



Raport wdrożenia testowego programu Smak Zawodu

Lubartów 2019

Umowa powierzenia grantu 26/2018 w projekcie Mikro innowacje – makro korzyści



Spis treści

1 Słownik.....	3
2 O programie.....	3
2.1 Cel programu.....	3
2.2 Uczestnicy.....	3
2.3 Założenia.....	4
2.4 Opis realizacji.....	5
2.5 Zasady programu.....	6
3 Zmiany.....	8
3.1 Doradztwo zawodowe.....	8
3.2 Wersje Portalu internetowego.....	8
3.3 Grupa docelowa Odbiorców.....	9
3.4 Ankieta preferencji zawodowych jako formularz Google Forms.....	9
3.5 Wzory dokumentów.....	9
3.6 Zmiana w umowie Odbiorcy.....	9
3.7 Poradnik akcji informacyjnej i marketingowej.....	10
3.8 Odbiorcy.....	10
3.9 Koordynatorzy.....	10
3.10 Platforma.....	11
3.10.1 Środowisko i instalacja.....	11
4 Rekrutacja.....	11
4.1 Akcja reklamowa.....	11
4.2 Rekrutacja Partnerów.....	12
4.3 Rekrutacja Koordynatorów.....	12
4.4 Rekrutacja Odbiorców.....	13
5 Szkolenia.....	13
5.1 Szkolenie Partnerów.....	13
5.2 Szkolenie Koordynatorów.....	13
5.3 Szkolenie odbiorców.....	13
6 Realizacja zadań.....	14
7 Zakończenie testowania Programu.....	15
8 Wnioski.....	17
8.1 Spełnienie przyjętych założeń.....	17

1 Słownik

Innowator – Tomasz Krówczyński, autor programu Smak Zawodu.

Program – program Smak Zawodu.

Organizator – Tomasz Krówczyński, innowator, kierownik zespołu Programu.

Zespół – zespół innowatora realizujący Program.

Portal – internetowy portal Programu.

Administrator – osoba fizyczna zarządzająca portalem internetowym i danymi tam gromadzonymi.

Partner – przedsiębiorstwo lub instytucja biorąca udział w Programie jako podmiot definiujący zadania, umożliwiający ich realizację i oceniający wykonanie.

Odbiorca – osoba fizyczna przyjmująca zadania do realizacji.

Koordynator – osoba fizyczna pośrednicząca w kontaktach pomiędzy Partnerami i Odbiorcami oraz nadzorująca wykonywanie zadań i ich ocenę.

Uczestnik – Partner, Odbiorca, Koordynator lub Administrator.

Użytkownik – podmiot w przyszłości realizujący Program w swoim środowisku np. liceum.

2 O programie

2.1 Cel programu

Celem programu jest zapewnienie Odbiorcom praktycznej weryfikacji wyobrażeń o przyszłym zawodzie połączonej z weryfikacją predyspozycji do jego wykonywania w drodze mikropraktyk. Mikropraktyki to realizacja niewielkich zadań na rzecz różnych podmiotów o różnych profilach działalności nazywanych w programie Partnerami. Innowacyjnością proponowanego podejścia jest wprowadzenie działań poprzedzających podjęcie ostatecznej decyzji o wyborze zawodu dla osób, które jeszcze nie rozpoczęły lub są w trakcie edukacji zawodowej.

Uczestnictwo w programie daje Odbiorcom lepsze podstawy do wyboru zawodu lub profilu zawodowego zgodnych z ich predyspozycjami. Odbiorcy mają tu możliwość spróbowania swoich sił w różnych zawodach, w różnych dziedzinach i w różnych obszarach kompetencji, czego nie daje system oparty na praktykach i stażach.

2.2 Uczestnicy

W programie wyróżnia się dwie grupy adresatów:

1. Odbiorcy – są to osoby, które są na etapie podejmowania decyzji o wyborze zawodu lub

rozpoczynają swoją karierę zawodową:

- a) uczniowie szkół średnich,
 - b) studenci studiów I i II stopnia uczelni i szkół wyższych,
 - c) osoby fizyczne w wieku 18-25 lat, które nigdy nie były w stosunku pracy.
2. Użytkownicy – podmioty prowadzące edukację zawodową, pośrednictwo lub doradztwo zawodowe np.:
- a) biura pracy
 - b) biura karier,
 - c) instytucje rynku pracy,
 - d) instytucje pozarządowe zajmujące się rekrutacją,
 - e) uczelnie,
 - f) szkoły średnie.
 - g) poradnie zawodowe.

Użytkownicy mogą wykorzystać program „Smak zawodu” w swojej działalności jako dodatkowe narzędzie diagnostyczne lub weryfikujące.

Do przeprowadzenia programu dodatkowo są niezbędni inni uczestnicy tj.:

1. Partnerzy – przedsiębiorstwa lub instytucje, które będą zgłaszały zadania do realizacji w ramach mikropraktyk.
2. Koordynatorzy – podmioty koordynujące realizację zadań Odbiorców na rzecz Partnerów.

2.3 Założenia

Program działa przy spełnieniu następujących założeń:

1. W Programie bierze udział co najmniej 6. Partnerów.
2. W Programie bierze udział co najmniej 1 Odbiorca.
3. W Programie bierze udział co najmniej 1 Koordynator. Rolę Koordynatora może pełnić organizator Programu.
4. Każdy z partnerów definiuje co najmniej 3 zadania.

5. Każde zadanie ma przypisany co najmniej jeden profil zawodowy wg Hollanda.
6. Jeden profil zawodowy jest przypisany do co najmniej jednego zadania.
7. Zadania łącznie pokrywają wszystkie 6 profili zawodowych wg Hollanda.
8. Odbiorca samodzielnie wybiera zadania do realizacji.
9. Odbiorca wykonuje dokładnie jedno zadanie jednego Partnera. Wybranie zadania przez Odbiorcę uniemożliwia temu Odbiorcy wybór innych zadań tego samego Partnera.
10. To samo zadanie może być wykonywane przez wielu Odbiorców.
11. Wykonanie przez Odbiorcę wszystkich zadań oznacza, że wykonał on tyle zadań ilu Partnerów wzięło udział w Programie.

2.4 Opis realizacji

Program jest realizowany w trzech etapach:

1. Etap I – uruchomienie platformy internetowej, pozyskanie i przeszkolenie Uczestników.
2. Etap II – rejestrowanie zadań, ich realizacja i ocena realizacji.
3. Etap III – generowanie wyników i rozdanie świadectw uczestnictwa.

Program może być uruchamiany na czas określony lub może działać bez ograniczeń czasowych. W drugim przypadku Uczestnicy są sukcesywnie szkoleni i dołączają do pozostałych już działających w Etapie II. Dołączanie nowych Partnerów skutkuje wzbogaceniem oferty zadań do realizacji dla Odbiorców. Partnerzy, z założenia są szkoleni indywidualnie w swoich siedzibach z wykorzystaniem ich komputerów bowiem platforma programu jest dostępna przez internet.

Nie stanowi również problemu dołączanie nowych Odbiorców. W tym przypadku jest istotne, aby dla każdego Odbiorcy ustalić minimalną liczbę zrealizowanych zadań niezbędną do wystawienia oceny obciążonej jak najmniejszym błędem. Pojawia się tu problem szkolenia Odbiorców. Dla Organizatora łatwiejsze do zorganizowania jest grupowe szkolenie Odbiorców.

Integralną częścią niniejszego podręcznika jest Specyfikacja techniczna (platforma-smak-zawodu-spec-tech.pdf) oraz Instrukcja użytkownika (smak-zawodu-instrukcja-uzytkownika-platformy.pdf). Pierwszy z dokumentów opisuje sposób instalacji Platformy i przygotowanie jej do użycia w Programie. Z drugim dokumentem powinni zapoznać się Uczestnicy Programu. Znajduje się tam opis funkcji Platformy realizowanych przez Uczestników w Programie.

2.5 Zasady programu

Podmiotem programu jest Odbiorca. Pozostali Uczestnicy pełnią role pomocnicze. Zadaniem odbiorcy jest wykonanie następujących kroków:

1. Wypełnić początkową Ankietę Preferencji Zawodowych. Wypełnienie ankiety odblokuje Odbiorcy dostęp do listy zadań opublikowanych na Platformie.
2. Odbiorca wybiera zadanie z listy zadań. Wybór kolejnego zadania do realizacji staje się możliwy dopiero po realizacji bieżącego zadania. Pozostali odbiorcy mogą w tym czasie wybrać to samo zadanie. Zadanie uznaje się za zrealizowane po dokonaniu samooceny przez Odbiorcę. Dopiero wtedy Odbiorca może wybrać kolejne zadanie do realizacji.
3. Realizacja przez Odbiorcę zadania określonego Partnera powoduje zablokowanie temu Odbiorcy dostępu do pozostałych zadań tego Partnera. Zadania Partnera nie będą już wyświetlane na liście zadań dostępnych do realizacji dla tego Odbiorcy.
4. Odbiorca realizuje zadania w opisany wyżej sposób do wyczerpania listy zadań dostępnych dla niego do realizacji.
5. Zrealizowanie przez Odbiorcę zadań wszystkich Partnerów powoduje odblokowanie dostępu do końcowej Ankiety Preferencji Zawodowych. Jest ona identyczna z ankietą początkową. Celem powtórzenia ankietowania jest zbadanie, w jakim stopniu realizacja zadań i uzyskane kompetencje wpłynęły na zmianę preferencji zawodowych Odbiorcy.
6. Wypełnienie końcowej Ankiety Preferencji Zawodowych powoduje odblokowanie dostępu do Ankiety Użyteczności Programu.
7. Odbiorca wypełnia Ankietę Użyteczności Programu. Celem ankietowania jest pozyskanie od Odbiorcy informacji zwrotnej nt. Programu. Tak sformułowana ocena Programu może stać się przyczynkiem do wprowadzenia w Programie zmian, które podniosą jego walory.
8. Wypełnienie Ankiety Użyteczności Programu jest ostatnią czynnością Odbiorcy. Powoduje ona odblokowanie dostępu do Raportu Realizacji Zadań Odbiorcy.
9. Odbiorca może zapoznać się z uzyskanymi ocenami, profilem zawodowym oraz rekomendacjami dziedzin zawodowych, do których predyspozycje zostały ujawnione podczas realizacji zadań.

Zanim Odbiorca przystąpi do realizacji zadań, muszą one być zdefiniowane. Zadania definiuje Partner przy wsparciu Koordynatora. Poprawna definicja zadania ma kluczowe znaczenia dla poprawności uzyskanych wyników. Zadanie i jego definicja muszą spełniać następujące warunki:

1. Zadanie musi mieć określony produkt, którym może być rzecz lub usługa.
2. Zadanie musi być możliwe do wykonania w krótkim czasie.
3. Stopień trudności zadania musi uwzględniać niewielkie kompetencje zawodowe Odbiorców.
4. Zadanie musi mieć określony co najmniej jeden badany przez nie profil zawodowy wg Hollanda.
5. W definicji zadania można podać wskazówki lub narzędzia usprawniające jego realizację.

Zdefiniowane zadania Partnera pojawią się na liście zadań. Podczas definiowania zadań należy zwrócić uwagę na właściwe przypisanie profili zawodowych. Zaleca się, aby to zadanie wykonał Koordynator, któremu nie są obce zagadnienia związane z doradztwem zawodowym.

Partner obserwuje postęp realizacji zadań przez Odbiorców na liście [Zadania w toku]. Zadania zrealizowane pojawią się na liście [Zadania do oceny]. Drugim zadaniem Partnera jest dokonanie oceny realizacji zadań na podstawie dostarczonych produktów i współpracy z Odbiorcą. Koordynator służy Partnerowi pomocą w tym zadaniu. Istotne jest relatywnie sprawne ocenianie zrealizowanych zadań. Nadmierna zwłoka, jak wykazał test Programu, wpływa demotywująco na Odbiorców.

Koordynator odgrywa w Programie istotną rolę. Swoją aktywnością spaja wszystkie elementy Programu w harmonijnie działającą całość. Z jednej strony motywuje i dopinguje Odbiorców podczas realizacji zadań. Z drugiej zaś wspiera Partnerów, odciążając ich w zakresie definiowania i oceny zadań. Niektórzy Partnerzy, jak wykazało testowanie Programu, wolą przekazać Koordynatorowi ustnie swoje uwagi związane z realizacją zadania i sędowanie na niego technicznej strony wypełnienia formularza oceny.

Innym ważnym aspektem działań Koordynatora jest nadzór i dopełnienie wszelkich wymogów formalnych związanych z uczestnictwem w programie Odbiorców i Partnerów. Testowanie pokazało, brak sumienności w tym zakresie zwłaszcza u Odbiorców. Dochodziło tu do znacznej zwłoki w dostarczeniu podpisanych umów i oświadczeń.

3 Zmiany

3.1 Doradztwo zawodowe

Doradca zawodowy, członek zespołu opracowującego Program, postulował wprowadzenie niżej opisanych zmian w Ankiecie Preferencji Zawodowych:

- zróżnicowana liczba dopuszczalnych odpowiedzi dla różnych pytań w Części I;
- stopniowania odpowiedzi w Części II; zamiast odpowiedzi TAK/NIE miała być wprowadzona możliwość odpowiedzi w skali od 1 do 5;
- zmiana punktacji odpowiedzi,
- korekty edytorskie opisów.

Opisane zmiany wiązały się ze zmianą interfejsu użytkownika oraz algorytmów obliczania wyniku. Nie zostały wprowadzone w wersji używanej w etapie testowania Programu z uwagi na ryzyko znacznego opóźnienia rozpoczęcia testowania.

3.2 Wersje Portalu internetowego

W pierwszym etapie zostały przygotowane dwie wersje portalu: lokalna i serwerowa. Wersja lokalna umożliwiała uruchomienie demonstracyjnej wersji Portalu na lokalnym komputerze bez konieczności instalowania serwera internetowego i bazy danych. Wersja serwerowa wymagała osobnej instalacji wymienionych elementów środowiska.

Odstąpiono od dostarczenia wersji lokalnej. Powodem były znaczne trudnienia na poziomie dostępu do danych związane z zachowaniem zgodności z wersją serwerową z powodu zdublowanej implementacji osobno w językach PHP i Javascript. Wersja lokalna nie dysponowała profesjonalną bazą danych, a była ona emulowana przez struktury JSON. W efekcie dochodziło do rozbieżności w danych dostarczanych przez wersję serwerową i lokalną. Zachodziło ryzyko wprowadzenia Prowadziłyby to do dezorientacji Użytkownika.

Lokalna instalacja proponowanego środowiska XAMPP jest prosta i w pełni odtwarza zachowanie wersji serwerowej. Może też być wykorzystana i udostępniona Uczestnikom w lokalnym środowisku informatycznym podmiotu np. szkoły.

3.3 Grupa docelowa Odbiorców

Zmieniono grupę docelową odbiorców. Zakładaną grupą byli uczniowie szkół średnich, studenci i bezrobotni w wieku do lat 25. Ogłoszenia o Programie opublikowane w prasie i na popularnym lubartowskim portalu internetowym przeminęły bez echa. Nie było żadnego odzewu ze strony potencjalnych Odbiorców.

W związku z tym Zespół postanowił zredukować grupę docelową i metodę rekrutacji. Wynikiem tej decyzji grupą docelową stali się uczniowie szkół średnich. Rekrutację, za zgodą dyrektora placówki, przeprowadzono w formie 15. minutowych prezentacji Programu na zajęciach lekcyjnych.

3.4 Ankieta preferencji zawodowych jako formularz Google Forms

Usunięto Ankieta preferencji zawodowych w postaci formularza Google Form z uwagi na wymaganie bardziej rozbudowanej struktury dokumentu i obliczania punktacji. Ankieta została zaimplementowana jak podstrona Portalu.

3.5 Wzory dokumentów

1. Dodano wzór „Zaproszenia na uroczyste zakończenie Programu” dla uczestników Programu.
2. Dodano wzór „Podziękowanie za udział w Programie” dla Partnerów i innych podmiotów zaangażowanych w Programie.

3.6 Zmiana w umowie Odbiorcy

1. Zmienia się §7 przez wykreślenie ustęp 2 i 3.
2. Zmienia się §6 ust. 1 przez dodanie:
 1. litery d) w brzmieniu „Organizator zapewnia Odbiorcy objęcie ubezpieczeniem NNW na czas trwania umowy.”
 2. litery e) w brzmieniu „Organizator nie ponosi odpowiedzialności za ewentualnie doznane przez Odbiorcę szkody lub krzywdy w czasie odbywania praktyki.”

Komentarz.

Ad.1. Odbiorca jest objęty ubezpieczeniem OC przez szkołę. W tej sytuacji dodatkowe ubezpieczenie tego rodzaju jest nadmiarowe. Dlatego usunięto §7 ust. 2.

Ad.2. Organizator powinien zapewnić Odbiorcy ubezpieczenie NNW.

3.7 Poradnik akcji informacyjnej i marketingowej

1. Koordynatorami są przedstawiciele Organizatora

Testowanie wykazało na znaczne trudności w pozyskaniu Koordynatorów. Nikogo nie udało się zainteresować Programem na tyle, aby zechciał poświęcić swój czas i zaangażować się społecznie.

2. Zmiana motywacji w rozmowach z potencjalnymi Partnerami

W poradniku zostało uwzględnione ograniczenie pracodawców instytucjonalnych spośród administracji państwowej. Wprowadzono konieczność uzyskania zgód od podmiotów prowadzących.

W przypadku przedsiębiorców dodano zachętę w postaci silnego wsparcia pracodawcy przez Koordynatora w zakresie doboru i definicji zadań oraz oceny ich realizacji. Ten argument jednoznacznie wskazywał pracodawcy, że jego koszt związany z uczestnictwem w programie nie zaburzy istotnie jego aktywności gospodarczej. To była główna perspektywa postrzegania uczestnictwa w Programie przez pracodawców. Aspekty społeczne i wychowawcze Programu nie wpływały na stanowisko pracodawcy w tej sprawie.

3.8 Odbiorcy

Pierwotnie zakładano zainteresowanie uczestnictwem Programie szerokiej grupy Odbiorców. Akcja informacyjna i marketingowa oraz rozmowy z dyrekcjami szkół zawodowych i ogólnokształcących nie przyniosły spodziewanych efektów. Dopiero bezpośrednia rekrutacja w jednej ze szkół odniosła skutek w postaci 87. wpisaniem się na listę zainteresowanych uczestnictwem w Programie. W efekcie Odbiorcy wywodzą się z jednej szkoły ogólnokształcącej.

3.9 Koordynatorzy

Zakładano rekrutację Koordynatorów spośród dorosłych aktywistów grup wolontariackich, pedagogów szkolnych, szkół. Akcja informacyjna dała spodziewanych rezultatów. Ponadto wymagania stawiane przez Partnerów wymusiły zmianę przyjęciem funkcji Koordynatorów przez członków Zespołu Organizatora.

3.10 Platforma

3.10.1 Środowisko i instalacja

Zrezygnowano z możliwości uruchamiania wersji testowej Platformy z płyty CD/DVD lub innego nośnika „tylko do odczytu”. Obecnie wersja testowa wymaga zainstalowania środowiska XAMPP na lokalnym komputerze i przekopiowania plików platformy do jego foldera instalacyjnego.

W ten sposób znacznie uproszczono wprowadzanie zmian do kodu źródłowego Platformy na poziomie współpracy z bazą danych. Obecnie jest używana tylko jedna baza danych i jedna wersja biblioteki dostępu do danych. Zredukowano w ten sposób potencjalne rozbieżności w danych powodowane przez odmienne implementacje samych baz danych oraz błędów w funkcjonalnie zdublowanym kodzie źródłowym.

4 Rekrutacja

4.1 Akcja reklamowa

Wydrukowano plakaty i ulotki reklamowe adresowane do potencjalnych Uczestników. Ponadto przygotowano reklamy przeznaczone do publikacji w prasie i internecie. Plakaty adresowane do Odbiorców zostały rozwieszane w 3. lubartowskich szkołach średnich, w tym w 2. liceach i jednej szkole zawodowej.

Reklamy Programu zostały opublikowane w 2. lokalnych tygodnikach: Wspólnota Lubartowska i Lubartowiak. Ponadto reklama Programu została opublikowana na popularnym w Lubartowie portalu internetowym lubartów24.pl.

Odstąpiono od publikacji reklamy na portalu Facebook. Powodem były wnioski z konsultacji z przedsiębiorcami, którzy używają tego medium reklamowego w swojej działalności. Stwierdzili oni, że skuteczność tego medium w przypadkach związanych z podjęciem aktywności odbiorcy reklamy w realnym życiu jest znikoma. Ograniczają się do „polubień” ewentualnie do „udostępnień”. Fizyczna aktywność jest niemal zerowa.

Dodatkowo podjęto działania informacyjne w lubartowskich ośrodkach szkolenia kierowców. Podstawą tej decyzji było założenie, że najliczniejszą grupą kursantów są osoby z założonej grupy docelowej. Program nie spotkał się z zainteresowaniem obecnych.

4.2 Rekrutacja Partnerów

Rekrutację Partnerów przeprowadzono indywidualnie. Wstępnie została przygotowana lista partnerów, których obszary działalności umożliwią zdefiniowanie zadań, które wykażą predyspozycje i kompetencje Odbiorców ogółem pokrywające wszystkie profile zawodowe wg przyjętej metodologii Hollanda.

W przypadku Partnerów z grupy przedsiębiorców, głównymi czynnikami hamującym przed przystąpieniem do Programu były niedostateczne korzyści biznesowe i brak czasu przedsiębiorców. Ci przedsiębiorcy, którzy zgodzili się na udział w Programie wymagali od Organizatora pełnego wsparcia w zakresie definiowania zadań i oceny ich realizacji.

Największe obawy budziło podpisanie umowy partnerskiej. Dopiero dodatkowe wyjaśnienia dotyczące braku jakichkolwiek skutków finansowych i tych, związanych z odpowiedzialnością za bezpieczeństwo Odbiorców sprawiały, że podmioty przystępowały do Programu.

W przypadku Partnerów instytucjonalnych np. szkoła, biblioteka, problemem była potrzeba uzyskania akceptacji organu nadzorującego.

W tym celu Organizator dostarczył Wydziałowi Oświaty Powiatu Lubartowskiego wymagane materiały informacyjne związane z Programem i odbył rozmowę ze Starostą Lubartowskim. Efektem tego spotkania była ustna akceptacja przystąpienia do Programu przez instytucje podległe. W tym przypadku decyzja dotyczyła to dwóch szkół średnich, Biblioteki Powiatowej i Domu Opieki Społecznej.

W przypadku szkoły zawodowej napotkano zwiększony opór przed przystąpieniem do Programu. Dyrekcja argumentowała swój brak zainteresowania tym, że młodzież odbywa już profilowe praktyki zawodowe i inne odmiany praktyk, zdaniem dyrekcji, nie są potrzebne, a jedynie dodatkowo obciążają młodzież.

Końcowym rezultatem rekrutacji było pozyskanie 10. podmiotów spełniających wyżej opisane wymagania. Każdy z nich, w konsultacji z Koordynatorem zdefiniował nie mniej niż 3 zadania.

4.3 Rekrutacja Koordynatorów

Rekrutację przeprowadzono wśród pracowników przedsiębiorstw i instytucji, które przystąpiły do Programu. Pomimo zainteresowania Programem, nie rozmówcy nie chcieli angażować się

w dodatkową aktywność.

W związku z tym rolę Koordynatorów postanowiło pełnić troje członków Zespołu.

4.4 Rekrutacja Odbiorców

Wobec fiaska rekrutacji pasywnej tzn. prowadzonej za pośrednictwem ogłoszeń, reklam i prezentacji, Zespół postanowił przeprowadzić rekrutację poprzez krótką, 15. minutową prezentację na zajęciach lekcyjnych w wybranych szkołach średnich. Na potrzeby rekrutacji dodatkowo wydrukowano wzór Świadectwa Uczestnictwa oraz Raportu Końcowego z Realizacji Zadań.

W porozumieniu i za zgodą dyrekcji Program został zaprezentowany na zajęciach lekcyjnych w 10. klasach liceum. W każdej klasie pozostawiono formularz listy chętnych do przystąpienia do Programu. Na liście należało podać imię i nazwisko, nr telefonu, e-mail oraz miesiąc i rok urodzenia. Efektem rekrutacji w tej szkole było zgłoszenie się 87. chętnych.

Wśród założeń Programu było ograniczenie do 30. osób liczby Odbiorców w grupie testowej.

W związku z tym zaniechano rekrutacji w pozostałych szkołach. Organizator obawiał się znacznego przekroczenia budżetu projektu.

5 Szkolenia

5.1 Szkolenie Partnerów

Partnerzy nie byli zainteresowani pełnym szkoleniem. Ich warunkiem przystąpienia do Programu było pełne wsparcie przez Koordynatorów. Z tego powodu Partnerów zapoznano jedynie z funkcjami Portalu i przekazano parametry połączenia tj. adres internetowy, nazwę użytkownika i hasło.

5.2 Szkolenie Koordynatorów

Szkolenie Koordynatorów okazało się zbyteczne ponieważ rolę Koordynatorów pełnili członkowie Zespołu dobrze znający metody pracy i funkcje Portalu.

5.3 Szkolenie odbiorców

Odbiorcy zostali podzieleni na 6 grup do 15. osób. Szkolenia odbywały się w sali komputerowej wynajętej odpłatnie od macierzystej szkoły Odbiorców. Z każdą grupą Odbiorców przeprowadzono

jednogodzinne szkolenie.

Na potrzeby szkolenia została przygotowana wersja szkoleniowa Platformy. Na niej ćwiczyli uczestnicy szkolenia. Szkoleniowa wersja platformy była uruchomiona na komputerze prowadzącego szkolenie. Odbiorcy, którzy przystąpili do szkolenia zostali zarejestrowani w Platformie szkoleniowej i docelowej. Adres poczty elektronicznej Odbiorcy został użyty jako nazwa użytkownika Platformy, a hasło zostało wygenerowane automatycznie przez Platformę. Prowadzący szkolenie przekazał Odbiorcom parametry logowania do Platformy.

Na szkolenie stawiło się 31 osób spośród 87, które zadeklarowały uczestnictwo w Programie. Uczestnikom szkolenia zostały rozdane wydrukowane materiały szkoleniowe oraz okolicznościowe przypinki Programu Smak Zawodu.

Na zakończenie szkolenia Odbiorcy zostali poinformowani o konieczności podpisania umowy i oświadczenia RODO. Oba dokumenty zostały wydrukowane przez Koordynatora i dostarczone uczestnikom szkolenia do podpisu.

Niektórzy uczestnicy szkolenia nie byli pełnoletni w świetle prawa. Data uzyskania pełnoletności przypadała na późniejszą datę bieżącego roku. Ci uczestnicy zostali poinformowani o dodatkowej konieczności podpisania obu dokumentów przez opiekunów prawnych.

Z uwagi na niespełną 30% frekwencję na szkoleniu Organizator uznał za zasadne zastosowanie dodatkowego czynnika motywującego. Były nim nagrody dla pierwszej trójki Odbiorców, którzy najszybciej wykonają wszystkich 10 zadań.

6 Realizacja zadań

Umowy podpisało 11. Odbiorców spośród 31. uczestników szkolenia. Do realizacji zadań przystąpiło jedynie 9. Odbiorców. Tylko 4. Odbiorców wykonało wszystkich 10 zadań, 3. Odbiorców wykonało 5 zadań, 1 Odbiorca wykonał 3 zadania i 1 Odbiorca wykonał 1. zadanie.

10 Partnerów zdefiniowało ogółem 39 zadań. Zgodnie z regułami Programu każdy Odbiorca miał wykonać dokładnie jedno zadanie każdego z Partnerów czyli łącznie 10 zadań. Zadania były definiowane przez Odbiorców przy współpracy z Koordynatorem. Zasadniczym elementem doboru zadań było łączne pokrycie wszystkich profili wg metodologii Hollanda.

Ustalono 2. tygodniowy termin realizacji tj. 31.03.2019r. Termin został przedłużony do dn. 11.04.2019r. na wnioski Odbiorców. Głównym powodem próśb o przedłużenie terminu były niekiedy kilkudniowe czasy oczekiwania na materiały pomocnicze. W efekcie zadania zostały realizowane w terminie 4. tygodni.

Organizator pokrył koszty związane z wykonaniem materiałów pomocniczych.

Dane kontaktowe Koordynatorów były opublikowane na Portalu. Odbiorcy byli w stałym kontakcie z Koordynatorami, którym na bieżąco zgłaszali problemy związane z realizacją zadań bądź korzystaniem z Platformy. Najczęściej powtarzającym się problemem była zwłoka w ocenie przez Partnerów. Interwencje Koordynatorów dopingowały Partnerów w tym zakresie lecz nie zawsze z natychmiastowym skutkiem.

Partnerzy, podobnie jak Odbiorcy, byli w stałym kontakcie z Koordynatorami. Częściej inicjatorem kontaktów byli Koordynatorzy. Głównym powodem była wspomniana zwłoka w ocenach realizacji zadań. Niektórzy Partnerzy niemal w pełni cedowali na Koordynatora ocenę realizacji zadania. W takich przypadkach Koordynator omawiał z Partnerem realizację zadania przez poszczególnych Odbiorców z perspektywy arkusza oceny zadania i wypełniał arkusz w mieniu i za akceptacją Partnera. Partnerom podobał się taki tryb współpracy. Dzięki temu czasowe obciążenie związane z uczestnictwem w Programie nie było dla nich zbyt dotkliwe.

7 Zakończenie testowania Programu

Uroczyste zakończenie testu Programu odbyło się w wynajętej sali. Na spotkanie zostali zaproszeni Odbiorcy, którzy wykonali co najmniej jedno zadanie, Partnerzy, Koordynatorzy i podmioty wspierające np. dyrekcje szkół, które wyraziły zgodę na przeprowadzenie rekrutacji.

Dwoje z zaproszonych Odbiorców usprawiedliwiło swoją nieobecność powodami rodzinnymi. Byli w podróży z rodziną. Na spotkanie przybyło niewielu przedstawicieli partnerów. Byli to przedstawiciele jedynie 2. Partnerów. Spotkanie odbyło się w piątkowe popołudnie. Wielu z Partnerów tłumaczyło swoją absencję brakiem czasu z uwagi na zamykanie tygodniowych planów w swoich przedsiębiorstwach.

Na spotkaniu obecna była pedagog szkolny szkoły, w której przeprowadzono rekrutację oraz wszyscy trzej Koordynatorzy jednocześnie reprezentujący Zespół i Organizatora.

Dla Odbiorców zostały wydrukowane Świadectwa Uczestnictw oraz Raport Końcowy z Realizacji Zadań. Dodatkowo, Organizator wykonał dla poszczególnych Odbiorców pamiątkowe egzemplarze prac lub ich wzorów np. ozdobny projekt passe-partout, breloczek lub plakat wg projektu Odbiorcy. W przypadku prac zrealizowanych na rzecz Partnera Tygodnik Wspólnota Lubartowska, produkty zadań zrealizowanych przez Odbiorców zostały opublikowane w kolejnych numerach papierowego wydania periodyku.

Podczas spotkania wręczono Odbiorcom świadectwa, raporty, pamiątki i nagrody. Nagrodą były karty upominkowe Media Markt o nominałach 100, 75 i 50 złotych odpowiednio za I, II i III lokatę w terminie zakończenia realizacji zadań. III lokatę zajęło dwoje Odbiorców ex aequo. Dodatkową nagrodę w postaci karty upominkowej Media Markt o nominale 25zł Organizator wręczył uczestnikowi, który wykrył błąd Platformy. Błąd został poprawiony natychmiast po otrzymaniu zgłoszenia dzięki temu nie wpłynął na realizację zadań przez pozostałych Odbiorców.

Po wręczeniu nagród rozpoczęto dyskusję na temat użyteczności Programu, jego plusów i minusów. Partnerzy bardzo pozytywnie oceniali Program, jego ideę i aktywność Odbiorców. Zostało podkreślone szczególne zaangażowanie niektórych Odbiorców, którzy w kilka dni po wykonaniu zadania zwracali się do Partnera z zapytaniami o to, czy wykonane zadanie nie wymaga poprawki (prace praktyczne na rzecz Biblioteki Powiatowej).

Na spotkaniu nie był obecny przedstawiciel Środowiskowego Domu Samopomocy lecz za pośrednictwem Koordynatora przekazał podziękowania dla Odbiorców za ich bardzo duże zaangażowanie w pracy z niepełnosprawnymi intelektualnie podopiecznymi ośrodka, estetycznie zaprojektowane i przygotowane pomoce dydaktyczne oraz złożone deklaracje kontynuowania współpracy z ośrodkiem w charakterze wolontariuszy.

Obecny na spotkaniu Dyrektor Programowy Tygodnika Wspólnota Lubartowska chwalił Odbiorców za profesjonalnie przygotowany materiał. Prace dziennikarskie na rzecz tygodnika wymagały spełnienia dodatkowych wymagań formalnych np. zgód na publikację wizerunku osób wypowiadających się w sondzie, autoryzacji wywiadu. Odbiorcy dopełnili wszelkich formalności związanych z dostarczaniem materiałem wymaganych przez redakcję. Dyrektor wielokrotnie podkreślał zaangażowanie i widoczny w pracach duży nakład pracy Odbiorców.

Wszyscy Odbiorcy podkreślali atrakcyjność Programu. Dawał on możliwości niedostępne uczniom

Tomasz Krówczyński

ul. Bukowa 13, 21-100 Lubartów

tel. 501479385, e-mail: tkrowczynski@gmail.com

www.smakzawodu.tkrowczynski.com

szkoły ogólnokształcącej. Zgodnie z przewidywaniami Organizatora, jedne zadania były mniej inne bardziej interesujące w opinii Odbiorców lecz wszyscy byli zgodni w tym, że mieli możliwość osobistego zetknięcia się z choćby małymi aspektami różnych zawodów.

Wśród opinii artykułowanych przez Odbiorców dominował problem krótkiego terminu realizacji i brak możliwości realizacji niektórych zadań w czasie godzin lekcyjnych. Zdaniem Odbiorców Program powinien być wdrażany w szkołach na zasadzie zajęć dodatkowych z możliwością realizacji zadań w czasie zajęć wybranych przedmiotów i w godzinach pozalekcyjnych. Taka implementacja Programu mogłaby oferować większy wachlarz zajęć definiowanych przez większą grupę Partnerów i trwać dłuższy czas np. 1 semestr lub rok cały szkolny.

Innym ze zgłaszanych przez Odbiorców minusów był brak możliwości realizacji zadań w zakładzie Partnera. Zdaniem Odbiorców to ograniczało potencjał poznawczy realizacji niektórych zadań.

8 Wnioski

8.1 Spełnienie przyjętych założeń

1. Rekrutacja i przygotowanie do udziału w procesie testowania 3. asystentów.

Asystentami nazywanymi w Programie Koordynatorami zostali członkowie Zespołu Organizatora z powodu braku zainteresowania Programem w zakładanych grupach docelowych.

Testowanie wykazało uzasadnienie dla funkcji Koordynatora. Koordynator z jednej strony dopingował Odbiorców i kontrolował dopełnienie wymogów formalnych związanych z uczestnictwem w Programie, z drugiej zaś mocno wspierał Partnerów w wyborze właściwych zadań, ich definiowaniu i ocenie.

2. Rekrutacja 30. osobowej grupy docelowej.

Zgodnie z wymaganiami projektu grupą docelową Programu mieli być młodzi ludzie, którzy jeszcze nie wybrali swojej drogi zawodowej lub jeszcze nie podjęli pracy. Niestety, akcja informacyjna i marketingowa nie spowodowała napływu zgłoszeń do uczestnictwa w Programie. W świetle obserwacji można stwierdzić, że koszt poniesiony z przygotowaniem i kolportażem plakatów i ulotek oraz publikacja ogłoszeń w lokalnej prasie i na lokalnych portalach internetowych był bezzasadny. Nikt nie zgłosił zainteresowania. Podobne efekty dały prezentacje programu w lokalnych ośrodkach

szkolenia kierowców, gdzie uczęszcza młodzież należąca do zakładanej grupy docelowej.

Dopiero kilkunastominutowe prezentacje Programu podczas zajęć lekcyjnych w jednej ze szkół średnich spotkały się z odzewem młodzieży. Po każdej prezentacji zgłaszali się chętni. Na listę zainteresowanych uczestnictwem w Programie wpisało się 87 osób. W szkoleniu Odbiorców wzięło udział 31 osób. Do realizacji zadań przystąpiło 9 osób z czego tylko 4 osoby wykonały 10 wymaganych zadań.

Testowanie wykazało znaczny spadek zainteresowania młodzieży przedsięwzięciami, które wymagają ich osobistego zaangażowania. Bardzo duże zainteresowanie na poziomie deklaracyjnym gwałtownie maleje na kolejnych etapach zmierzających do rzeczywistej aktywności:

- 84 osoby zadeklarowały zainteresowanie,
- 31 osób wzięło udział w szkoleniu,
- 11 osób podpisało umowę i oświadczenie RODO i przystąpiło do realizacji zadań,

Wyraźnie widać wśród potencjalnych Odbiorców około 60.% spadek zainteresowania w stosunku do liczności grupy w etapie poprzedzającym.

Wśród 11 osób, które podpisały umowę Odbiorcy Programu statystyka realizacji zadań prezentuje się jak niżej:

- 9 osób zrealizowało co najmniej jedno zadanie z 10. wymaganych,
- 4 osoby zrealizowały 10 zadań z 10. wymaganych,
- 3 osoby zrealizowały 5 zadań z 10. wymaganych,
- 1 osoba zrealizowała 3 zadania z 10. wymaganych,
- 1 osoba zrealizowała 1 zadanie z 10. wymaganych,
- 2 osoby przyjęły jedno zadanie do realizacji lecz zadania nie zrealizowały.

Podczas dyskusji z Odbiorcami na uroczystości rozdania świadectw, młodzież przywoływała jako główne, następujące powody tak dużego spadku zainteresowania:

- brak możliwości realizacji zadań w godzinach zajęć lekcyjnych,

- krótki czas przeznaczony na realizację zadań,
- niechęć do wysiłku fizycznego,
- obawa przed porażką,
- ogólną niechęć do podejmowania jakiegokolwiek aktywności innej niż rozrywkowa lub konsumpcyjna.

Kolejnym problemem ujawnionym podczas testowania był brak sumienności młodzieży w zakresie dostarczenia podpisanych dokumentów. Tylko dzięki zaangażowaniu Koordynatora było możliwe rozpoczęcie etapu realizacji zadań.

3. Rekrutacja 10. pracodawców – Partnerów.

W programie wzięło udział 10 instytucji i przedsiębiorstw. Instytucje administracji państwowej lub jednostki im podległe z nielicznymi wyjątkami nie wykazywały zainteresowania Programem pomimo wskazywania na jego potencjalne korzyści wychowawcze i społeczne. Inne warunkowały uczestnictwo zgodą lub przynajmniej ustną akceptacją kierownictwa jednostki nadrzędnej. To znacznie wpłynęło przedłużenie rekrutacji. Przyszły Organizator programu powinien uwzględnić ten czynnik przy organizacji edycji Programu w swoim środowisku.

Wśród przedsiębiorców najczęściej podnoszonym argumentem przeciw przystąpieniu do Programu było odwoływanie się do braku czasu na wybór i definiowanie zadań w wymaganej formie oraz zajmowanie się Odbiorcami i oceną realizacji zadań. Tu najmocniej dała o sobie użyteczność instytucji Koordynatora. Przedsiębiorcy dopiero po deklaracji daleko posuniętego wsparcia przez Koordynatora decydowali się na przystąpienie do Programu.

4. Zakłada się, że wielu odbiorców programu zrewiduje swoje preferencje zawodowe.

Zmiany w Ankietach preferencji zawodowych wypełnionych przez Odbiorców przed i po realizacji zadań jednoznacznie wskazują na ich weryfikacyjne oddziaływanie. Często wysoka samoocena w ramach danego profilu na początku była obniżana na zakończenie programu. Świadczy to o bardziej krytycznym podejściu Odbiorcy do oceny swoich kompetencji.

Z drugiej strony, oceny wynikające z oceny realizacji zadań wykazały, że:

- Odbiorcy byli w stosunku do siebie bardziej krytyczni niż pracodawcy,

- w niektórych przypadkach Odbiorca w ocenie pracodawcy przejawiał cechy, których u siebie nie doceniał lub je marginalizował.

Nie zaobserwowano ewidentnych zmian preferencji zawodowych. Należy jednak pamiętać o bardzo małej grupie Odbiorców (tylko 4 osoby), która wykonała wszystkie wymagane zadania. Uzyskane wyniki, zdaniem Innowatora, wyraźnie pokazały potencjał wychowawczy Programu pomimo tak nielicznej grupy.

5. Zakładanym rezultatem będzie stworzenie instrumentarium do badania kompetencji i predyspozycji przyszłych pracowników.

Program udowodnił swoją użyteczność jako uzupełnienie narzędzi stosowanych w doradztwie zawodowym. Dzięki oparciu o metodologię Hollanda Program doradcy zawodowemu doskonały punkt wyjścia w procesie profilowania zawodowego zweryfikowanego w praktyce. Doradca dysponuje lepszym przybliżeniem faktycznych możliwości osoby, której doradza. Z drugiej strony młody człowiek może podczas realizacji zadań sam sprawdzić swoje kompetencje jednocześnie nabywając nowych.

Kluczową cechą Programu dla obu beneficjentów jest badanie przez praktykę połączone ze znormalizowanym system oceny. Dzięki temu obie strony procesu – badacz i badany – dostają do ręki mierzalną, rynkową percepcję badanych predyspozycji i kompetencji. Efektem ubocznym jest zdobywanie nowych doświadczeń i kompetencji przez badanego.

Dla pedagogów szkolnych i współpracujący z nimi doradcy zawodowi mają możliwość diagnozowania całych populacji np. uczniów jednej lub wielu klas tej samej szkoły. Znormalizowany sposób oceny realizacji zadań daje bezcenną możliwość skutecznego porównywania uzyskanych wyników i profilowania.

6. Zakładanym rezultatem innowacyjności Programu jest praktyczne zdobywanie i weryfikowanie wiedzy o własnych kompetencjach zawodowych niedostępne w obecnie funkcjonującym systemie praktyk.

Różnice w wyników Ankiety preferencji zawodowych jednoznacznie wykazały weryfikujący wpływ realizacji zadań na samoocenę i świadomość zawodową Odbiorców. Połączenie tych wyników z konfrontacją samooceny z oceną Partnera daje Odbiorcy zweryfikowaną w praktyce ilustrację tego, jak jest postrzegany przez pracodawców. Oceny Partnerów czasem wskazują Odbiorcy na wysoki poziom cech przez niego niedostrzeganych lecz istotnych dla pracodawców.



Raport z wdrożenia testowego

Smak zawodu

Obecny system praktyk zawodowych skupia się na jednym zawodzie i wspiera rozwój na już obranej ścieżce kariery. Nie są zorientowane zadaniowo. Często praktykant jest wykorzystywany do prac nie związanych bezpośrednio z przedmiotem kształcenia. Brak jednolitych znormalizowanych kryteriów oceny praktyki wymusza na opiekunach praktyk tworzenia ocen opisowych, których nie da się z niczym porównać. Niezależnie od ich wad, praktyki jako element kształcenia zawodowego umożliwiają uczniom pierwsze zetknięcie się z rynkiem pracy. Młodzież ze szkół niezawodowych jest pozbawiona takiej możliwości.

Uczniowie szkół ogólnokształcących są pozbawieni praktycznej możliwości zetknięcia się z rynkiem pracy. Wymaga się od nich wyboru dalszej ścieżki kariery zawodowej pomimo braku wiedzy na temat własnych kompetencji i znajomości rynku pracy. Uczniowie ci nie są pozbawieni możliwości porównywalnych z możliwościami uczniów szkół zawodowych. Program Smak Zawodu doskonale wypełnia tę lukę.

Do pełnego wyrównania szans obu grup uczniów niezbędne są zmiany prawne w systemie edukacji.

