



STRATEGIA WDRAŻANIA
PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO
„PI – KNOWLEDGE@WORK – ZINTEGROWANY
MODEL KSZTAŁCENIA PRZEZ CAŁE ŻYCIE
NA UCZELNIACH WYŻSZYCH”

Strategia

Temat innowacyjny:

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

Beneficjent:

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu

Nr umowy:

UDA-POKL.04.01.01-00-240/11-00

Szczecin, sierpień 2013



Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie

Zachodniopomorska Szkoła Biznesu

Biuro Projektu:

ul. Żołnierska 53, 71-210 Szczecin

tel. +48 91/ 814 94 57

e-mail: KnowledgeatWork@zpsb.pl

www.KnowledgeatWork.pl

Strategia Wdrażania Projektu Innowacyjnego Testującego „PI – Knowledge@Work – zintegrowany model kształcenia przez całe życie na uczelniach wyższych

Zawartość

I	Uzasadnienie	3
II	Cel wprowadzenia innowacji	5
III	Opis innowacji, w tym produktu finalnego	7
IV	Plan działań w procesie testowania produktu finalnego	11
V	Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa	14
VI	Strategia upowszechniania	16
VII	Strategia włączania do głównego nurtu polityki.....	19
VIII	Kamienie milowe II etapu projektu.....	22
IX	Analiza ryzyka.....	23
X	Załączniki.....	26

Człowiek - najlepsza inwestycja

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

I Uzasadnienie¹

Szkoły wyższe wraz z ich zasobami materialnymi i niematerialnymi, takimi jak infrastruktura dydaktyczno-badawcza, kadra akademicka, studenci oraz wiedza naukowo-badawcza są ważnym ogniwem gospodarki opartej na wiedzy. Wobec rosnącego znaczenia uczenia się przez całe życie (*ang. Lifelong Learning*), pojawia się kwestia dotycząca miejsca i roli uczelni wyższych w sektorze edukacyjnym dla dorosłych². Zgodnie z ustawodawstwem polskim (ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym - PSW) kształcenie ustawiczne powinno być jedną z zasadniczych funkcji uczelni, wynikających z ich misji w działaniach na rzecz edukacji w danym regionie. Jak wskazują badania, Polska nadal należy do grupy tych państw europejskich, w których odniesienia do LLL w misji uczelni wyższych nie są powszechne³. Uczelnie wspomagają ideę LLL poprzez studia podyplomowe (SP), kursy i szkolenia, uniwersytety III wieku, uniwersytety otwarte i zajęcia przeznaczone dla uczniów szkół średnich. Największą popularnością cieszą się SP. W okresie 2007-2011 liczba słuchaczy studiów podyplomowych wahała się przedziale 170-195 tys. osób w każdym roku akademickim, a udział słuchaczy studiów podyplomowych w ogólnej liczbie studentów systematycznie zwiększał się, dochodząc w 2011 r. do poziomu ok. 8% w uczelniach publicznych, i ok. 12% ogółu studentów w uczelniach niepublicznych⁴.

Mimo wyższej elastyczności SP niż studiów I czy II stopnia jest to forma, która na rynku jest Mimo wyższej elastyczności SP niż studiów I czy II stopnia jest to forma, która na rynku jest uważana za znacznie mniej elastyczną niż oferty szkoleń oferowanych przez firmy szkoleniowe. Ustawa PSW dodatkowo wprowadza wymóg realizacji co najmniej 2 semestrów studiów co wydłuża proces zdobywania nowych/uzupełnionych kwalifikacji oczekiwanych na rynku pracy. Uczelnie z reguły nie prowadzą selekcji merytorycznej kandydatów na SP (decyduje kolejność zgłoszeń), stąd też na SP trafiają osoby z różnym poziomem wiedzy i umiejętności o różnych oczekiwaniach i potrzebach. Uczelnie, które powinny być ośrodkami kreującymi potrzebę LLL, wspomagającymi poradnictwo edukacyjne i zawodowe przez całe życie (*lifelong guidance*), stają się biernymi dostawcami kolejnych kierunków wchodząc tym samym w bezpośrednią konkurencję z komercyjnymi firmami szkoleniowymi oferującymi kursy. Starcie to często przegrywają narażając się na krytykę, iż SP dają tylko i wyłącznie wiedzę akademicką (pejoratywnie rozumianą jako „czystą teorię” bez praktycznego zastosowania), a kursy pozwalają na zdobycie zarówno wiedzy, jak i praktycznych umiejętności. Tabela nr 1 prezentuje syntetyczne ujęcie problemów w obszarze kształcenia LLL na uczelniach wyższych ze szczególnym uwzględnieniem SP.

¹ Niniejsza część strategii została przygotowana na podstawie wyników ogólnopolskich badań pierwotnych przeprowadzonych przez Beneficjenta w ramach projektu. Badania zostały zaplanowane w trzech grupach respondentów: słuchacze studiów podyplomowych (Raport „Ogólnopolskie badania słuchaczy studiów podyplomowych”; wkł. grupy: 603 respondentów); wykładowcy (Raport „Ogólnopolskie badania wykładowców studiów podyplomowych”; wkł. grupy: 203 respondentów) oraz osoby odpowiedzialne za studia podyplomowe (Raport „Ogólnopolskie badania na grupie osób odpowiedzialnych za studia podyplomowe”; wkł. grupy: 62 respondentów). Badania przeprowadzono w I kw. 2013r. metodą wywiadu bezpośredniego skategoryzowanego oraz stosując dobór losowo-celowy. Raporty z badań wraz z raportem zbiorczym stanowią załącznik do niniejszej strategii.

² dorośli słuchacze (osoby dorosłe powracające do nauki) stanowią trudną do zdefiniowania kategorię klientów uczelni wyższych. Zazwyczaj przyjmuje się, iż są to osoby starsze niż typowy uczestnik studiów wyższych, które wróciły do kształcenia formalnego po pewnym okresie przebywania poza systemem edukacji; w Polsce odsetek osób dorosłych uczących się po zakończeniu edukacji jest niski, dużo niższy niż w innych krajach (wg Bilansu Kapitału Ludzkiego 2012, jedynie 20% Polaków w wieku 18-64 lata dokształcało się w jakiegokolwiek formie w roku poprzedzającym badanie; wg Eurostatu, odsetek Polaków uczestniczących w LLL wynosi w 2011r. średnio 4,5% i jest o połowę niższy od średniej dla UE).

³ The Higher Education Area: Bologna Process Implementation Report, s. 130 [<http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice> (13.06.2013)]; także w ramach badań w projekcie niespełna 74% respondentów (osób odpowiedzialnych za studia podyplomowe oraz wykładowców) potwierdziło, iż reprezentowania przez nich uczelnia posiada strategię kształcenia ustawicznego Tymczasem, aż w trzech czwartych państw należących do EOSW, LLL jest rozpoznawalne w misji wszystkich instytucji szkolnictwa wyższego

⁴ Szkolnictwo wyższe w Polsce 2013, raport MNiSW [<http://nauka.gov.pl/aktualnosci-ministerstwo/fotografia-polskiego-szkolnictwa-wyzszego-2013.html>]

Tab. 1. Analiza problemów w obszarze kształcenia LLL na uczelniach wyższych, ze szczególnym uwzględnieniem studiów podyplomowych ⁵

Problem	Główne przyczyny	Skutki
<p>Niski stopień elastyczności SP</p> <ul style="list-style-type: none"> 21,31% organizatorów SP uznaje, że SP są mało elastyczne, nie uwzględniając indywidualnych potrzeb słuchaczy 91% wykładowców wskazuje, że słuchacze SP domagają się możliwości elastycznego łączenia form nauczania z jakich korzystają podczas SP 94% wykładowców wskazuje, iż słuchacze SP coraz częściej oczekują oferty edukacyjnej „szytej na miarę” 	<ul style="list-style-type: none"> 40,98% osób zajmujących się organizacją SP uznaje, że decyzje odnośnie oferty SP są podejmowane w niewłaściwy sposób 29,51% organizatorów SP wskazuje na brak podejścia strategicznego do SP 19,67% organizatorów SP wskazuje na brak narzędzi wspomagających modelowanie elastycznych ścieżek kształcenia 18,03% organizatorów SP uznaje, że brakuje standardów opisu efektów kształcenia oraz sposobów ich osiągania 	<ul style="list-style-type: none"> wzrost odsetka słuchaczy SP posiadających opinię o braku dostosowania SP do rynku i wymagań klientów, w odróżnieniu od szkoleń tylko 8,69 słuchaczy wybiera SP ze względu na gwarancję dopasowania kształcenia do indywidualnych potrzeb uczestnika (ale aż 68,36% uważa, że ma to duże znaczenie) tylko 8,06% organizatorów SP (a 9,85% wykładowców) uważa, że słuchacze wybierają SP ze względu na dopasowanie kształcenia do indywidualnych potrzeb uczestnika
<p>Uczelnie stosują mało zróżnicowane sposoby przekazywania wiedzy (niski udział nowoczesnych form kształcenia - interaktywne formy, zastosowanie technologii ICT) i dostępu do materiałów dydaktycznych</p> <ul style="list-style-type: none"> 83,74% wykładowców SP wskazuje na wykład jako preferowaną formę prowadzenia zajęć 44,92% słuchaczy SP uważa, iż uczelnie stosują mało zróżnicowane sposoby przekazywania wiedzy 31,64% słuchaczy SP preferuje wykład z elementami projektów, symulacji, gier, aktywizacji ruchowej 15,25% słuchaczy SP uważa, iż uczelnie stosują metody zajęć nie uwzględniające specyfiki uczenia się osób dorosłych 22,95% organizatorów SP wskazuje na opór ze strony wykładowców wobec zwiększania zakresu ICT w nauczaniu 	<ul style="list-style-type: none"> 18,03% organizatorów SP uznaje, że kompetencje kadry akademickiej są nieadekwatne do specyfiki klienta w segmencie edukacji całożyciowej, a 18% wykładowców dodaje, że ma niewystarczające umiejętności w obszarze metod kształcenia dostosowanych do potrzeb osób dorosłych powracających do nauki 21,31% organizatorów SP wskazuje na ograniczenia w zakresie infrastruktury, doprowadzenia zajęć na odległość i w technologiach mobilnych znaczne koszty związane z zakupem gier symulacyjnych, gier szkoleniowych, przygotowaniem interaktywnych materiałów e-learningowych, m-learningowych duże grupy szkoleniowe (zwłaszcza na uczelniach publ. grupy słuchaczy niejednokrotnie przekraczają 40 osób) – 16% wykładowców SP wskazuje na ten problem 	<ul style="list-style-type: none"> znikomy odsetek słuchaczy nadających oceny wysokie oraz bardzo wysokie (poniżej 30%) zindywidualizowaniu komunikacji pomiędzy słuchaczami studiów podyplomowych i wykładowcami (w ramach konsultacji, czatów itp.) tylko 14,92% słuchaczy wybiera SP ze względu na gwarancję wykwalifikowanej kadry wykładowców (ale ponad 70% uważa, że ma to duże znaczenie) tylko 8,03% słuchaczy wybiera SP ze względu na nowoczesne metody kształcenia (ale ponad 70% uważa, że ma to duże znaczenie) tylko 14,52% organizatorów SP (6,90% wykładowców) uważa, że słuchacze wybierają SP ze względu na nowoczesne metody kształcenia (ale ponad 60% słuchaczy uważa, że ma to duże znaczenie)
<p>Mały udział aspektów praktycznych (w tym – zajęć z praktykami)</p> <ul style="list-style-type: none"> 33,11% słuchaczy wskazuje iż SP charakteryzuje mały udział aspektów praktycznych (w tym – zajęć z praktykami) 75,81% organizatorów SP wskazują, iż uwzględnia się aspekty praktyczne w SP 66,01% wykładowców SP uważa, że na SP są uwzględniane aspekty praktyczne 	<ul style="list-style-type: none"> niewielki kontakt niektórych z wykładowców akademickich z praktyką gosp. duże grupy szkoleniowe (zwłaszcza na uczelniach publ. grupy słuchaczy niejednokrotnie przekraczają 40 osób) ciągle zbyt mały udział osób z praktyki gosp. wśród prowadzących SP program SP często budowany pod kątem dostępnej kadry wykładowców, a nie pod kątem wymagań rynkowych 	<ul style="list-style-type: none"> tylko 15,74% słuchaczy wybiera SP ze względu na gwarancje praktyczności kształcenia, a tylko 7,70% wybiera SP ze względu na związek programu kształcenia z praktyką (ale aż 79,67% uważa, że ma to duże znaczenie) tylko 14,52% organizatorów SP (11,82% wykładowców) uważa, że słuchacze wybierają SP ze względu na duży udział praktycznych aspektów w programie kształcenia

⁵ Niniejsze zestawienie przygotowano na podstawie przeprowadzonych badań; patrz przypis 1

Podsumowując zestawienie w tabeli 1 można wskazać, iż wszystkie trzy grupy docelowe (słuchacze, organizatorzy i wykładowcy SP) wskazują na istnienie podobnych problemów, ich przyczyn i skutków. To co niestety różni to skala postrzegania poszczególnych problemów. Warto wspomnieć o jeszcze jednej znaczącej różnicy w opiniach. W ramach badań wszystkie trzy grupy zostały poproszone o wskazanie, które czynniki są istotne w wyborze SP jako formy LLL. Tylko **14,75% słuchaczy** wskazuje, iż wybiera SP ze względu na większy prestiż świadectwa ukończenia studiów podyplomowych niż świadectwa ukończenia szkolenia, ale już **19,40% wykładowców** myśli w ten sposób i **aż 67,74% organizatorów SP**. Trwanie w wierze, że świadectwo SP i prestiż uczelni pokryje wszelkie niedostatki związane z prowadzeniem SP może być działaniem bardzo krótkowzrocznym i zdecydowanie niewystarczającym dla utrzymania rynkowej wartości studiów podyplomowych.

Biorąc pod uwagę wyniki badań oraz analizę strategicznych kierunków interwencji publicznej w obszarze szkolnictwa wyższego i polityki LLL można określić główne wyzwania stojące przed uczelniami wyższymi:

1. uznanie kompetencji zdobytych przez uczących się w systemie innym niż formalny,
2. dopasowywanie treści i form kształcenia do realnych potrzeb osób dorosłych powracających do nauki,
3. dopasowanie oferty do potrzeb gospodarki,
4. zapewnienie jakości kształcenia i uczenia się,
5. zwiększenie zakresu doradztwa w zakresie kariery edukacyjnej i zawodowej.
6. dbałość o profesjonalizację nauczania osób dorosłych,
7. upowszechnienie wykorzystania nowych technologii w procesie nauczania i uczenia się.

Przełamanie stagnacji w rozwoju uczenia się osób dorosłych w Polsce, będzie zależało od wypromowania bardziej nowoczesnego modelu uczenia się. Model ten powinien być oparty na docenianiu zgromadzonego już doświadczenia, autonomiczności i odpowiedzialności osób dorosłych oraz na ścisłym związku uczenia się z pracą zawodową. Opracowany w ramach projektu model Knowledge@Work stworzy możliwość integracji kilku form LLL w ramach SP na uczelniach i przyczyni się do zwiększenia ich elastyczności i spersonalizowania, a tym samym zwiększy ich użyteczność na rynku pracy poprzez uwzględnienie kompetencji kluczowych. Dzięki stworzeniu narzędzi wspomagających lifelong guidance będzie kreował rolę uczelni we wsparciu LLL i oddziaływał na pozostałe podmioty odpowiedzialne za wprowadzanie polityki LLL (administrację rządową, samorządową, instytucje szkoleniowe, firmy).

II Cel wprowadzenia innowacji

Przeprowadzone w trakcie pierwszego etapu realizacji projektu badania potwierdzają zasadność i aktualność określonego we wniosku o dofinansowanie celu głównego projektu. W wyniku przeprowadzonych prac w trakcie pierwszego etapu realizacji projektu zaktualizowano i dostosowano do wyników badań wskaźniki celów szczegółowych. Cel główny projektu pozostał bez zmian.

Cele projektu	Cel osiągnięty (Tak/Nie) ⁶	Stan docelowy po wprowadzeniu innowacji (wskaźniki osiągnięcia celu)		Weryfikacja osiągnięcia celu		
		Rodzaj wskaźnika	Wartość końcowa i data jej osiągnięcia	Narzędzie	Czas weryfikacji	Podmiot/osoba odp.
Cel główny						
Wzmocnienie potencjału dydaktycznego polskich uczelni poprzez opracowanie i wdrożenie zintegrowanego modelu LLL „Knowledge@Work” do 12.2015	Nie	Liczba opracowanych i wdrożonych modeli LLL	1 (12.2015)	dokumentacja projektowa, raport z ewaluacji zewnętrznej	08.2015	Menadżer projektu
		Liczba jedn. org. uczelni, które wdrożyły model do końca projektu	10 (12.2015)	listy intencyjne, raporty z wdrożeń, raporty z usług wspomagających wdrożenia	08.2015	j.w.
Cele szczegółowe						
Pogłębienie wiedzy nt. luk w kształceniu LLL realizowanym przez uczelnie wyższe do 03.2013 r.	Tak	Liczba jedn. org. uczelni objętych badaniem	60 (03.2013)	kwestionariusze wywiadów, raport badawczy; wart. osiąg. - 62	03.2013	Koordinator merytoryczny
		Liczba osób objętych badaniem	700 (420K/280M) (03.2013)	kwest. wywiadów, raport bad.; wart. osiąg. – 652 (367K/285M)	03.2013	j.w.
		Ilość opracowań nt. LLL na uczelniach wyższych	5 (03.2013)	raporty badawczych; prot. odb.; wart. osiąg. - 6	03.2013	j.w.
Wzrost użyteczności rynkowej kształcenia w ramach SP na gr. testowej do 06.2015 r.	Nie	Liczba opracowanych narzędzi w ramach modelu	4 (06.2015)	prot. odb., opisy modelu i narzędzi, zestawienia, katalogi standardów	06.2015	j.w.
		Liczba osób, które podniosły kompetencje kluczowe	40 (22K/18M) (06.2015)	wyniki testów BKK, wywiady (analiza ex ante/ex post)	06.2015	j.w.
		Liczba osób, które ukończyły SP na bazie nowego modelu	45 (25K/20M) (06.2015)	świad. ukończ. SP, listy obecności, protokoły egz.	06.2015	Kierownik organizacyjny
		Liczba przeszkolonych brokerów edukacyjnych na etapie testowania	6 (3K/3M) (06.2015)	zaśw. ukończenia szkolenia, listy obecności	06.2015	Koordinator merytoryczny
Wzrost ilości uczelni, które wdrożą do swojej praktyki model Knowledge@Work do praktyki kształcenia osób dorosłych do 12.2015r.	Nie	Ilość przeszkolonych brokerów edukacyjnych	40 (26K/14M) (12.2015)	zaśw. ukończenia szkolenia, listy obecności	12.2015	j.w.
		Liczba przyg. opracowań jako wkład do Polskiej Ramy Kwalifikacji dla SP	1 (12.2015)	opracowanie, prot. odb., protokół przekazania	12.2015	j.w.
		Liczba jedn. org. uczelni objętych działaniami włączającymi	40 (12.2015)	dokumentacja spotkań, ankiety, listy obecności, ankiety	12.2015	koordynator ds. upowszech.
		Liczba pracowników uczelni objętych działaniami upowszechniającymi	50 (30K/20M) (12.2015)	listy obecności, zaświadczenia, dokumentacja spotkań, ankiety	12.2015	koordynator ds. upowszech.
		Liczba jedn. org. uczelni, które wdrożyły model do końca projektu	10 (12.2015)	listy intencyjne, raporty z wdrożeń, ankiety	12.2015	koordynator ds. upowszech.

⁶ na dzień 26.08.2013 r.

III Opis innowacji, w tym produktu finalnego

Innowacyjność rozwiązania polega na nowym podejściu do dobrze rozpoznanego problemu, w odniesieniu do którego stosowane narzędzia nie okazały się dość skuteczne (niska jakość LLL w ramach SP, mała elastyczność, niskie spersonalizowanie oferty dla osób dorosłych). Wymiar innowacyjności dotyczy formy wsparcia czyli stworzenia zintegrowanego modelu kształcenia LLL w oparciu o SP na uczelniach wyższych. Integracja w ramach modelu związana jest z połączeniem narzędzi do tej pory funkcjonujących odrębnie na uczelniach w celu zwiększenia ich użyteczności i przydatności zawodowej dla odbiorców SP. Model opiera się na bazie jaką są SP zmienia jednak znacząco myślenie o sposobie ich tworzenia i realizacji integrując z SP inne formy kształcenia ustawicznego oraz wprowadzając narzędzia lifelong guidance w postaci brokera edukacyjnego.

Proponowane rozwiązanie jest innowacyjne w 4 wymiarach:

- a) systemowym – proponuje nowy, dotychczas niesfunkcjonujący w instytucjach szkolnictwa wyższego o podobnej strukturze edukacyjno-administracyjnej model kształcenia ustawicznego uwzględniający narzędzia lifelong guidance i skondensowane pakiety wiedzy;
- b) technicznym – proponuje nowe narzędzie informatyczne służące do diagnozy kompetencji kluczowych i monitorowaniu postępu ich przyrostu wsparte e-learningowymi i m-learningowymi pakietami wiedzy (pigułkami wiedzy);
- c) ludzkim – proponuje wytworzenie nowych, bardziej proaktywnych postaw edukacyjnych u osób dorosłych oraz motywację do podejmowania wysiłku i ryzyka związanego ze świadomym budowaniem własnych kompetencji;
- d) organizacyjnym - proponuje nowy model realizacji procesu kształcenia podyplomowego na uczelni wyższej.

Elementy innowacyjne:

1. włączenie lifelong guidance w kształcenie SP poprzez działania brokera edukacyjnego i diagnozę słuchaczy w ramach Barometru Kompetencji Kluczowych (BKK)
2. innowacyjny sposób projektowania materiałów e-learningowych – mimo, iż w kształceniu osób dorosłych istotny jest sposób dostarczania wiedzy oparty na tzw. Cyklu Kolba⁷ to większość obecnie opracowywanych materiałów e-learningowych na uczelniach odzwierciedla standardowe podejście do nauczania w formie liniowej (zestawy ekranów z teorią, przykładami i pytaniami weryfikującymi wiedzę). W ramach modelu został opracowany schemat i na jego podstawie przygotowane materiały, które opierają się na cyklu Kolba⁸
3. integracja SP z innymi formami kształcenia pozwalająca na upracticznienie kształcenia (pakiety wiedzy w formie e-learningowej i m-learningowej)
4. włączenie w strukturę SP obowiązkowych modułów kompetencji kluczowych (KK)⁹

⁷ to model uczenia się eksperymentalnego, w którym zachodzi głębokie przetwarzanie treści oraz zachowane są różne style uczenia się takie jak odczuwanie, obserwowanie, myślenie, działanie; jest to podstawowy mechanizm, który wykorzystują dorosłe osoby uczące

⁸ Więcej o innowacyjności podejścia w poradnikach dotyczących zdalnego nauczania będących elementami wspomagającymi wdrażanie modelu i stanowiącymi załącznik do niniejszej strategii

⁹ Pod tym pojęciem rozumie się umiejętności (podstawowe oraz nowo pozyskane), które powinna posiadać jednostka funkcjonująca w społeczeństwie opartym na wiedzy; Nowoczesny pracownik niezależnie od profilu kształcenia musi dysponować zestawem „umiejętności miękkich”, bez których utrzymanie pracy będzie niezwykle trudne. Eksperti rynku pracy podkreślają, że pracę otrzymuje się w 70% dzięki wiedzy fachowej i w 30% dzięki kompetencjom społecznym, traci się zaś w 70% z braku kompetencji społecznych i w 30% z braku kwalifikacji merytorycznych; dobór

5. uelastycznienie SP–do 70% modułów kierunkowych, do 40% modułów KK
6. zastosowanie metodologii m-learningu we wsparciu rezultatów kształcenia – znikomy udział dedykowanych form m-learningowych w ofercie polskich uczelni¹⁰

Grupy docelowe modelu

Użytkownicy: uczelnie wyższe, kluczowa kadra SP, pracownicy odpowiedzialni za administrację SP –uzas. wyboru – jednym z podstawowych aspektów kształtowania potencjału uczelni w kształceniu LLL są SP, które wyróżniają je wśród ofert kształcenia innych instytucji. Kluczowym dla rozwoju potencjału uczelni w zakresie LLL jest więc wzmocnienie roli SP poprzez uelastycznienie, upracticznienie i zindywidualizowanie oferty kierowanej do potencjalnych odbiorców.

Wymiar docelowy - 470 uczelni wyższych (dane MNiSW 2011), z czego 378 uczelni niepublicznych

Odbiorcy: słuchacze SP- osoby dorosłe w wieku 25-64 z wykształceniem wyższym, głównie osoby pracujące (także absolwenci i osoby niepracujące), kadra kierownicza i pracownicza

Wymiar docelowy - ok. 200 tys. osób (wg danych GUS w 2010 r. na SP kształciło się 194212 osób)

Produkt finalny

W opracowanym w ramach projektu modelu Knowledge@Work (K@W) akcent położony jest na zwiększeniu elastyczności programów kształcenia podyplomowego oraz ich użyteczności dla funkcjonowania na rynku pracy poprzez włączenie do programów studiów działań rozwojowych z zakresu kompetencji kluczowych stanowiących około 30-40% programów kształcenia (60-70% natomiast stanowią tzw. kompetencje profesjonalne, specjalistyczne). Model K@W proponuje kandydatom i uczestnikom studiów podyplomowych:

1. Badanie kompetencji kluczowych przy pomocy Barometru Kompetencji Kluczowych (BKK).
2. Zestaw 10 szkoleń e-learningowych na dwóch poziomach z zakresu kompetencji kluczowych dopasowanych do aktualnego poziomu kompetencji kluczowych kandydata (wersja pełna lub zaawansowana).
3. M-learning w postaci gry „Pigułki wiedzy”, jako uzupełnienie szkoleń e-learningowych (również na dwóch poziomach).
4. Opiekę i wsparcie brokera edukacyjnego w procesie dopasowania ścieżki kształcenia do indywidualnych potrzeb.

Narzędzia wykorzystywane w modelu integruje webowa Platforma Knowledge@Work. Umieszczone na niej repozytorium zawiera zestaw procedur, standardów, wytycznych, poradników i innych dokumentów przydanych w trakcie realizacji studiów podyplomowych wg modelu Knowledge@Work. Na rysunku 1 został pokazany schemat modelu K@W. Dokładny opis modelu znajduje się w dokumencie „Podręcznik wdrożenia modelu studiów podyplomowych Knowledge@Work” stanowiącym załącznik do niniejszej strategii.

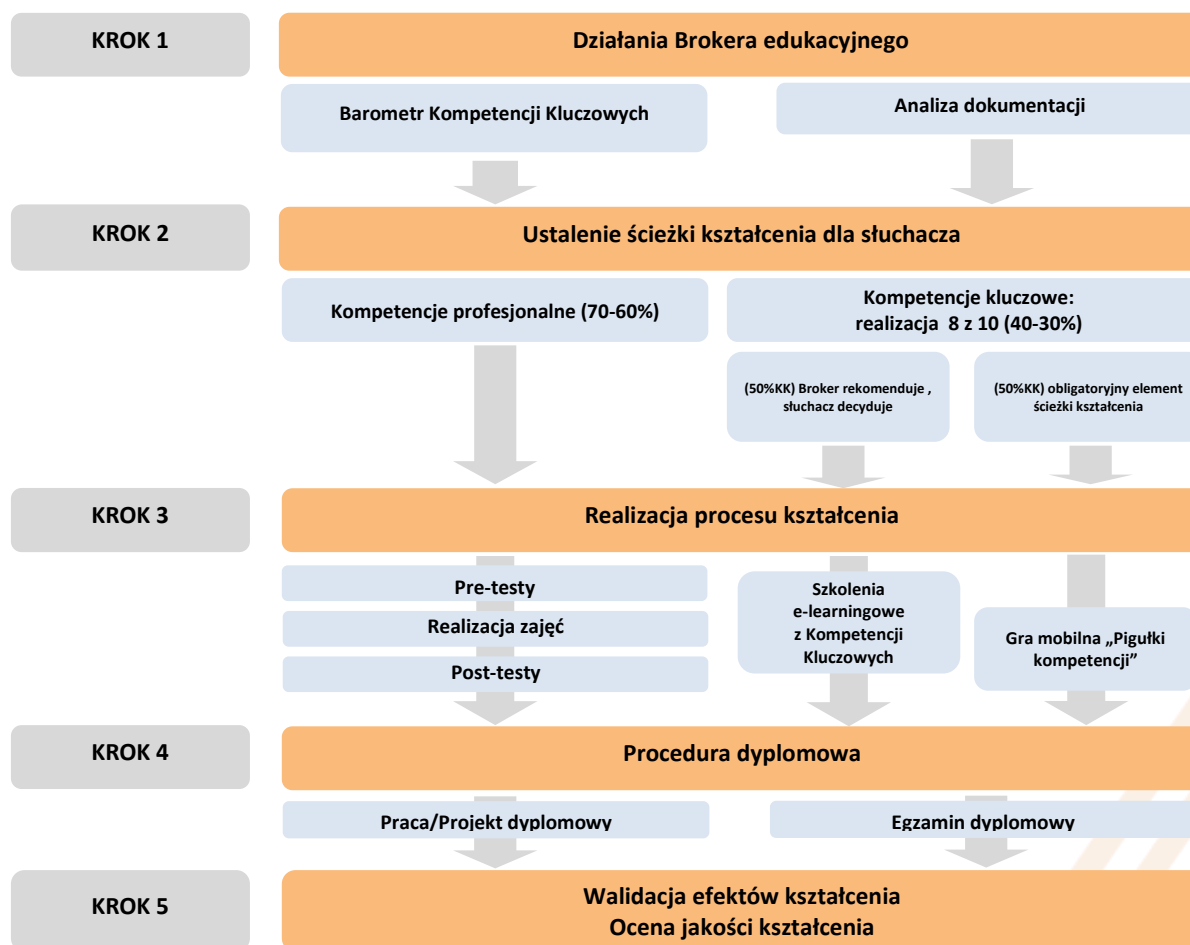
kompetencji kluczowych został oparty na badaniach przeprowadzonych na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości - K. B. Matusiak, J. Kuciński, A. Gryzik (red.), Foresight kadr nowoczesnej gospodarki, PARP, Warszawa 2009, s. 127-128.

¹⁰ Jak wskazują badania MBM-Institut für Medien- und Kompetenzforschung (MMB Learning Delphi,2011) najważniejszym trendem przyszłości w edukacji będzie m-learning (prawie 60% wskazań). W Polsce dotychczas nie przeprowadzono badań, które wskazywałyby na wykorzystanie m-learningu w procesie edukacyjnym. Wynika to z faktu, że m-learning, ze względu na innowacyjność, wykorzystywany jest dopiero w kilku firmach prywatnych, natomiast technologia ta nie została jeszcze zaimplementowana w kształceniu na uczelniach. Niemniej istnieją bdb przykłady wykorzystania m-learningu na uczelniach zagr.(MIT, Stanford University, University of Michigan, University of Wollongong-Australia).

Człowiek - najlepsza inwestycja

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Rysunek 1. Nawigator po modelu Knowledge@Work



Źródło: opracowanie własne

Wdrożenie innowacji nie wymaga zmian w infrastrukturze uczelni. Jedyna zmiana strukturalna wiąże się z przydzieleniem roli brokera edukacyjnego wybranemu pracownikowi obsługującemu realizację studiów podyplomowych. Model jest tak przygotowany, iż można go wdrażać zarówno w całości – jest to optymalne wdrożenie całego modelu – ale także możliwe jest częściowe lub etapowe wdrażanie produktów składowych modelu. Są one także pełnowartościowymi elementami, które uczelnie mogą wdrażać osobno, wg indywidualnego zapotrzebowania, wzbogacając własne programy SP czy inne formy oferty LLL.

Z technicznego punktu widzenia funkcjonowanie i wykorzystanie platformy K@W będzie jedynie wymagało podjęcia następujących działań:

- uczelnia, która zdecyduje się na wdrożenie powinna dysponować serwerem, wolną przestrzenią dyskową przeznaczoną na przechowywanie danych publikowanych na platformie przez jej użytkowników, dostępem do Internetu, powinna ponosić koszty utrzymania domeny internetowej. Po wdrożeniu organizacja powinna przydzielić jedną osobę do administrowania platformą.
- po wdrożeniu platformy jej obsługa nie wymaga przechodzenia przez skomplikowany cykl szkoleniowy. Na platformie wyróżniono trzy typy użytkowników końcowych: słuchacz, broker edukacyjny, administrator. Obsługa platformy jest intuicyjna, każdy będzie miał dostęp do instrukcji użytkownika platformy.

Człowiek - najlepsza inwestycja

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Pierwotne ustalenia zawarte we wniosku o dofinansowanie zakładały realizację w ramach opracowywanego modelu K@W trzech podstawowych elementów produktu finalnego w wersji narzędzi IT – BKK, 10 kompletów materiałów e-learningowych (zarówno w wersji webowej jak i w wersji SCORM) oraz materiałów m-learningowych. Każde z tych trzech narzędzi miało być przygotowane jako odrębne narzędzia tak aby uczelnie decydujące się na wdrażanie modelu mogły zaimplementować narzędzia na istniejące własne platformy nauczania (zgodnie z zapisami wniosku o dofinansowanie). W toku realizacji projektu po analizie raportów z przeprowadzonych badań, wnioskach wyciągniętych z panelów ekspertów i prac własnych zespołu merytorycznego podjęto decyzję o budowie platformy K@W integrującej wszystkie elementy IT oraz zawierającej dodatkowe funkcjonalności ułatwiające korzystanie z niej (m.in. repozytorium dokumentów, panel administratora – brokera edukacyjnego, panel użytkownika, moduł społeczności). Takie rozwiązanie umożliwi dostosowanie opracowanych narzędzi składających się na produkt finalny do różnego stopnia przygotowania uczelni do korzystania z narzędzi. Uczelnie nie posiadające własnej platformy nauczania będą mogły zaimplementować całą platformę wraz ze wszystkimi narzędziami, a uczelnie, które taką platformę posiadają będą mogły pobrać jedynie narzędzia IT przygotowane w ramach modelu i zainstalować je na własnej platformie czy też na platformie open source, z której korzystają (np. Moodle).

Zgodnie z akceptacją IP, wstępna wersja produktu finalnego w odniesieniu do platformy K@W obejmuje wszystkie zaplanowane funkcjonalności platformy (w tym w całości BKK). Na platformie przygotowany jest także cały pakiet 1 kompetencji kluczowej (szkolenie e-learningowe i materiały m-learningowe). Do 30.11.2013 r. zostaną przygotowane w formie e-learningowej i m-learningowej pozostałe 9 kompetencji kluczowych. Kompetencje te będą przygotowane w taki sam sposób jak kompetencja opracowana do 31.08.2013 (na takich samych szablonach, zgodnie z takim samym modelem). Do strategii są dołączone wersje merytoryczne (kontenty) opracowanych wszystkich kompetencji kluczowych.

Efekty wdrożenia innowacji w postaci modelu K@W przedstawia rysunek nr 2

Rysunek 2. Model K@W a efekty jego wdrożenia



Źródło: opracowanie własne

IV Plan działań w procesie testowania produktu finalnego

Cel projektu zostanie zrealizowany jeśli grupy docelowe (użytkownicy i odbiorcy) będą aktywnie realizować poszczególne elementy modelu K@W i wchodzić w interakcje. Faza testów obejmować będzie badanie efektywności modelu i jego sub-produktów. Testowanie modelu K@W będzie procesem ciągłym wymagającym gromadzenia danych w celu poprawy jakości budowanego produktu. Testowaniu zostanie poddany cały proces przedstawiony na rysunku 1. Zbierane i analizowane będą informacje dot. specyficznych potrzeb grup docelowych oraz ich opinii o użyteczności narzędzi i rozwiązań zastosowanych na platformie w kontekście osiągnięcia celu głównego.

Czas testowania: 20 m-ce

Grupy testerów

1. Jednostki uczelni wyższej prowadzące SP

Liczebność i kryteria doboru: testowanie całego modelu – 1 jednostka; testowanie poszczególnych elementów modelu – 3 jednostki; zasięg: ogólnopolski

Uzasadnienie: ze względu na fakt, iż testowaniem objęty jest kompletny proces studiów podyplomowych, które zgodnie z ustawą Prawo o szkolnictwie wyższym muszą być realizowane przez min. 2 semestry cały model będzie testowany na jednostce Beneficjenta (jest to zgodne z zapisami wniosku o dofinansowanie). Jednakże aby zapewnić obiektywność i większą reprezentatywność wyników testowania Beneficjent zdecydował się rozszerzyć grupę testową o 3 dodatkowe jednostki, które będą testować poszczególne elementy modelu K@W (stanowisko brokera edukacyjnego, działania Barometru Kompetencji Kluczowych (BKK), korzystanie z poszczególnych pakietów wiedzy) Jest to zgodne z założeniami projektu - model jest tak przygotowany, iż można go wdrażać zarówno w całości – jest to optymalne – ale także możliwe jest częściowe lub etapowe wdrażanie produktów składowych modelu. Takie rozwiązanie pozwala z jednej strony pogodzić kwestie obiektywności i reprezentatywności testowania z budżetem projektu przeznaczonym na fazę testowania. Dodatkowo Beneficjent powoła zewnętrznych obserwatorów tzw. „trust mózgow” (kadrę administracyjną i wykładowców) z kolejnych 3 jednostek (na zasadzie utworzenia mini wspólnoty praktyków), którzy będą mogli prowadzić obserwację współuczestniczącą w trakcie testowania modelu K@W na uczelni Beneficjenta.

Grupa kontrolna: wybrane 3 jednostki, które realizują proces kształcenia na SP w tradycyjnej formie

Nabór: dobór pozostałych 3 jednostek (oraz kolejnych 3 jednostek, z których będą pochodzi obserwatorzy zewnętrzni) nastąpi poprzez kontakty bezpośrednie z jednostkami z całej Polski; rekrutacja użytkowników będzie realizowana przez koordynatora ds. upowszechniania; dobrane jednostki powinny prowadzić kształcenie podyplomowe w obszarach ekonomia, zarządzanie lub informatyka, bo dla takich zostały opracowane efekty kształcenia na etapie planowania modelu.

Zakres testowania: ocena przydatności poszczególnych elementów składowych modelu K@W do potrzeb uczelni, wykładowców i słuchaczy SP – wywiady, udział w panelach dyskusyjnych i spotkaniach testerów. Dla zewnętrznych testerów jest przewidziane wynagrodzenie za wykonywanie działań związanych z monitoringiem procesu testowania i ewaluacją produktu.

2. Osoby z wykształceniem wyższym zainteresowane rozpoczęciem kształcenia na SP

Liczebność: 45 osób z wykształceniem wyższym, w tym 25 kobiet i 20 mężczyzn

Uzasadnienie: ze względu na rodzaj kształcenia (SP) będącego osią przygotowywanego modelu odbiorcami mogą być jedynie osoby z wykształceniem wyższym; wybór SP jest podyktowany głównie ścieżką kariery zawodowej – w przypadku menadżerów jest związany z wzmocnieniem potencjału zarządczego, w przypadku kadry pracowniczej/specjalistów chęcią dalszego awansu zawodowego na kierownicze stanowiska. Zakładany odsetek K/M-oznacza utrzymanie odsetka kobiet na poziomie tradycyjnych SP także w SP ze wsparciem technologii mobilnych

Grupa kontrolna: słuchacze realizujący studia podyplomowe według tradycyjnej ścieżki u Beneficjenta i w 3 innych wybranych uczelniach

Nabór: rekrutacja na trzy wybrane kierunki w 3 obszarach (ekonomia, zarządzanie, informatyka); SP dla uczestników będą płatne tak aby stworzyć warunki rynkowe testowania; dobór celowo-kwotowy pozwalający na zbadanie funkcjonalności modelu ze względu na poszczególne cechy odbiorców- płeć (K/M), stanowisko (kierownicze/pracownicze), doświadczenie (niewielkie/znaczące); odbiorcy nie będą otrzymywać wynagrodzenia za udział w testowaniu, a dodatkowe obowiązki związane z monitoringiem testowania będą realizowane na podstawie zawartej umowy szkoleniowej. Słuchacze Beneficjenta będą mieli obowiązek w ramach SP przetestować wszystkie elementy modelu (obowiązek narzucony regulaminem SP). Słuchacze uczestniczący w SP na 3 uczelniach, które będą testowały elementy modelu będą brać udział w testowaniu poszczególnych sub-produktów (BKK, pakietów wiedzy) fakultatywnie. Uczelnie zapewnią im możliwość skorzystania z tych sub-produktów, ale to słuchaczom pozostawiają decyzję o skorzystaniu z oferty.

Zakres testowania: testowanie przydatności funkcjonowania w ramach SP stanowiska brokera edukacyjnego, Barometru Kompetencji Kluczowych, obieralności i efektywności pakietów wiedzy

Harmonogram testowania

		2013		2014			2015		
		IV	I	II	III	IV	I	II	III
Testowanie modelu K@W									
Etap E1. Rekrutacja do fazy testowania i wdrażania									
1	Przygotowanie centrum V-CeLLL								
2	Rekrutacja użytkowników do testowania								
3	Rekrutacja odbiorców do testowania								
Etap E2. Testowanie opracowanego produktu									
1	Testowanie szkolenia na brokera edukacyjnego								
2	Testowanie działań brokera i BKK na etapie doboru słuchaczy SP								
3	Testowanie ustalania zindywidualizowanych ścieżek kształcenia								
4	Realizacja studiów podyplomowych w oparciu o model K@W								
5	Testowanie pakietów wiedzy								
6	Podsumowanie testów								
Etap E3. Opracowanie ostatecznej wersji produktu i walidacja									
1	Ewaluacja zewnętrzna								
2	Wprowadzanie ostatecznych zmian do modelu K@W								
3	Ostateczna wersja produktu - walidacja								

Człowiek - najlepsza inwestycja

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

System monitoringu testowania

Narzędzie	Grupa	Czas	Osoba odpowiedzialna	Odbiorca informacji
wywiady pogłębione	Słuchacze SP, broker edukacyjny, kadra administracyjna	początek etapu testów; koniec etapu testów	Koordynator merytoryczny	Menadżer projektu (MP) Koordynator technologiczny (KT) Koordynator ds. upowszechnienia (KU)
kwestionariusz ankietowy	Słuchacze SP, wykładowcy	początek testów; koniec testów	Koordynator merytoryczny	MP, KU Koordynator technologiczny (KT)
okresowe spotkania z testerami	Słuchacze SP, broker edukacyjny, kadra administracyjna, wykładowcy	co najmniej raz na kwartał	Koordynator merytoryczny	MP, KT
bieżąca obserwacja	Słuchacze SP, broker edukacyjny, kadra administracyjna, wykładowcy	na bieżąco	Koordynator merytoryczny	KT, MP
obserwacja współuczestnicząca -obserwatorzy zew.	Słuchacze SP, broker edukacyjny, kadra administracyjna	na bieżąco	Koordynator merytoryczny	MP, KT, KU
bieżący kontakt mailowy /telefoniczny	broker edukacyjny, kadra administracyjna	na bieżąco	Koordynator merytoryczny	MP, KT, KU
analiza treści na platformie	Słuchacze SP, broker edukacyjny	na bieżąco	Koordynator technologiczny	MP, KM, KU
raport z postępu testowania	Słuchacze SP, broker edukacyjny, kadra administracyjna, wykładowcy	co najmniej raz na kwartał	Koordynator merytoryczny	MP
panele dyskusyjne	broker edukacyjny, kadra administracyjna, wykładowcy	początek testów; koniec testów	Koordynator merytoryczny	MP, KT, KU

Zestawienie materiałów jakie otrzymają testerzy w trakcie testowania

- Kwestionariusze ewaluacyjne dla poszczególnych grup testerów
- Materiały informacyjne
- Podręczniki dla testerów (użytkownicy) – opis modelu K@W i jego części
- Podręcznik dla testerów (odbiorcy) – instrukcja korzystania z BKK
- Materiały na platformie K@W dla testerów (odbiorców) – BKK, pakiety wiedzy

Człowiek - najlepsza inwestycja

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

13

V Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

Uzasadnieniem zastosowania produktu innowacyjnego na szeroką skalę będą wyniki badań pogłębionych przeprowadzanych przez opiekunów testowania oraz pozytywne wyniki ewaluacji zewnętrznej. Przed i po zastosowaniu modelu K@W (lub jego poszczególnych części) przez użytkowników i odbiorców zostanie sprawdzony poziom wskaźników realizacji zadań związanych osiągnięciem celów dla etapu testowania oraz zakładanych efektów kształcenia. Następnie na bazie danych pochodzących z systemu monitoringu procesu testowania zostanie przeprowadzona autoewaluacja opracowanego modelu oraz ocena przygotowanego rozwiązania. Uzyskanie wartości powyżej średnich (5 punktów i więcej w skali 10 punktowej) świadczyć będzie o słuszności upowszechniania i włączania do polityki wypracowanego narzędzia. Poniżej określono kryteria weryfikacji opracowanego narzędzia.

Kryteria weryfikacji produktu innowacyjnego

Przydatność produktu innowacyjnego	Zakres oceny	Źródła danych
Skuteczność i trafność produktu	<ul style="list-style-type: none"> -przydatność modelu do uelastyczniania i dostosowania do zindywidualizowanych potrzeb oferty LLL na uczelni wyższej -użyteczność zawartych informacji -użyteczność przygotowanych procedur -zgodność rezultatów testowania z zaplanowanymi założeniami -kompletność modelu -stopień osiągniętych rezultatów -stopień wpływu modelu na postrzeganie oferty SP w znowelizowanej wersji (jako model K@W) przez odbiorców -stopień wpływu systemu na jakość procesu kształcenia -ocena doboru poszczególnych sub-produktów 	<ul style="list-style-type: none"> wywiady pogłębione IDI kwestionariusz ankietowy wywiad środowiskowy seminarium
Aktualność potrzeby wprowadzenia produktu	<ul style="list-style-type: none"> -niezbędność modelu dla -istnienie i aktualność problemów i barier warunkujących wdrożenie modelu 	<ul style="list-style-type: none"> bieżący kontakt mailowy/telefoniczny bieżąca obserwacja okresowe spotkania z testerami wywiad środowiskowy seminarium
Łatwość zastosowania narzędzia	<ul style="list-style-type: none"> -łatwość obsługi modelu K@W oraz narzędzi IT (ulożonych na platformie K@W) przez użytkowników i odbiorców -intuicyjność interfejsu użytkownika -intuicyjność poruszania się po platformie i po narzędziach IT -atrakcyjność wizualna platformy -łatwość odszukiwania potrzebnych informacji w poradnikach dla użytkowników -czytelność przekazania poszczególnych informacji -czytelność procedur 	<ul style="list-style-type: none"> okresowe spotkania z testerami analiza treści na platformie raport z postępu testowania bieżąca obserwacja
Możliwości zastosowania przez użytkowników	<ul style="list-style-type: none"> -uniwersalność procedur -możliwości technologiczne obsługi administracyjnej platformy -możliwości organizacyjne wdrożenia procedur, wzorów dokumentów -otwartość instytucji na wdrożenie nowych narzędzi -skala zmian niezbędnych do wdrożenia modelu 	<ul style="list-style-type: none"> raport z postępu testowania wywiad środowiskowy seminarium

Przydatność produktu innowacyjnego	Zakres oceny	Źródła danych
Efektywność wprowadzenia rozwiązania	-koszt dostosowania platformy do wykorzystania przez poszczególne organizacje -koszty administracji platformy -koszty update'u platformy i procedur do zmian stanu faktycznego i prawnego -koszty przygotowania organizacji do wdrożenia modelu	wywiady pogłębione IDI kwestionariusz ankietowy
Unikatowość rozwiązania	-nowatorstwo rozwiązań -porównanie rozwiązania do funkcjonujących na rynku -kompleksowość modelu	wywiady pogłębione IDI kwestionariusz ankietowy analiza danych wtórnych seminarium

W efekcie wdrożenia rozwiązań zawartych w modelu K@W nastąpi uelastycznienie kształcenia na uczelniach, zindywidualizowanie ścieżki kształcenia (działania brokera edukacyjnego i Barometru Kompetencji Kluczowych) oraz możliwość racjonalizacji polityki kosztowej uczelni (możliwość realizacji części materiałów w wersji zdalnej). O właściwym oddziaływaniu będą świadczyć także wskaźniki związane z postrzeganiem przez odbiorców największych barier i niedogodności dotyczących uczestnictwa w SP (porównanie z wynikami badań przeprowadzonych w ramach projektu).

Dla oceny przygotowanej innowacji zostanie zlecona ewaluacja zewnętrzna. Ewaluacja przeprowadzona będzie bezpośrednio po zakończeniu testowania produktu, przez niezależnego, wyłonionego w drodze zapytania ofertowego, ewaluatora zewnętrznego. Wyboru ewaluatora zewnętrznego dokona dwuetapowo komisja składająca się z członków zespołu zarządzającego i merytorycznego projektu: Etap 1. Wybór najlepszych ofert. Etap 2. Rozmowa kwalifikacyjna. Przy wyborze ewaluatora będą brane pod uwagę następujące kryteria: przygotowanie merytoryczne i doświadczenie przy prowadzeniu ewaluacji potwierdzone referencjami, prezentacja koncepcji badania ewaluacyjnego, która umożliwi dokonanie oceny przydatności produktu finalnego według następujących kryteriów:

1. zgodność i trafność produktu z zakresu celu i grupy docelowej,
2. skuteczność produktu (określenie korzyści dla grup docelowych wobec opisanych we wniosku i doprecyzowanych w Strategii problemów grup docelowych),
3. oddziaływanie produktu na grupę docelową,
4. efektywność rozwiązania,
5. aktualność potrzeby wprowadzenia produktu,
6. stopień skomplikowania produktu (łatwość zastosowania wypracowanych narzędzi),
7. możliwości zastosowania przez użytkowników (prawne, organizacyjne),
8. unikatowość rozwiązania.

Zadanie zewnętrznego ewaluatora będzie polegało na: przeanalizowaniu produktu finalnego wg wyżej wymienionych kryteriów, przeprowadzeniu badania wśród odbiorców i użytkowników objętych testowaniem produktu według zaakceptowanej koncepcji badania ewaluacyjnego oraz sporządzeniu recenzji produktu oraz sformułowaniu wniosków i rekomendacji dotyczących wprowadzenia niezbędnych modyfikacji, korekt i poprawek produktu.

VI Strategia upowszechniania

Cele działań upowszechniających

Celem działań upowszechniających będzie szerokie dostarczenie wiedzy i popularyzacja idei modelu K@W prowadząca do pobudzenie zainteresowania modelem K@W wśród uczelni wyższych i potencjalnych kandydatów na studia podyplomowe do końca 2015 r. Budowa tła informacyjnego wskazującego na problemy i niedoskonałości, z jakimi boryka się szkolnictwo wyższe oraz rynek pracy powoli na wskazanie korzyści jakie niesie stosowanie modelu K@W.

Komplementarność działań upowszechniających w stosunku do działań włączających będzie polegać na sprzężeniu budowy wizerunku modelu z popularyzacją samej idei uczenia się przez całe życie, inspirowaniu dyskusji o potrzebie unowocześnienia metod nauczania osób dorosłych i dostosowania programów nauki do wymogów rynku.

Działania upowszechniające będą prowadzone w skali ogólnopolskiej (wybrane aspekty także w skali regionalnej, m.in. w regionie beneficjenta), przez cały czas trwania projektu – z nasileniem działań w okresie końcowym testowania produktu – przedstawianie efektów, wniosków – a następnie, w największej skali, na etapie upowszechniania i wdrażania gotowego produktu.

Ważnym partnerem podejmowanych działań będą inni beneficjenci projektów innowacyjnych z tego samego priorytetu i podobnej tematyki¹¹. Wzajemnie sumowanie działań, a w miarę możliwości występowanie razem – np. wspólny komunikat prasowy, konferencja czy prezentacja kilku beneficjentów – podniesie rangę informacyjną przekazu i zwiększy szanse na dotarcie szerzej do opinii publicznej. Dobre skoordynowanie działań upowszechniających wielu/kilku beneficjentów oraz instytucji pośredniczących – da pożądany efekt wzmocnienia przekazu. Pozwoli także na uniknięcie powtarzania informacji w tych samych kanałach informacyjnych (np. podobne tematycznie komunikaty do mediów, podobne oferty do szkół, podobne spotkania czy konferencje), które w swojej mnogości i powtarzalności powodują, często niestety, efekt „spamów”.

Grupy adresatów

GRUPA DOCELOWA	SZCZEGÓŁY/CHARAKTERYSTYKA	LICZEBNOŚĆ ¹²	UZASADNIENIE
[UczW] uczelnie wyższe – publiczne i prywatne – w Polsce	<ul style="list-style-type: none"> • kadra zarządzająca uczelni, • jedn. odp. za organiz. SP i innych form LLL • kadra dydaktyczna • administracja uczelni 	450* ¹³ uczelni /280 jedn. prow. SP/(ok. 2000 os.)	użytkownicy modelu K@W – zainteresowani podnoszeniem jakości swojej oferty dla studentów /słuchaczy, jak i organizacyjnie dla własnej kadry administracyjnej i dydaktycznej
[OD] kandydaci na słuchaczy SP, w tym studenci i słuchacze SP, oraz absolwenci	<ul style="list-style-type: none"> • os. dorosłe zainteresowane podnoszeniem kompetencji • os. pracujące • bezrobotni • studiujący, słuchacze SP oraz absolwenci 	ok. 200 tys. osób (wg danych GUS taka ilość kształciła się na SP)	bezp. odbiorcy modelu K@W – osoby zainteresowane podnoszeniem kwalifikacji; poszukujący nowych kompetencji, elastycznych metod kształcenia oraz ofertą dopasowaną do rynku pracy

¹¹ Beneficjent już rozpoczął działania na rzecz budowania wspólnych przedsięwzięć w zakresie działań upowszechniających i włączających

¹² Liczebność – ogólna określa liczbę instytucji lub innych odbiorców komunikatów (a podana w nawiasie określa szacunkową liczbę osób, do których dotrze informacja dzięki działaniom upowszechniającym)

¹³ * liczba wszystkich uczniów w Polsce wg MNIŚW na 08.2013r. (wszystkie uczelnie są przedmiotem upowszechniania inform., temat.-background., uczestnikami dyskusji - grupa precyzyjnie dobrana to jednostki prowadzące studia podyplomowe)

GRUPA DOCELOWA	SZCZEGÓŁY/CHARAKTERYSTYKA	LICZEBNOŚĆ ¹²	UZASADNIENIE
[Prac] pracodawcy i środowisko biznesu, w tym org. HR i pracodawców	<ul style="list-style-type: none"> partnerzy biznesowi, w tym też słuchacze i absolwenci SP, MBA organizacje zrzeszające przedsiębiorców i działające na ich rzecz stowarzyszenia pracodawców i HR 	Ok. 70 tys. podmiotów ¹⁴	pośredni odbiorcy modelu K@W – zainteresowani zbliżaniem standardów do wymogów biznesu, poszukujący dobrze wykształczonej kadry, odczuwający niewystarczającą kompetencje absolwentów
[IE] instytucje i organizacje wspierające nowoczesną edukację i kształcenie dorosłych	<ul style="list-style-type: none"> ośrodki kształcenia ustawicznego, w tym spec. kształcenia dorosłych stowarzyszenia i fundacje działające na rzecz nowoczesnego kształcenia org. zajmujące się doradztwem zawod. i pośrednictwem karier 	Ok. 18 tys. podmiotów ¹⁵	pośredni odbiorcy modelu K@W – podmioty bezpośrednio zainteresowane podnoszeniem poziomu kształcenia, – promujące same te potrzeby i zaangażowane w dyskusje publiczne w danych tematach;
[Adm] administracja i decydenci, w tym podmioty ustawodawcze	<ul style="list-style-type: none"> urzędy marszałkowskie (jako inst. zarząd. RPO), MNiSW, MRR, NCBiR, PARP inne urzędy i ministerstwa wg bieżącej analizy 	Ok. 25 instytucji	podmioty odpowiedzialne za szkolnictwo, a także za dostosowanie metod i programów nauczania do rynku pracy; dysponujący programami i fund.
[KST] instytucje zaangażowane w KST	<ul style="list-style-type: none"> beneficjenci realizujący PI instytucje pośredniczące inne instytucje związane z KST (ambasadorzy, etc.) 	Ok. 85 podmiotów	użytkownicy oraz partnerzy działań upowsz. – instytucje zainteresowane
[M] Media i opinia publiczna	<ul style="list-style-type: none"> media branżowe: szkolnictwo i rynek pracy media ogólnopolskie i publicystyczne – działają i tem.: szkolnictwo, rynek pracy, dziennikarze media społecznościowe, portale intern. (branżowe: szkoln., rynek pracy, HR; + ogólne, region. społ.) 	860 rekordów w bazie mediów; ok. 150 kontaktów własnych do dziennikarzy	partnerzy działań upowsz. – zainteresowani dyskusją o problemach szkolnictwa i rynku pracy i oceną działań pozwalających te problemy rozwiązywać; projekt oraz model K@W są ważnymi elementami przekazu i głosem w wywołanej dyskusji – propozycją rozwiązania problemów

Plan działań upowszechniających

NARZĘDZIA/ DZIAŁANIE	SZERSZY OPIS DZIAŁAŃ	GRUPY DOCELOWE ¹⁶	ETAP PROJEKTU ¹⁷
strona internetowa projektu	<ul style="list-style-type: none"> prezentacja projektu oraz materiałów np. badań narzędzia online – BKK, e-learning, m-learning przedstawienie korzyści dla użytkowników i kanał inf. aktualności tematyczne (wraz z newsletter'em) dział dla Mediów pozycjonowanie strony (SEM, SEO) reklama kontekstowa i AdWords 	UczW; OD; Prac; IE; M; KST	2 – 3 – 4 – 5
strona	<ul style="list-style-type: none"> bieżące aktualności dot. projektu wyeksponowane na stronie 	OD; Prac;	1 – 2 – 3

¹⁴ dane za GUS (2011) z wyłączeniem mikrofirm wraz z ujęto tylko IOB, które zrzeszone są w Krajowym Systemie Usług; na rynku ponadto działa znacznie więcej instytucji, które spełniają definicję IOB

¹⁵ Szacunek na podstawie baz danych portalu ngo.pl

¹⁶ Legenda: skróty wg określonych grup docelowych (w nawiasie kw. w tabeli pkt „Grupy adresatów” powyżej)

¹⁷ Legenda: 1 – Opracowanie wstępnej wersji produktu oraz strategii wdrażania proj. innowacyjnego; 2 – Testowanie produktu; 3 – Analiza efektów testowanego produktu; 4 – Opracowanie produktu finalnego; 5 – Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu polityki

NARZĘDZIA/ DZIAŁANIE	SZERSZY OPIS DZIAŁAŃ	GRUPY DOCELOWE ¹⁶	ETAP PROJEKTU ¹⁷
internetowa Beneficjenta - ZPSB	głównej (preteksty komunik. - 'działania PR') <ul style="list-style-type: none"> podstrona poświęcona projektowi z przekierowaniem na stronę własną projektu prezentacja w dziale projektów Szkoły inf. w newsletterze Szkoły 	IE	- 4 - 5
materiały promocyjne i informacyjne (folder, broszura, poradnik, ulotka, plakat, rollup, prezentacja flash, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> przygotowanie materiałów (wg grup docelowych i sposobów dystrybucji; też wersji elektr.) dystrybucja materiałów bezpośrednio do instytucji zainteres. (wg rodzaju materiału do odp. grup docel.) dystryb. na konferencjach, spotkaniach tematycznych środowisk (uczelni, instytucji edukacyjnych) obrandowanie miejsc i wydarzeń własnych oraz zewn. powiązanych temat. ze szkoln. i rynkiem pracy (plakaty, ulotki, roll-up podczas spotkań, konf. i in. wyd. temat.) 	UczW; OD; IE; Prac; KST; Adm; M	2 - 3 - 4 (wstępne, przygot.) - 5 (główne)
prezentacje projektu	<ul style="list-style-type: none"> prezentacje, stoiska na spotkaniach, konferencjach, targach (szkoln., rynek pracy, HR) – background oraz proj. (3 konf.) udział w konferencjach branżowych – wykorzystanie dla rozmów indywidualnych, d. materiałów, prezentacji prezentacje na posiedzeniach KST oraz wybranych RST, także wykorzystanie partnerów tych sieci do kontaktów 	UczW, IE, KTS, OD	2 - 3 - 4 (wstępne) - 5 (główne)
spotkania bezpośrednie (indywidualne /grup.)	<ul style="list-style-type: none"> panele ekspertów z zapr. przedst. uczelni i pracodawców spotk. i rozm. z przedst. admin. i kadry dydaktycznej uczelni, słuchaczami SP - promujące ideę brokera edukacyjnego, programów doskonalenia zawodowego opartych na modułach KK (pakietach wiedzy), diagnozy (BKK) wśród kandydatów na SP, wykorzystania ICT w uczeniu się OD 	UczW; IE; OD;	1 - 2 - 3 - 4 (wstępne) - 5 (główne)
promocja - reklama	<ul style="list-style-type: none"> mailing promocyjny dot. rekrutacji (testowe SP) przygotowanie kampanii promocyjnej (media plan oraz umowy patronackie z mediami) – wsparcie ag. prom. wykorzystanie zakupu reklam dla dodatkowego zaangażowania redakcyjnego mediów-patronów (ustalane indywidualnie z redakcjami – wywiady, artykuły, audycje) 	UczW; OD; IE;	2 - 3 (wstępne zw. z test.) - 5 (główne)
inne działania PR	<ul style="list-style-type: none"> pozyskanie patronów projektu (media-prasa, radio, internet; środow.-stow./org.) i wspólne działania inform. mies. newsletter do grup docelowych – preteksty inf. z realizacji proj. wraz z backgroundem temat. (newsy, ciekawostki etc.) wykorzystywanie kanałów inform. i prom. parterów działań (informacje do newsletterów, na str. parterów, etc.) wyszukiwanie i zabieranie głosu w dyskusjach publ. (zarówno w Internecie, jak i wydarzeń w kraju); wskazywanie na aspekty problemu oraz rozwiązania – model K@W i background aktywność w med. społec. (FB, GoldenLine, LinkedIn, etc.) 	OD; Prac; IE; UczW; Adm	2 - 3 - 4 (wstępne) - 5 (główne)
media relations	<ul style="list-style-type: none"> komunikaty prasowe do mediów, wykorzystujące preteksty wynikające z postępów projektu (m.in wydarzenia) regularne newslettery do mediów z komentarzami dot. problematyki rynku pracy i nowoczesnego kształcenia przez całe życie (umieszczające projekt w kontekście problematyki interesującej opinię publ. i śród. branż.) 	M → OD; Prac; IE; UczW; Adm	2 - 3 - 4 - 5 (główne dział. MR)

Zakres działań upowszechniających co do zasady zgodny jest z zapisami wniosku o dofinansowania. Odstępstwa od wniosku w zakresie niektórych z zaproponowanych narzędzi są wynikiem przeprowadzonych badań i prac związanych z przygotowaniem wstępnej wersji modelu K@W. Oszczędności z pierwszej fazy projektu Beneficjent proponuje przeznaczyć na zaktualizowane w niniejszej strategii działania upowszechniające.

VII Strategia włączania do głównego nurtu polityki

Cele działań włączających

Celem działań włączających będzie doprowadzenie do wdrożenia modelu K@W lub jego poszczególnych części w minimum 10 jednostkach organizacyjnych uczelni wyższych z całego kraju do końca 2015 r. Dla skutecznego włączania do głównego nurtu polityki problemem nie jest samo dotarcie do grup docelowych włączania, tylko zainteresowanie ich produktem, przyciągnięcie uwagi, często uświadomienie, że potrzebują nowych rozwiązań i przekonanie, dlaczego powinni je chcieć wdrażać. Do tego niezbędne będą wcześniejsze oraz równoległe, szerokie działania upowszechniające.

Upowszechnianie mają zapewnić podstawę do efektywnego włączenia produktu do praktyki. Spopularyzować produkt oraz pokazać problemy jakie rozwiązuje, a także zachęcić użytkowników do szukania i wdrażania nowych rozwiązań w zakresie studiów podyplomowych. Dzięki poruszeniu opinii publicznej oraz środowisk związanych ze szkolnictwem i rynkiem pracy, w tym samych użytkowników produktu, czyli uczelni oraz kreowaniu dyskusji o problemach i możliwych drogach ich przewyższania – informacje o produkcie, jako właśnie jednemu z takich rozwiązań, trafią na podatny grunt i większe zainteresowanie przyszłych użytkowników i odbiorców.

Właściwe działania włączające prowadzone będą na terenie całego kraju oraz w regionie Beneficjenta; głównie w ostatnim etapie projektu, po opracowaniu i zatwierdzeniu produktu finalnego; jednak pewne wstępne działania rozpoczną się już etapie testowania (w trakcie – np. obserwatorzy; szkolenia brokerów; a także po zakończeniu – prezentacja efektów). Prowadzony będzie głównie mainstreaming horyzontalny. Działania włączające, będą miały na celu dotarcie do jak najszerszego grona użytkowników i zainteresowanie ich produktem, a następnie wdrożeniem modelu K@W na innych uczelniach w Polsce. Ważnym aspektem dla prowadzenia mainstreamingu jest fakt, iż model jest tak przygotowany, iż można go wdrażać zarówno w całości – jest to optymalne wdrożenie całego modelu – ale także możliwe jest częściowe lub etapowe wdrażanie produktów składowych modelu. Są one także pełnowartościowymi elementami, które uczelnie mogą wdrażać osobno, wg indywidualnego zapotrzebowania, wzbogacając własne programy SP czy innych form oferty LLL. Ten aspekt z pewnością wzmocni skuteczność działań mainstreamingowych, gdyż poszerzy grono możliwych użytkowników o te uczelnie, które nie są jeszcze zdecydowane na radykalne zmiany – a będą one mogły rozpocząć wdrażanie modelu od wybranych elementów.

Dodatkowym aspektem będzie jednak także mainstreaming wertykalny – dzięki opracowaniu m.in. propozycji do tworzącej się Polskiej Ramy Kwalifikacyjnej dla SP i działaniom popularyzującym i prezentującym te kwestie, i rozwiązania wynikłe z projektu, wśród ośrodków decyzyjnych, beneficjent zakłada dostarczenie wartościowych opinii i ekspertyz z projektu, a także możliwe osiągnięcie wpływu na kształtowanie polityki krajowej w zakresie legislacji dot. tego obszaru szkolnictwa w zakresie organizacji SP na uczelniach wyższych.

ADRESACI DZIAŁAŃ	LICZEBNOŚĆ	DZIAŁANIA WŁĄCZAJĄCE
<p>uczelnie wyższe w Polsce prowadzące studia podyplomowe i/lub inne formy LLL (kadra zarządzająca; kadra zaangażowana w organizację i prow. SP; kadra dydaktyczna)</p>	<p>(kontakt z 280 jedn. → zakład. skuteczne dotarcie do 60 jedn.)</p> <p>Wskaźnik skuteczn. – wdrożenie modelu na 10 uczelniach</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizacja szkoleń na brokerów edukacyjnych z innych uczelni – otwarte zaproszenia do zainteresowanych [etap 2 – 5] • Zaproszeni obserwatorzy z innych uczelni podczas testowania (plan. 2-3 uczelnie partnerskie), [etap 2] • Organizacja 2 wizyt studyjnych u Beneficjenta – spotkanie zaproszonymi gośćmi z innych uczelni z uczestnikami testowania (wykładowcy, kadra org., słuchacze) [etap 2-3] • Panel podsumowujący przebieg testowania (połączony z webinarium) - z zaproszeniem innych uczelni (udział uczestnicy: wykładowcy i słuchacze i obserwatorzy – ok. 50 os.); [etap 2-3] • Konferencja promocyjna, podsumowująca projekt (plan. współpraca z innymi beneficjentami– ew. połączona ze wspólną konf. pras.) – W-wa, 100 os., [pocz. etapu 5] • Prezentacje modelu na spotkaniach branżowych, konferencjach naukowych związanych ze szkolnictwem (szczególnie studiami podyplomowymi i LLL) oraz nauczaniem dorosłych (min. 3 wydarzenia w kraju) [etap 5] • Warsztaty (także jako webinaria) dla kadry zaangażowanej w tworzenie SP z uczelni w Polsce (prezentacje procedur realizacji modelu); [etap 3 rozp. po test. – głównie etap 5] • Wizyty robocze i prezentacje modelu – możliwe połączenie z warsztatami gościnnymi – w innych uczelniach (min. 5 wizyt – zapr. dla 20 uczelni) [etap 5] • Przygotowanie filmu prom. z testowania (wypow. słuchaczy i wykład., ujęcia z zajęć, ujęcia gry,) + film instruktażowy o modelu – umieszczone w Internecie i do rozsyłania z pakietem mailingowym, do wykorz. na prezentacjach; [etap 2 przyg – realiz etap 5] • Kampania promocyjna produktu – koncepcja kreatywna i realizacja: ag. zewn. (część z całej kampanii prom., ukierun. bezp. na produkt i skierowana precyz. do grupy docelowej użytkowników – zachęcająca bezp. do wejścia na platformę, korzystania z narzędzia BKK, zgłoszenia się na szkolenie dla brokera; zainter. wdrożeniem modelu) [etap 2-4 przyg. – realiz. etap 5] • Bezpośr. rozmowy telefoniczne (kadry org. SP); [etap 5] • Mailing do zainteresowanych i potencjalnie zainteresowanych użytkowników zachęcający do odwiedzenia platformy i zapozn. się z produktem; [etap 5] • Dystrybucja podręczników z zakresu nowoczesnych metod nauczania dorosłych (3 rodzaje); [etap 5] • Dystrybucja poradników modelu, dotyczących poszczególnych produktów – objaśniające i zachęcające do sprawdzenia poszczególnych elementów, korzystania np. z narzędzia Barometr Kompetencji Kluczowych, wdrażania etapowego części modelu, np. zasad organizacyjnych, programów kształcenia z modułami Kluczowych Kompetencji; [etap 5] • Udostępnianie i dystrybucja Pakietów Wiedzy – modułów e-learningowych oraz m-learningowych (gry decyzyjnej) w zakr. Kompetencji Kluczowych [etap 5]

Człowiek - najlepsza inwestycja

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

ADRESACI DZIAŁAŃ	LICZEBNOŚĆ	DZIAŁANIA WŁĄCZAJĄCE
		<ul style="list-style-type: none"> Prezentacje i rozmowy bezp. podczas udz. w konf. i spotkaniach branż. i tem. (punkt styczny z dział. upowszechn.) [etap 2-5]
Dodatkowe grupy – dotarcie wspieraj. dział do grupy głównej Instytucje i organizacje (stow./fundacje, związki) zajmujące się edukacją, a także rynkiem pracy (stow., org. pracodawców, HR)	ok. 50 inst. i org. (*zakł. skuteczne dotarcie do min. 20 org. *szac. ilość czł. i partn. tych org – ok. 500 os/jedn.)	<p>Wybrane działania z głównej grupy docelowej, które dotrą także do tych grup:</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizacja 2 wizyt studyjnych u Beneficjenta (j.w.) Panel podsumowujący przebieg testowania (j.w.) Konferencja promocyjna, podsumowująca projekt (j.w.) Prezentacje modelu na spotkaniach branżowych (j.w.) Dystrybucja filmu prom. z testowania (j.w.) Udostępnianie i dystrybucja Pakietów Wiedzy (j.w.) Prezentacje i rozmowy bezp. podczas udz. w konf. i spotk. (j.w.)
osoby dorosłe, pracodawcy – odbiorcy modelu bezp. i pośr.; słuchacze SP	min. 45 os. – uczestn. testowania; ok. 100 os. – zainteres. modelem, zaangażowa ni podczas dział. upowsz.	<p>Wybrane działania z głównej grupy docelowej, które dotrą także do tych grup:</p> <ul style="list-style-type: none"> Organizacja 2 wizyt studyjnych u Beneficjenta (j.w.) Panel podsumowujący przebieg testowania (j.w.) Konferencja promocyjna, podsumowująca projekt (j.w.) Prezentacje modelu na spotkaniach branżowych (j.w.) Dystrybucja filmu prom. z testowania (j.w.) Udostępnianie i dystrybucja Pakietów Wiedzy (j.w.) Prezentacje i rozmowy bezp. podczas udz. w konf. i spotk. (j.w.)
Administracja publiczna; (urz. marszałk. - inst. zarząd. RPO; MNiSW, MRR, NCBiR, PARP; inne urzędy i ministerstwa wg bieżącej analizy)	min. 5 jedn. adm. szczebla kraj. (min. 1 jedn. adm. w regionie)	<ul style="list-style-type: none"> Opracowanie propozycji do tworzącej się Polskiej Ramy Kwalifikacyjnej dla studiów podyplomowych; Wnioski z badań i analiz prowadzonych w ramach projektu, jako materiały dla właściwych instytucji Zapr. dla przeds. instytut. do udziału w spotk. związ. z proj. Spotkanie z przedst. admin. woj. w reg. Beneficj. (prezent. proj. i jego efektów oraz wniosków z badań i analiz) Spotkanie z przedstawicielami MNiSW i prezentacja wyników badań oraz testowania produktu – przekazanie wniosków i propozycji do uwzględnienia przy opracowywanych aktach prawnych dotyczących studiów podyplomowych oraz innych form LLL na uczelniach. Przekazanie wniosków z badań i propozycji wynikających z pracy nad modelem do innych właściwych urzędów i ministerstw, uczestniczących i mających wpływ na kształtowanie prawodawstwa dot. studiów podyplomowych oraz prowadzenia innych form LLL na uczelniach wyższych w Polsce.

Zakres działań włączających co do zasady zgodny jest z zapisami wniosku o dofinansowania. Odstępstwa od wniosku w zakresie niektórych z zaproponowanych narzędzi są wynikiem przeprowadzonych badań i prac związanych z przygotowaniem wstępnej wersji modelu K@W. Oszczędności z pierwszej fazy projektu Beneficjent proponuje przeznaczyć na zaktualizowane w niniejszej strategii działania włączające.

VIII Kamienie milowe II etapu projektu

1. Wrzesień 2013 – Ocena strategii wdrażania produktu przez KST. Dokonanie ewentualnych korekt w dalszych etapach realizacji projektu.
2. Listopad 2013 – zakończenie naboru testerów - użytkowników
3. Luty 2014 – zakończenie rekrutacji testerów - odbiorców
4. Luty 2015 –Zakończenie testowania
5. Marzec 2015 – Zakończenie ewaluacji zewnętrznej produktu
6. Kwiecień 2015 – Opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego
7. Czerwiec 2015 – Walidacja produktu finalnego
8. Grudzień 2015 - Zakończenie upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki w ramach projektu



IX Analiza ryzyka

Potencjalne zagrożenie	Prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka ¹⁸	Wpływ ryzyka na realizację projektu ¹⁹	Waga ryzyka ²⁰	Ograniczenie występowania ryzyka	Minimalizowanie skutków wystąpienia ryzyka	Osoba odpowiedzialna
Etap testowania						
Obawa testerów przed nieuprawnionym dostępem do danych	3	3	9	- egzekwowanie ustalonej polityki bezpieczeństwa danych i regulaminu platformy; posługiwanie się stworzonym systemem logowania i weryfikacji użytkowników - informowanie na bieżąco testerów o mechanizmach bezpieczeństwa; rekomendacje do używania zaufanych komputerów przez testerów	- zmiana haseł - implementacja dodatkowych systemów zabezpieczających - zgłoszenie do odpowiednich organów ścigania	Koordinator technologiczny
Zagrożenie odpływu testerów w trakcie procesu testowania	3	3	9	- indywidualne wsparcie brokerów; - wsparcie testerów zewnętrznych przez koordynatora merytorycznego i technologicznego - na bieżąco monitorowanie procesu testowania (obserwacja, praca koordynatorów, monitoring logów na serwerze, list obecności na SP, bieżący kontakt)	- dodatkowe wynagrodzenie dla testerów za wykonywanie dodatkowych czynności monitoringowych - pozyskanie nowych testerów	Koordinator merytoryczny /koordynator technologiczny /kierownik organizacyjny
Problemy z rekrutacją użytkowników - testerów	2	3	6	- wdrożenie opracowanego na etapie I planu kontaktu z założeniami dla planu rezerwowego -egzekwowanie zebranych wstępnie deklaracji -intensyfikacja działań rekrutacyjnych	- włączenie do działań władz Szkoły i osób będących liderami opinii	koordynator ds. upowszechniania
Problemy z rekrutacją odbiorców - testerów	2	3	6	- wdrożenie opracowanego na etapie I planu kontaktu z założeniami dla planu rezerwowego - realizacja kampanii promocyjnej -intensyfikacja działań rekrutacyjnych	- wykorzystanie baz danych posiadanych przez Szkołę - wykorzystanie kontaktów PR do nagłośnienia rekrutacji	koordynator ds. upowszechniania
Niski poziom zainteresowania użytkowników i odbiorców sposobem realizacji modelu	2	3	6	- indywidualne wsparcie brokerów; - komunikacja w oparciu o język korzyści - na bieżąco monitorowanie procesu testowania (obserwacja, praca koordynatorów, monitoring logów na serwerze, list obecności na SP, bieżący kontakt mailowy/osobisty)	- zmiana systemu udostępniania poszczególnych elementów modelu - wprowadzenie zmian do modelu na etapie modyfikacji produktu (uwzględnienie uwag	Koordinator merytoryczny /koordynator technologiczny

¹⁸ Skala od 1 do 3, gdzie 3 oznacza wysokie prawdopodobieństwo wystąpienia danego zagrożenia, a 1 niskie prawdopodobieństwo

¹⁹ Skala od 1 do 3, gdzie 3 oznacza wysoki wpływ zagrożenia na realizację projektu, a 1 niski wpływ

²⁰ Przemnożenie punktów przyznanych za prawdopodobieństwo wystąpienia danego zagrożenia i jego wpływ na projekt; za istotne uznano ryzyka, które otrzymały minimum 4 punkty

Potencjalne zagrożenie	Prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka ¹⁸	Wpływ ryzyka na realizację projektu ¹⁹	Waga ryzyka ²⁰	Ograniczenie występowania ryzyka	Minimalizowanie skutków wystąpienia ryzyka	Osoba odpowiedzialna
				- przygotowanie narzędzi w wersji webowej i w wersji do zainstalowania na platformach wykorzystywanych przez inne uczelnie	testerów)	
Zbyt ogólny opis procedur powodujący trudności we wdrażaniu modelu	2	2	4	-konsultacje wstępnej wersji produktu w trakcie jej przygotowywania z grupami docelowymi - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania; przekazywanie danych koordynatorom; -indywidualne wsparcie koordynatorów	- uszczegółowienie procedur w ramach modyfikacji produktu - modyfikacja procedur użytkowych	Koordynator merytoryczny /koordynator technologiczny
Brak działania wybranych funkcjonalności platformy zgodnie z założeniami	1	3	3	-testy wstępnej wersji produktu przed rozpoczęciem fazy testowania - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania; - analiza opinii testerów	- wprowadzenie większej ilości opiekunów testów - modyfikacja funkcjonalności - modyfikacja procedur technologicznych	Koordynator technologiczny
Luki w zakresie funkcjonalności narzędzi IT	1	3	3	-konsultacje wstępnej wersji produktu w trakcie jej przygotowywania z grupami docelowymi - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania; - analiza opinii testerów	- modyfikacja funkcjonalności - modyfikacja procedur technologicznych	Koordynator technologiczny
Luki w zakresie diagnostyki kompetencji kluczowych	1	3	3	-konsultacje wstępnej wersji produktu w trakcie jej przygotowywania z grupami docelowymi - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania; - analiza opinii testerów	- modyfikacja narzędzi diagnostycznych	Koordynator merytoryczny
Niska intuicyjność narzędzi IT (platformy, BKK, e-learningu, m-learningu)	1	3	3	-konsultacje wstępnej wersji produktu w trakcie jej przygotowywania z grupami docelowymi - analiza na bieżąco danych pozyskiwanych z systemu monitoringu procesu testowania; - analiza opinii testerów	- modyfikacja interfejsu użytkownika - modyfikacja procedur technologicznych	Koordynator technologiczny
Niska ocena produktu przez ewaluatora zewn.	1	3	3	- przygotowanie odpowiedniego systemu monitoringu i autoewaluacji procesu testowania - bieżące wprowadzanie korekt w trakcie testowania;	- wdrożenie systemu monitoringu i autoewaluacji procesu testowania	Menedżer projektu
Brak walidacji produktu finalnego	1	3	3	- wprowadzanie modyfikacji i rekomendacji pochodzących z autoewaluacji i raportu ewaluatora zewnętrznego	- zmiana koncepcji produktu	Menedżer projektu

Potencjalne zagrożenie	Prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka ¹⁸	Wpływ ryzyka na realizację projektu ¹⁹	Waga ryzyka ²⁰	Ograniczenie występowania ryzyka	Minimalizowanie skutków wystąpienia ryzyka	Osoba odpowiedzialna
Etap upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki						
Niskie zainteresowanie użytkowników do korzystania z modelu	3	3	9	-wdrożenie strategii upowszechniania i włączania ze szczególnym uwzględnieniem kontaktów bezpośrednich - komunikacja oparta o język korzyści - wskazanie możliwości wdrażania na początku poszczególnych elementów modelu	- organizacja dodatkowych narzędzi (konkursów, dni otwartych, wykorzystanie liderów opinii, marketing szeptany) - zmiana strategii upowszechniania i włączania	koordynator ds. upowszechniania
Obawy przed wdrożeniem kolejnego narzędzia przez uczelnie	3	3	9	- rekomendacje pracowników i osób decyzyjnych zaangażowanych na etapie testowanie; - wskazanie możliwości wdrażania poszczególnych elementów modelu	- organizacja spotkań „uświadamiających”, spotkań z władzami; wsparcie lokalnych autorytetów; wykorzystanie sieci kontaktów	koordynator ds. upowszechniania
Problemy z rekrutacją użytkowników do włączenia modelu	2	3	6	-wdrożenie strategii upowszechniania i włączania wraz ze szczegółowym planem kontaktów z poszczególnymi grupami	-włączenie do działań władz Szkoły i osób będących liderami opinii; zastosowanie narzędzi motywacyjnych	koordynator ds. upowszechniania
Opóźnienie we włączaniu spowodowane długim procesem decyzyjnym	2	3	6	- przygotowanie pakietu instruktażowego (w wersji tradycyjnej, elektronicznej i multimedialnej)	- zmiana strategii włączania	koordynator ds. upowszechniania
Wycofanie się odbiorców z wcześniejszych ustaleń dot. wdrożeń modelu	2	2	4	-bieżąca analiza postępu w zakresie upowszechniania i włączania oraz ewentualnych problemów; - kontakty bezpośrednie - wsparcie coachingowe - analiza logów, realizacji umów;	-organizacja dodatkowych spotkań, szkoleń, organizacja sieci wsparcia i kontaktów - podpisanie umów dodatkowych	Menedżer projektu
Niska skuteczność działań upowszechniających i włączających	1	3	3	-bieżąca analiza postępu w zakresie upowszechniania i włączania oraz ewentualnych problemów; - na bieżąco aktualizacja wykorzystywanych narzędzi; analiza postępu i wyników poszczególnych narzędzi; śledzenie reakcji grup odbiorców	- zmiana strategii upowszechniania i włączania	koordynator ds. upowszechniania

X Załączniki

1. Produkt finalny – model Knowledge@Work

a. Podręczniki dla odbiorców i użytkowników

- Podręcznik wdrożenia modelu studiów podyplomowych Knowledge@Work
- Zalecenie dla Brokera edukacyjnego. Podręcznik
- Szkolenie dla Brokerów edukacyjnych – Harmonogram działań i propozycje ćwiczeń. Przewodnik dla trenera
- Komunikacja interpersonalna – pigułka wiedzy dla Brokerów edukacyjnych. Materiał szkoleniowy
- Metodyki zdalnego nauczania osób dorosłych w zakresie kompetencji kluczowych
- czym należy pamiętać w procesie kształcenia osób dorosłych. Podręcznik

b. Barometr Kompetencji Kluczowych

- Podręcznik Barometru Kompetencji Kluczowych – dla uczelni
- Podręcznik Barometru Kompetencji Kluczowych – dla słuchaczy studiów podyplomowych
- Barometr Kompetencji Kluczowych. Wprowadzenie do platformy.
- Barometr Kompetencji Kluczowych – Testy

c. Materiały e-learningowe i m-learningowe do Kompetencji Kluczowych

- Zbiór dobrych praktyk w zakresie projektowania materiałów e-learningowych i m-learningowych dedykowanych uczeniu się osób dorosłych. Poradnik
- Przykładowe materiały e-learningowe i m-learningowe – Kompetencja Kluczowa „Autoprezentacja”

2. Raporty z badań

- Ogólnopolskie badania ankietowe dotyczące studiów podyplomowych – Raport zbiorczy
- Ogólnopolskie badania ankietowe słuchaczy studiów podyplomowych – Raport
- Ogólnopolskie badania ankietowe wykładowców studiów podyplomowych – Raport
- Ogólnopolskie badania grupie osób odpowiedzialnych za studia podyplomowe – Raport
- Oferta edukacji ustawicznej na uczelniach wyższych – bariery i wyzwania. Raport
- Realizacja koncepcji Lifelong Learning (uczenie się przez całe życie) w systemie szkolnictwa wyższego w Polsce – Raport
- Edukacja przez całe życie a uczelniach wyższych – dobre praktyki. Raport

3. Programy kształcenia

- Program kształcenia na kierunku studiów podyplomowych w zakresie: Zarządzanie. Studia podyplomowe: Psychologia zarządzania

Człowiek - najlepsza inwestycja

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

26

- Program kształcenia na kierunku studiów podyplomowych w zakresie: Ekonomia.
Studia podyplomowe: Bezpieczeństwo i higiena pracy
- Program kształcenia na kierunku studiów podyplomowych w zakresie: Informatyka.
Studia podyplomowe: Grafika komputerowa i komunikacja wizualna
- Testy

