainteresowaniami (np.: płatnerz). W oparciu o wyniki badania oraz wypracowane stanowisko w ramach grupy roboczej, do etapu testowania wytypowano **dwie branże rzemiosła** – dziedziny o wysokim potencjale, które pozwalają kreować wyroby dostosowane do gustów klientów indywidualnych:

- związane z kreacją wizerunku człowieka – np. krawiectwo, hafciarstwo, kaletnictwo, szewstwo, jubilerstwo;
- związane z kreowaniem przestrzeni – np. kowalstwo artystyczne, stolarstwo, kamieniarstwo, witrażownictwo.

W procesie wyboru dwóch branż rzemiosła na etap testowania zastosowano także kryteria wypracowane w toku spotkań grupy roboczej, dotyczące możliwości współpracy: z konserwatorami zabytków, projektantami mody i wnętrz, przy rekonstrukcjach historycznych oraz z agencjami reklamowymi.

IV.2. OPIS PRZEBIEGU ETAPU TESTOWANIA

1. Rekrutacja Uczestników

Informacje o naborze oraz regulamin naboru ukażą się na stronie internetowej Partnera w projekcie. Rekrutacja przebiegać będzie w oparciu o wypełnione przez kandydatów formularze oraz rozmowę kwalifikacyjną. Formularz zawierać będzie pytania dotyczące wieku, płci, wykształcenia i doświadczenia zawodowego kandydata, a przede wszystkim motywacji do uczestnictwa w szkoleniu, co stanowić będzie podstawę do oceny kandydatury.

Wyboru dokona komisja rekrutacyjna, w skład której wejdą przedstawiciele projektodawcy i partnera. W wyniku rekrutacji zostanie zachowana proporcja 30% kobiet wśród odbiorców projektu oraz założone proporcje liczbowe poszczególnych grup docelowych.

Kursanci wybrani w procesie rekrutacji podpiszą umowy zobowiązujące do ukończenia szkolenia, czego warunkiem będzie uczestnictwo w przynajmniej 75% zajęć. Partner projektu zakłada również (po wprowadzeniu zmian w statucie) przyznawanie Certyfikatu ukończenia Akademii Rzemiosł Artystycznych, co ułatwiałoby przystąpienie do cechu po uzyskaniu tytułu czeladnika, jak również umożliwiałoby aktywność w ramach Cechu w charakterze kandydata na członka. Certyfikat taki podniesie atrakcyjność szkoleń dla potencjalnych odbiorców. Jednocześnie są prowadzone rozmowy z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego zmierzające do uzyskania patronatu Ministerstwa nad szkoleniem i poświadczania certyfikatu.

2. Rekrutacja Kadry

Kolejnym krokiem będzie **rekrutacja odpowiednio wykwalifikowanej kadry wykładowców**, którzy stworzą autorskie scenariusze zajęć w ramach poszczególnych elementów kursu w oparciu o założenia przedstawione we wstępnym opisie produktu finalnego i z uwzględnieniem specyfiki grupy docelowej i wyników badań. Wykładowcy przygotowują również zestawy materiałów dydaktycznych dla kursantów.

¹⁹ Grupa IQS, 2011, Raport z badania wykonanego w ramach projektu „Faber – rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego przygotowany dla Miasta st. Warszawy.





3. Zaplecze Techniczne

W ramach przygotowań do realizacji etapu testowania szkolenia zostanie przeprowadzona **modernizacja sali wykładowej** w siedzibie Ogólnopolskiego Cechu Rzemieślników Artystów, zakupione zostanie odpowiednie wyposażenie służące realizacji szkolenia oraz stworzona będzie biblioteka, gromadząca publikacje stanowiące materiały pomocnicze dla odbiorców szkolenia, uzupełniające i pogłębiające wiedzę dotyczącą wybranych zagadnień omawianych w ramach zajęć.

4. Realizacja Szkolenia

Następnie zostanie przeprowadzone **szkolenie na etapie testowania Akademii Rzemiosł Artystycznych**, zgodnie z założeniami wypracowanymi w opisie produktu finalnego. Termin szkoleń, w toku prac grupy roboczej, został zmodyfikowany w odniesieniu do założeń wniosku o dofinansowanie, co wynika ze zmian w programie szkolenia oraz zidentyfikowania potrzeby przedłużenia czasu na przygotowanie do jego realizacji. Zakłada się, iż do wszystkich zajęć teoretycznych zostaną przygotowane sylabusy, listy lektur uzupełniających oraz multimedialne materiały dydaktyczne.

Etap testowania zakończy **ewaluacja**, na podstawie której opracowany zostanie ostateczny produkt finalny. Uzupełnieniem wyżej wymienionych elementów będą działania upowszechniające i promocyjne²⁰.

IV.3. SPOSÓB MONITOROWANIA PRZEBIEGU TESTOWANIA

Za monitorowanie realizacji etapu testowania odpowiadać będzie koordynator projektu przy współpracy z asystentem. Prowadzony w fazie testowania **monitoring** będzie prowadzony w celu wspomagania procesów decyzyjnych, śledzenia postępu prac, gromadzenia informacji i znajdowania adekwatnych rozwiązań w przypadku identyfikacji zagrożeń.

Monitorowanie będzie prowadzone na bieżąco, przy comiesięcznym podsumowaniu postępów prac. Pozwoli to na szybkie reakcje na zgłoszone potrzeby zmian i potencjalne problemy. Koordynator i jego asystent będą w stałym kontakcie z wykładowcami prowadzącymi zajęcia w ramach szkolenia Akademia Rzemiosł Artystycznych oraz uczestnikami kursu. Będą również korzystać z danych uzyskanych w wyniku ewaluacji bieżącej.

V. SPOSÓB SPRAWDZENIA CZY INNOWACJA DZIAŁA

V.1. CELE EWALUACJI

Skuteczność wypracowanych w ramach projektu działań innowacyjnych oraz ich efektów będzie weryfikowana poprzez rozbudowany monitoring, ewaluację wewnętrzną i zewnętrzną. **Innowacja działa** jeżeli w wyniku jej zastosowania, odbiorcy wypracowanego produktu potwierdzą w fazie testowania przydatność szkolenia, w jakim wezmą udział, w kontekście ich ścieżki rozwoju zawodowego w obszarze rzemiosła artystycznego.

Celem przeprowadzenia ewaluacji jest znalezienie odpowiedzi na następujące kluczowe pytania:

1. Czy wypracowany w ramach projektu produkt odpowiada na faktyczne, zgłaszane przez jego odbiorców i użytkowników potrzeby?
2. W jakim stopniu proponowana innowacja jest lepsza od istniejących rozwiązań, bardziej atrakcyjna i efektywna?

²⁰ Działania przedstawione w punkcie VI.





3. Czy zaproponowane w ramach wypracowanego produktu rozwiązania są optymalne pod względem kosztowym i organizacyjnym?
4. Czy zasadne jest podejmowanie działań upowszechniających i wdrażających?

V.2. EWALUACJA WEWNĘTRZNA

Ewaluacja wewnętrzna prowadzona będzie w celu oceny procesów realizacji projektu na etapie testowania i upowszechniania. Planowane są cykliczne spotkania z udziałem interesariuszy projektu, gdzie omawiane będą efekty realizacji i użyteczności wypracowywanego produktu finalnego w kontekście jego wykorzystania w szerszej praktyce. Na spotkaniach omawiane będą również wyniki ewaluacji bieżącej przeprowadzanej w celu pomiaru satysfakcji odbiorców projektu z proponowanego produktu.

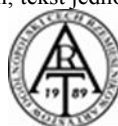
V.3. EWALUACJA ZEWNĘTRZNA

W celu przeprowadzenia badania zasadniczych efektów testowanego produktu finalnego zostanie zlecona **ewaluacja zewnętrzna**. Ewaluacja zewnętrzna oparta będzie o techniki i narzędzia jakościowe (scenariusze wywiadów pogłębionych i swobodnych) jak i ilościowe (kwestionariusze wywiadów ustrukturyzowanych, testy wiedzy i umiejętności). Skupi się na ocenie produktu w aspekcie jego skuteczności, efektywności, adekwatności oraz możliwości zastosowania przez użytkowników. Ma charakter usprawniający i jej zasadniczym celem jest wskazanie kierunków ewentualnych modyfikacji produktu finalnego.

Zlecenie usługi na zewnątrz zapewni rzetelność i wiarygodność badania. W celu zachowania bezstronności przeprowadzonej ewaluacji podmiot zostanie wyłoniony z zachowaniem zasad konkurencyjności i przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych²¹. Wybrany wykonawca opracuje metodologię, przeprowadzi badania produktu, opracuje raport wraz z rekomendacjami ewentualnych kierunków rozwoju i ulepszeń. Do szczegółowych zadań wykonawcy należeć będzie:

1. Opracowanie raportu metodologicznego – szczegółowej koncepcji badania ewaluacyjnego wraz z niezbędnymi narzędziami badawczymi: scenariuszami wywiadów swobodnych i pogłębionych, testów wiedzy i umiejętności, kwestionariuszy wywiadów ustrukturyzowanych.
2. Zebranie niezależnych opinii zewnętrznych interesariuszy projektu – decydentów i użytkowników oraz opracowanie na ich podstawie oceny produktu.
3. Porównanie wniosków i ocen z ewaluacji zewnętrznej i wewnętrznej wskazanie ewentualnych rozbieżności i analiza ich przyczyn.
4. Przeprowadzenie ewaluacji ex-post, badającej produkt w zakresie jego skuteczności (korzyści dla grup docelowych), efektywności, adekwatności, możliwości zastosowania przez użytkowników.
5. Opracowanie raportów cząstkowych i raportu końcowego zawierającego:
 - a. opis celów i przedmiot badania;
 - b. pytania badawcze;
 - c. opis zastosowanej metodologii;
 - d. opis wyników badań;
 - e. wnioski i rekomendacje wobec ostatecznego kształtu produktu finalnego.

²¹ Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych; tekst jednolity Dz.U. z 2010 r. nr 113, poz 759;





VI. STRATEGIA UPOWSZECHNIANIA

Działania upowszechniające skoordynowane będą z innymi działaniami promocyjnymi prowadzonymi przez projektodawcę - Miasto st. Warszawa i partnera - OCRA w obszarze rzemiosła artystycznego, w szczególności z projektem Salon Artystów Rzemiosła²².

VI.1. CELE STRATEGII UPOWSZECHNIANIA

Głównym celem upowszechniania jest wypromowanie produktu finalnego jako skutecznego narzędzia uatrakcyjnienia i podniesienia jakości kształcenia w rzemiośle artystycznym. Celem uzupełniającym, jest popularyzowanie kształcenia zawodowego. **Cele szczegółowe** to zapewnienie rozpoznawalności produktu projektu, informowanie o jego zaletach, promocja rzemiosła artystycznego oraz kształcenia w rzemiośle.

Sugerowane wątki narracyjne:

- w Polsce panuje dobry klimat do rozwoju kształcenia zawodowego; szkolnictwo zawodowe w tym rzemiosło artystyczne to atrakcyjna ścieżka kariery zawodowej warta wyboru (w opozycji do poglądu, że tylko wykształcenie wyższe daje prestiż i sukces zawodowy);
- produkt finalny stanowi komplementarne do istniejącej oferty kształcenia w zawodach rzemiosła, narzędzie zwiększające kompetencje artystyczne, pobudzające kreatywność, poszerzające horyzonty oraz podnoszące kwalifikacje zawodowe; na zdominowanym przez masową produkcję rynku dóbr konsumpcyjnych istnieje duży popyt na wyroby rzemiosła artystycznego, co czyni ten obszar działalności ważną i rozwojową dziedziną indywidualnej przedsiębiorczości; rozwój rzemiosła artystycznego zwiększa potencjał kreatywny – ważny czynnik rozwoju regionalnego.

VI.2. GRUPY DOCELOWE STRATEGII UPOWSZECHNIANIA

Przyjęte grupy docelowe działań upowszechniających można podzielić na trzy kategorie:

- **użytkownicy projektu** – podmioty, które mogą realizować w pełni lub w zmodyfikowanym zakresie wypracowany program po zakończeniu projektu (szkoły zawodowe i inne placówki oświatowe prowadzące kształcenie w rzemiosłach artystycznych, Centra Kształcenia Zawodowego, Centra Kształcenia Ustawicznego, Ochotnicze Hufce Pracy, organizacje pozarządowe, Związek Rzemiosła Polskiego, Mazowiecka Izba Rzemiosła i Przedsiębiorczości, Cechy rzemieślnicze) – działania upowszechniające mające na celu promocję produktu, wskazanie jego zalet i korzyści z jego wdrażania;
- **odbiorcy projektu** – osoby zainteresowane korzystaniem z wypracowanego produktu (młodociani pracownicy zatrudnieni u rzemieślników w celu nauki, rzemieślnicy, kształcący w rzemiośle artystycznym, uczniowie i słuchacze szkół i placówek oświatowych prowadzących kształcenie w rzemiośle artystycznym, uczniowie gimnazjów) – działania upowszechniające mające na celu promocję rzemiosła artystycznego i kształcenia w systemie szkolnictwa zawodowego, promocja produktu finalnego, użyteczności w kontekście rozwoju zawodowego i dopasowania do rynku pracy;

²² Projekt realizowany w partnerstwie Towarzystwa Amicus, Ogólnopolski Cech Rzemieślników Artystów, Miasto st. Warszawa współfinansowanego ze środków EFS w ramach Priorytetu II PO KL.



- **decydenci** – podmioty, których działalność ma wpływ na obszar kształcenia zawodowego, rzemiosła artystycznego i edukację artystyczną (Krajowy Ośrodek Wspierania Edukacji Zawodowej i Ustawicznej; Kuratorium Oświaty w Warszawie; Mazowieckie Samorządowe Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Warszawie; Ośrodek Rozwoju Edukacji, Centrum Edukacji Artystycznej, Ministerstwo Edukacji Narodowej, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Biuro Edukacji Miasta St. Warszawy) – działania mające na celu uświadomienie znaczenia rzemiosła artystycznego w kontekście rozwoju regionalnego, przedsiębiorczości i gospodarki, intensyfikacji lokalnego życia kulturowego i wzmacniania potencjału kreatywnego - ważnego czynnika rozwoju regionalnego.

Wprowadzone zmiany względem wniosku dotyczą rozszerzenia grup docelowych, co uzasadnione jest koniecznością zwiększenia zasięgu działań upowszechniających.

VI.3. PLAN DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH

Charakterystyka podejmowanych działań, założenia i cele	Grupy docelowe	Ramy czasowe
Prowadzenie strony internetowej - informacje na temat znaczenia zawodów artystycznych, uwarunkowań rozwoju, bieżące informacje o projekcie i postępach z jego realizacji. Realizacja we wszystkich fazach wdrażania projektu. Działanie nieuwzględnione we wniosku o dofinansowanie projektu – stanowisko wypracowane na spotkaniach grupy roboczej.	Użytkownicy, odbiorcy, decydenci - łącznie co najmniej 200 interesariuszy projektu	Od stycznia 2012 r., strona prowadzona będzie również po zakończeniu realizacji projektu.
Działania PR. Udostępnienie informacji prasowych do dziennikarzy dotyczących realizowanego projektu – upowszechnienie wiedzy i promocja zawodów artystycznych, promocja projektu i produktu finalnego. Działania PR będą prowadzone we wszystkich fazach wdrażania ze zwiększoną intensywnością na początku fazy testowania oraz w fazie upowszechniania i włączania	Odbiorcy, użytkownicy łącznie co najmniej 200 interesariuszy projektu.	Od listopada 2011 r. do grudnia 2012 r.
E-maile, korespondencja tradycyjna, rozmowy telefoniczne, bezpośrednie spotkania - promocja projektu i produktu finalnego, zainteresowanie potencjalnych użytkowników wprowadzeniem produktu finalnego. We wszystkich fazach wdrażania projektu ze zwiększoną intensywnością na początku fazy testowania oraz po opracowaniu w fazie upowszechniania i włączania	Użytkownicy, łącznie co najmniej 50 interesariuszy projektu.	Od stycznia 2012 r. do grudnia 2012 r.
Ulotki informacyjne promujące rzemiosło artystyczne, zachęcenie do kształcenia zawodowego w kierunku rzemiosła artystycznego, informowanie o produkcie finalnym i jego zaletach, rekrutacja uczestników szkolenia. Termin wykonania zadania przesunięty względem wniosku o dofinansowanie o jeden miesiąc co umożliwi lepsze przygotowanie organizacyjne.	Odbiorcy projektu w wymiarze testowania – uczniowie szkół prowadzących kształcenie w rzemiosle artystycznym; łącznie co najmniej 7000 szt.	Październik-grudzień 2011 w początkowej fazie testowania produktu finalnego oraz marzec - czerwiec 2012
Spoty reklamowe w metrze promujące rzemiosło artystyczne i kształcenie w tym kierunku. W fazie upowszechniania i wdrażania, termin realizacji przesunięty o 12 miesięcy względem wniosku o dofinansowanie w celu intensyfikacji działań informacyjnych w fazie upowszechniania.	Odbiorcy, łącznie co najmniej 200 interesariuszy projektu.	Kwiecień – maj 2012 oraz listopad – grudzień 2012 r.



Seminarium upowszechniające wyniki ewaluacji produktu, które umożliwi włączenie do debaty na temat produktu finalnego i efektów projektu przedstawicieli użytkowników, odbiorców i decydentów.	Użytkownicy, odbiorcy, decydenci, łącznie co najmniej 50 interesariuszy projektu.	wrzesień 2012, w fazie upowszechniania i wdrażania produktu
Organizacja konferencji dla interesariuszy projektu dotycząca produktu, możliwości jego zastosowania i efektów projektu – upowszechnienie produktu finalnego wśród potencjalnych użytkowników, zachęcenie do jego wdrożenia.	Użytkownicy, odbiorcy, decydenci, łącznie co najmniej 100 interesariuszy projektu.	listopad 2012 r., w fazie upowszechniania i wdrażania produktu
Opracowanie i publikacja artykułów sponsorowanych promujących produkt finalny, zachęcający do jego stosowania przez innych użytkowników - promocja rzemiosła artystycznego.	Użytkownicy, odbiorcy łącznie co najmniej 200 interesariuszy projektu.	X – XII 2012 w fazie upowszechniania i wdrażania produktu

VII. STRATEGIA WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

VII.1. CELE STRATEGII WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI

Głównym celem działań włączających jest wdrożenie finalnego produktu projektu do szerokiego nurtu praktyki i polityki regionalnej. Jeszcze w trakcie prac na etapie przygotowawczym partner projektu OCRA rozpoczął prace nad zmianami statutu w postaci zapisów umożliwiających organizowanie i prowadzenie kursów zgodnych z wypracowanym programem. Transfer wiedzy na temat produktu do podmiotów zainteresowanych jego replikowaniem dodatkowo gwarantować będzie utrzymanie produktu i jego rozwój po zakończeniu projektu, a przez to zapewni trwałość rozwiązań innowacyjnych wypracowanych w projekcie.

Celem wspomagającym działań włączających jest zapewnienie atrakcyjności wypracowanego produktu wśród grupy odbiorców i użytkowników.

Cele szczegółowe:

- Pozyskanie patronatu Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego nad wydawanym przez OCRA certyfikatem dla projektów szkoleniowych realizowanych zgodnie z wytycznymi i założeniami wypracowanego produktu finalnego;
- zwiększenie gotowości do realizacji programu przez publiczne i niepubliczne instytucje działające w obszarze kształcenia zawodowego i edukacji artystycznej;
- wzmocnienie działań rzeczniczych i lobbingowych względem decydentów, poprzez wpływanie na lepsze zrozumienie przez decydentów specyfiki i problemów w obszarze kształcenia rzemiosła artystycznego;
- ułatwienie procesów udzielania rekomendacji, opinii, stanowisk w zakresie rozwiązań prawnych i systemowych dotyczących kształcenia w kierunku rzemiosł artystycznych, oraz obszarów działań zawodowych artystów rzemieślników takich jak konserwacja zabytków;
- wpływanie na regulacje prawne i rozwiązania systemowe umożliwiające poprawienie prawodawstwa w zakresie kształcenia w kierunku zawodów rzemiosł artystycznych i obszarów działań leżących w gestii rzemieślników artystów takich jak konserwacja zabytków.

Realizacja celu głównego – wdrożenie produktu finalnego do głównego nurtu polityki i praktyki sprowadza się do włączenia produktu do pracy instytucji, będących jego użytkownikami (cechy rzemiosł, szkoły zawodowe i inne instytucje działające w obszarze edukacji artystycznej





i kształcenia zawodowego) oraz do wykreowania sprzyjającego klimatu wśród decydentów warunkującego rozwój kształcenia w obszarze rzemiosła artystycznego (Biuro Edukacji m. st. Warszawy, MEN, MKiDN).

- **Działania o charakterze horyzontalnym** – Celem jest zapewnienie funkcjonowania produktu po zakończeniu projektu oraz jego udostępnienie wszystkim zainteresowanym podmiotom. Działania, które przyczynią się do jego osiągnięcia sprowadzają się do upublicznienia produktu finalnego i działań promocyjnych zachęcających do jego wykorzystania w pełnym lub zmodyfikowanym zakresie. Jednocześnie będzie oferowane wsparcie merytoryczne wszystkim podmiotom zainteresowanym praktycznym wykorzystaniem programu szkolenia. W trakcie testowania produktu oraz w fazie upowszechniania i wdrażania, potencjalni użytkownicy produktu będą zapraszani na spotkania konsultacyjne z organizatorami projektu, na których będą omawiane zasady utrzymania i rozwoju produktu po zakończeniu projektu. Jednocześnie sugestie użytkowników mogą wpłynąć na kształt produktu finalnego, dzięki czemu będzie lepiej dopasowany do ich potrzeb i możliwości organizacyjnych. Grupy docelowe objęte działaniami o charakterze horyzontalnym obejmują cechy rzemiosł, szkoły zawodowe i inne instytucje działające w obszarze edukacji artystycznej i kształcenia zawodowego.
- **Działania o charakterze wertykalnym** – Celem jest stworzenie pozytywnego klimatu dla działań administracyjnych, w obszarze kształcenia zawodowego w kierunku rzemiosł artystycznych i w obszarze działalności zawodowej rzemieślników artystów. Jako działania wertykalne przewiduje się rzecznicstwo na rzecz tworzenia warunków rozwoju produktu finalnego, włączenia go w szerszy nurt praktyki i polityki regionalnej, a także rozwoju samego rzemiosła artystycznego i kształcenia zawodowego w kontekście dostosowania do lokalnego rynku pracy. W tym celu prowadzone będą spotkania, dyskusje, wymiany poglądów organizatorów projektu z decydentami. Grupa docelowa działań o charakterze wertykalnym obejmuje reprezentantów Biura Edukacji m. st. Warszawy, MEN, MKiDN.

O sukcesie działań włączających będzie świadczyło praktyczne wykorzystanie produktu finalnego po zakończeniu projektu. W zakresie opisu działań włączających strategia nie odbiega od wniosku o dofinansowanie.

VII.2. PLAN DZIAŁAŃ WŁĄCZAJĄCYCH

Charakterystyka działania	Ramy czasowe
Bieżące spotkania, dyskusje, wymiany poglądów (w tym za pośrednictwem poczty tradycyjnej i elektronicznej, rozmów telefonicznych i bezpośrednich spotkań), lobbying z decydentami w odniesieniu do produktu finalnego projektu i jego włączenia w szerszy nurt praktyki i polityki regionalnej w obszarze kształcenia zawodowego i rozwoju rzemiosła artystycznego. Działaniem objętych zostanie co najmniej 20 decydentów.	styczeń – grudzień 2012 we wszystkich fazach wdrażania projektu, intensyfikacja w fazie upowszechniania i włączania.
Angażowanie przedstawicieli publicznych i niepublicznych instytucji działających w obszarze kształcenia zawodowego, rzemiosła artystycznego i edukacji kulturowej w proces testowania produktu finalnego. Działaniem objętych zostanie co najmniej 20 użytkowników projektu.	styczeń – grudzień 2012 w fazie testowania, analizy efektów, intensyfikacja w fazie opracowania produktu finalnego
Spotkania organizatorów projektu i konsultacje z decydentami oraz interesariuszami projektu na temat zasad utrzymania, finansowania i rozwoju produktu po zakończeniu projektu. Działaniem objętych zostanie łącznie co najmniej 20 decydentów i użytkowników.	styczeń – grudzień 2012 we wszystkich fazach wdrażania projektu, intensyfikacja w fazie upowszechniania i





	włączania
Udostępnienie wypracowanego produktu poprzez publikację Programu Szkoleń Akademia Rzemiosł Artystycznych i możliwość jego swobodnego wykorzystania przez użytkowników zainteresowanych replikowaniem wypracowanego rozwiązania. Wypracowany Program zostanie przekazany łącznie co najmniej 200 użytkownikom i decydentom.	grudzień 2012, w fazie upowszechnia i włączania do głównego nurtu polityki. działanie prowadzone również po zakończeniu projektu
Konsultacje indywidualne i wsparcie merytoryczne zarówno w kwestii wiedzy teoretycznej jak i praktycznej udzielane podmiotom, zainteresowanym wdrożeniem produktu finalnego, udzielane w formie doradztwa bieżącego długofalowej współpracy, wsparcia na etapie uruchamiania produktu finalnego odtwarzanego w nowych warunkach. Przewidziano co najmniej 5 konsultacji.	wrzesień 2012 w fazie upowszechnia i włączania do głównego nurtu polityki. działanie prowadzone również po zakończeniu projektu

VIII. KAMIENIE MIŁOWE II ETAPU PROJEKTU

Strategia wdrażania dotyczy etapu testowania wstępnej wersji produktu finalnego, jego ewaluacji oraz opracowania ostatecznej wersji produktu finalnego i jego upowszechniania. W związku z tym kamienie milowe II etapu projektu dotyczyć będą powyższych punktów.

Działanie	Ramy czasowe
Dostosowanie sali wykładowej do potrzeb szkolenia, zakup niezbędnego sprzętu i wyposażenia oraz publikacji na potrzeby biblioteki szkolenia.	październik – listopad 2011
Rekrutacja uczestników szkolenia na etapie testowania (zgodnie z przyjętymi założeniami w pkt IV), rozstrzygnięcie rekrutacji, wybór 25 uczestników szkolenia.	październik – grudzień 2011
Zatrudnienie wykładowców o odpowiednich kwalifikacjach i zatwierdzenie szczegółowych sylabusów.	październik – grudzień 2011
Wybór podmiotu odpowiedzialnego za ewaluację etapu testowania.	październik – grudzień 2011
Przeprowadzenie szkolenia na etapie testowania	styczeń – maj 2012
Prowadzenie ewaluacji bieżącej (wewnętrznej)	styczeń – maj 2012
Przeprowadzenie ewaluacji ex-post.	maj – sierpień 2012
Wprowadzenie zmian w produkcie finalnym na podstawie ewaluacji	sierpień – wrzesień 2012
Walidacja produktu finalnego	wrzesień – październik 2012
Upowszechnianie produktu finalnego zgodnie ze strategią upowszechniania	styczeń – grudzień 2012



IX. ANALIZA RYZYKA

IX.1. OCENA RYZYKA I ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

Nazwa ryzyka	Prawdopodo bieństwo wystąpienia	Stopień zagrożenia - skutki	Zarządzanie ryzykiem
	("1" - małe; "2" - średnie; "3" - wysokie)	("1" - słabe; "2" - umiarkowane; "3" - duże)	Działanie
Zagrożenia istotne – 4 punkty			
Rezygnacja odbiorców w trakcie testowania innowacji	2	2	Przeciwdziałanie wystąpieniu tego zagrożenia obejmować będzie następujące działania: wypracowanie atrakcyjnego programu kursu, ciekawy sposób przekazywania wiedzy, użyteczność nabywanych umiejętności, monitoring zadowolenia uczestników, utrzymywanie motywacji;
Brak odpowiedniej liczby uczestników projektu	2	2	Przeciwdziałanie wystąpieniu tego zagrożenia obejmować będzie następujące działania: wypracowanie atrakcyjnego programu, który ze względu na użyteczność przekazywanej wiedzy przyciągnie chętnych do udziału uczestników; zaangażowanie do procesu rekrutacji szkół zawodowych (nauczyciele, dyrektorzy) i innych instytucji zajmujących się kształceniem rzemieślniczym (w tym izby i cechy rzemieślnicze); działania promocyjne wykorzystujące kanały komunikacji i treści przekazu dopasowane do profilu odbiorców projektu.
Niskie zainteresowanie użytkowników produktem finalnym	1	1	Przeciwdziałanie wystąpieniu tego zagrożenia obejmować będzie następujące działania: Działania upowszechniające podkreślające zalety produktu finalnego i korzyści z jego wdrożenia; komunikaty dopracowane do profilu adresatów.
Zagrożenie o sile 3 punkty			
Odrzucenie strategii przez sieć tematyczną	1	3	Przeciwdziałanie wystąpienia tego zagrożenia obejmować będzie następujące działania: zaangażowanie do tworzenia strategii ekspertów, konsultacje z interesariuszami projektu, oparcie założeń strategii na wnioskach z badań społecznych obszaru rzemiosła artystycznego, uwzględnienie sugestii Sieci Tematycznej.
Negatywna walidacja produktu finalnego	1	3	Przeciwdziałanie wystąpieniu tego zagrożenia obejmować będzie bieżący monitoring i ewaluację bieżącą, konsultacje z interesariuszami projektu, korygowanie programu względem zidentyfikowanych zastrzeżeń odbiorców.



Zagrożenia o sile 2 punkty			
Trudności w znalezieniu wykonawców – trenerów i wykładowców oferujących usługi szkoleniowe zgodne z wypracowanym programem i posiadający odpowiednie doświadczenie i kwalifikacje	1	2	Przeciwdziałanie wystąpieniu tego zagrożenia obejmować będzie następujące działania: wypracowanie sieci społecznych kontaktów poprzez upowszechnianie idei projektu wśród wielu grup interesantów, umożliwiające szerokie dotarcie z informacją o naborze wykonawców do udziału w projekcie; zachęta w postaci atrakcyjnego wynagrodzenia, możliwości uczestniczenia w projekcie innowacyjnym i współpracy przy wypracowaniu produktu finalnego.
Zagrożenia o sile 1 punktu			
Nadmierne obciążenie trenerów/wykładowców	1	1	Przeciwdziałanie wystąpieniu tego zagrożenia obejmować będzie następujące działania: Opracowanie harmonogramu kursu z niskim stopniem koncentracji godzin prowadzonych pod rząd przez jednego trenera/wykładowcę w czasie jednego zjazdu.

ZAŁĄCZNIKI:

1. Wstępny opis produktu finalnego projektu innowacyjnego testującego wraz z załącznikami (w odrębnych dokumentach)

Pozytywna opinia nt. produktu finalnego wydana przez Regionalną Sieć Tematyczną jest warunkiem realizacji II etapu projektu. Jednym z kluczowych zadań tego etapu jest testowanie Programu Szkoleń Akademia Rzemiosł Artystycznych. Ewaluacja bieżąca i ex-post oraz opracowane na ich podstawie wnioski i rekomendacje będą podstawą do opracowania ostatecznej wersji produktu finalnego.

.....
Tomasz Pactwa

Zastępca Dyrektora Biura Funduszy Europejskich
Urzędu m.st. Warszawy

.....
Olga Werbeniec

Prezes Ogólnopolskiego Cechu
Rzemieślników Artystów





KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



„FABER – Rzemiosło motorem tworzenia zawodów kreatywnych”
Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego