



Załącznik nr 26
„minimalny zakres opisu produktu finalnego grantu/innowacji społecznej”
opracowany przez Grantobiorcę
Załącznik nr 26a
„opis innowacji wyróżnionej do wdrożeń”
opracowany przez Inkubator
w ramach projektu
CZAS NA STAŻ – granty dla innowatorów społecznych
oferujących nowe rozwiązania praktycznej nauki zawodu
w przejściu z edukacji do pracy

OPIS PRODUKTU FINALNEGO

Skrócony tytuł pomysłu – innowacji społecznej

Tytuł: **POZnaj HISTORIE ZAWODOWE** – badanie losów absolwentów szkół zawodowych przez uczniów tych szkół, jako metoda praktycznego doświadczania rynku pracy

OPIS produktu finalnego

PROBLEM, na który odpowiada produkt finalny

Należy krótko opisać problem, który rozwiązuje produkt finalny:

Obszarem innowacji społecznych, testowanych w ramach grantu, jest problem tranzytologii młodzieży z systemu edukacji na rynek pracy.

Badanie losów absolwentów szkół zawodowych to kluczowe wyzwanie dla szkół, chcących podnieść efektywność kształcenia. Tymczasem dostępne metody badania losów (korespondencyjne) nie przynoszą satysfakcjonujących wyników. Zbyt niski poziom zwrotu korespondencji nie pozwala ocenić jakości kształcenia ani też podjąć działań modernizacyjnych kształcenia praktycznego. Dlatego też konieczne jest wypracowanie skutecznych metod badania losów absolwentów szkół zawodowych, uwzględniających nowoczesne techniki komunikacyjne (w miejsce listów w kopertach wysyłanych ze szkół i przynoszonych na stary adres zamieszkania ucznia przez listonosza) oraz obszary społecznej działalności młodych ludzi (portale społecznościowe) w Internecie. Trafne zastosowanie nowych technologii w metodach badania losów absolwentów wymaga przetestowania alternatywnych rozwiązań (CATI oraz sms i poszukiwanie kontaktu telefonicznego, CAWI oraz mailing i poszukiwanie adresów mailowych absolwentów, metoda kuli śnieżnej w sieciach uczniowskich, wirtualne spotkania klasowe z metodą telekonferencji SKYPE) w zależności do profilu klasy, rodzaju szkoły (modeli aktywności społecznych różnorodnych w zależności od płci, profilu i poziomu wykształcenia, kontynuowania nauki na studiach, etc.). Dlatego też w ramach grantu wraz z nauczycielami szkół zawodowych, z którymi współpracuję w ramach mojej działalności w Urzędzie Miasta Poznań będącego organem prowadzącym szkół zawodowych, z aktualnymi uczniami z wybranych szkół zawodowych oraz absolwentami tych szkół podejmiemy próbę przetestowania nowych rozwiązań badania losów absolwentów.

INNOWACJĄ ROZWIĄZANIA jest łączenie badania losów przez uczniów z innowacyjną formą edukacyjną poznawania realiów rynku pracy w formie stażu badawczego z analizą historii zawodowych respondentów po wybranych szkołach czy



kierunkach kształcenia. Metody ilościowe (specjalne ankiety uwzględniające cele edukacyjne) oraz jakościowe (scenariusze spotkań fokusowych FGI) będą projektowane z myślą o uczniach i nauczycielach szkół zawodowych zaangażowanych w badanie. Dodatkowo przetestowane zostaną różne formy motywowania i gratyfikacji nauczycieli i uczniów zaangażowanych w staż badawczy osiągających najlepsze wyniki w badaniu losów absolwentów szkół zawodowych.

ELEMENTY, z których składa się innowacja/produkt finalny

Należy wskazać elementy składowe produktu finalnego, części modelu, etapów rozwiązania, narzędzi:

Innowacja proponuje program zajęć, warsztatów oraz aktywności na portalach społecznościowych uczniów poszukujących informacji na temat swoich starszych kolegów, którzy kilka lat wcześniej ukończyli naukę na tym samym kierunku kształcenia w tej samej szkole. Listy wysyłane z sekretariatu szkoły zastąpione są realną aktywnością uczniów w ich grupie rówieśniczej w mediach, kanałach, środowiskach, z zastosowaniem języka, argumentów, metod przekonywania młodzieży do udzielania informacji o sobie. By zrealizować to zadanie wykorzystać należy następujące FORMY TOWARZYSZĄCE:

1. PROGRAM SZKOLENIOWY: Uczniowie po specjalnych warsztatach aktywizujących i metodologicznych podejmują badania pod okiem opiekuna naukowego badań wyznaczonego dla każdej grupy. Modelowe warsztaty i szkolenia obejmują zagadnienia dotyczące technik badawczych, telemarketingu, motywowania, budowania i wykorzystania istniejącego networkingu do realizacji kampanii społecznych.
2. PROGRAM MOTYWACYJNY: Program nagradzania lub motywowania respondentów lub uczniów (w zależności od wypracowanych rozwiązań i wyników konsultacji w z uczestnikami grantu) dostępny dla uczniów prowadzących badania oferowany respondentom (na zasadzie: odwdzięczymy się za informacje lub na zasadzie: pomóż nam wygrać i udziel informacji o sobie) jak też alternatywnie do uczniów, grup, zespołów z przypisanym do siebie opiekunem. Przyznane może być także stypendium badawcze w formie rzeczowej dla uczniów lub nauczycieli prowadzących badania.
3. PROGRAM MONITORINGOWY: Specjalna platforma z ankietami zdalnymi w modelu CAWI oraz program spotkań jakościowych w modelu FGI wspierający proces zdobywania informacji szczegółowych o absolwentach i charakterze ich pracy, czynnikach sukcesu opartych na bazie danych o uczniach kończących jeden z kluczowych projektów unijnych miasta - uczniowie przeszli profesjonalne i szczegółowe badania predyspozycji zawodowych, zdolności i osobowości.

NARZĘDZIA, przygotowane do wykorzystania przez przyszłych użytkowników innowacji

Należy krótko scharakteryzować narzędzia innowacji rekomendowane do przyszłych zastosowań:

Dla powyższych elementów, etapów wsparcia przygotowano narzędzia do zastosowania przez nauczycieli lub szkołę:

w fazie przygotowawczej projektu:

1. scenariusz FGI (N1)



2. karta konsultacyjna nagród dla badaczy, uczniów (N2)

3. katalog nagród (N3)

dla programu szkoleniowego:

4. program szkolenia badaczy – warsztaty szkoleniowe dla zespołów badawczych (N4)

5. prezentacja szkoleniowa (N5)

dla programu motywacyjnego:

6. karta konsultacyjna bonusów dla respondentów i absolwentów (N6)

7. katalog bonusów (N7)

dla programu monitoringowego:

8. ankieta CAWI (N8)

9. ankieta IDI (N9)

oraz dodatkowo w podręczniku dla użytkowników:

10. model badania losów absolwentów

11. schemat badania losów absolwentów

Pakiet narzędzi został przedstawiony wraz z metodologią modelu w podsumowującym narzędziu o charakterze wdrożeniowym:

12. podręcznik użytkownika z rekomendacjami wdrożeniowymi

ZASTOSOWANIE produktu finalnego

UŻYTKOWNICY, którzy będą mogli wykorzystać produkt finalny

Należy wskazać kluczowych oraz alternatywnych użytkowników produktu finalnego:

Urzędy: organy prowadzące placówki oświatowe, organy nadzorujące tj. kuratorium oświaty, szkoły, szkoły wyższe, seniorzy, osoby zmieniające zawód, instytucje szkoleniowe.

Szkoły: Proponowane rozwiązanie umożliwi określenie w jaki sposób nakłady na szkolnictwo zawodowe i praktyczną naukę zawodu przekładają się na zatrudnienie absolwentów w tych zawodach, w kierunku których podejmowane są inwestycje edukacyjne, jakie rozwiązania organizacji praktycznej nauki zawodu są skuteczniejsze w wymiarze zatrudnienia w nauczonym zawodzie, w sytuacji, gdy różne szkoły uczące tego samego zawodu przyjmują odmienne rozwiązania w zakresie organizacji praktycznej nauki u pracodawców, w centrach kształcenia lub na warsztatach szkolnych. 6-miesięczny test pomoże zidentyfikować modele organizacji kształcenia przynoszące lepsze efekty w postaci transferowania konkretnych kwalifikacji z systemu edukacji do pracodawców, ocenić działania towarzyszące, takie jak doradztwo kariery z jego różnorodnymi formami, wakacyjne staże, projekty edukacyjne, predyspozycje i poziom przedsiębiorczości ucznia w kontekście ich faktycznego wpływu na trafność tego transferu, zaplanować kształcenie praktyczne, edukację i dobór kadry dydaktycznej, wsparcie towarzyszące w kontekście efektywności wydatków miasta, regionu na edukację zawodową oraz jej trafności, czyli wspierania dokładnie zawodów, branż, przedsiębiorców czy sektorów go-



spodarki kluczowych dla rozwoju miasta

Nauczyciele i doradcy kariery: Wdrożenie rozwiązania pozwala ocenić efektywność edukacyjną poszczególnych metod pracy z uczniem w szkole zawodowej, zasad organizacji praktyk, doboru treści kształcenia do podstaw programowych, rozkładania akcentów pomiędzy kształcenie teoretyczne i praktyczne, wdrażania modułowego systemu kształcenia, prowadzenia zajęć pozalekcyjnych, w tym doradztwa zawodowego opartego na profesjonalnej diagnozie predyspozycji, zdolności osobowości ucznia. Dodatkowo rozwiązanie może być skutecznym instrumentem ewaluacji projektów realizowanych przez szkoły lub organ prowadzący w kontekście ich efektywności we wsparciu tranzycji z edukacji do pracy w procesie modernizowania systemu kształcenia zawodowego, szczególnie w kontekście kolejnych dużych środków przeznaczonych na modernizację szkolnictwa zawodowego w ramach programów rozwojowych szkół w aktualnej perspektywie finansowej

ODBIORCY, do których kierowana jest innowacja:

Należy wskazać kluczowych oraz alternatywnych odbiorców produktu finalnego:

Młodzież, absolwenci szkół ogólnokształcących i zawodowych: Rozwiązanie pozwala uczniom poznać rynek pracy, środowiska pracy, warunki zatrudnienia i czynniki kluczowe dla efektywności działań na rzecz pracy po zakończeniu szkoły, wpierając decyzje edukacyjno-zawodowe w momencie wyboru szkoły zawodowej i kierunku kształcenia jak też na etapie edukacji zawodowej w momencie wyboru dodatkowych form kształcenia, wakacyjnych praktyk, kursów uzupełniających czy poszerzających kwalifikacje zawodowe, dając wiarygodne informacje na temat warunków zatrudnienia w poszczególnych zawodach oraz opinii rówieśników o tych warunkach lub pracodawcach, które są istotnym czynnikiem wyboru zawodu przez uczniów i ich rodziców. Dodatkowo badanie powiązane z analizą wyników badań psychologicznych na respondentach przeprowadzonych przed pięciu laty, w trakcie nauki w szkole zawodowej da podstawy do informowania uczniów w procesie doradztwa karier, o cechach osobowościowych, zdolnościach, predyspozycjach istotnych w skutecznej tranzycji w poszczególnych zawodach lub obszarach kształcenia.

DZIAŁANIA konieczne dla zastosowania/wdrożenia innowacji:

Należy wymienić etapami podstawowe działania użytkownika niezbędne do zastosowania produktu:

Do zrealizowania modelu konieczne jest podjęcie działań zgodnych z etapami i formami wsparcia modelu:

1. Zebranie zespołu uczniów
2. Przeszkolenie uczniów w zakresie ochrony danych osobowych oraz przeprowadzenie szkoleń przygotowujących do badań zgodnie z modelem: Techniki Badawcze, program warsztatu Telemarketing i Motywowanie.
3. Przeprowadzenie badań przez uczniów przyjętymi metodami z wybranymi bonusami i nagrodami
4. Organizacja spotkania jakościowego z absolwentami i ewentualna realizacja bonusów dla respondentów
5. Podsumowanie badań oraz realizacja nagród rzeczowych dla uczniów biorą-



cych udział w badaniu

Ważny elementem działań są spotkania zespołów badawczych, które na zasadzie superwizji, grup wsparcia czy samokształcenia omawiają napotkane problemy w kontakcie z absolwentami oraz wymieniają się sposobami dotarcia do absolwentów. Koniecznym jest, by w spotkaniach tych uczestniczył opiekun grupy z ramienia szkoły, który będzie dbał o rozwiązania zgodnie z obowiązującym prawem, kodeksem etycznym szkoły.

KOSZT zastosowania innowacji:

Należy oszacować przybliżony koszt zastosowania innowacji w praktyce (poza projektem) w przeliczeniu na 1 uczestnika (odbiorcę) lub miesiąc funkcjonowania rozwiązania w działalności przyszłego użytkownika:

Pełny koszt wdrożenia modelu może wynosić nawet około 7 000,00 PLN, w przypadku, gdy zatrudnieni zostaną trenerzy spoza szkoły do prowadzenia cyklu warsztatów, sfinansowane zostaną koszty spotkania z absolwentami oraz wybrane w drodze konsultacji zostaną nagrody finansowe dla absolwentów, respondentów i badawczy. Jednak koszt zastosowania modelu może być znacznie obniżony, gdy warsztaty z uczniami poprowadzi nauczyciel w ramach zajęć pozalekcyjnych lub godziny wychowawczej, zajęć doradztwa dotyczących rynku pracy a katalog nagród dla uczniów ograniczy się do nagród o charakterze niefinansowym. Wtedy też, koszty modelu mogą ograniczyć się do podsumowującego kosztu spotkania z absolwentami (i ten koszt może być minimalizowany, gdy spotkanie będzie realizowane przy okazji święta lub imprezy okolicznościowej w szkole) oraz do kosztu bonusów zachęcających respondentów do wypełniania ankiet oraz zapraszania rówieśników (na zasadzie śnieżnej kuli) do szerszych badań.

MODYFIKACJE produktu finalnego

ZAKRES MOŻLIWYCH ZMIAN produktu finalnego:

Należy wskazać zakres możliwych zmian w produkcie, narzędziach (z zachowaniem efektywności rozwiązania):

W związku z powiązaniem modelu z wrażliwym obszarem ochrony danych osobowych, warto rozważyć w przyszłości połączenie ankietyzacji internetowej i działań środowiskowych uczniów ze standardową wysyłką korespondencji z sekretariatu szkoły a następnie angażowanie uczniów tylko do prowadzenia wywiadów bezpośrednich lub udziału w badaniach FGI z absolwentami w ramach spotkań klasowych po latach w szkole.

Naturalnym obszarem modyfikacji są katalogi nagród i bonusów – najlepiej w drodze spotkania FGI – tak by były dostosowane do możliwości szkoły, specyfiki środowiska, aktualnych preferencji, mód, zainteresowań.

Szczególnym obszarem modyfikacji jest tworzenie katalogu bonusów dla respondentów specyficznych dla branży, wykorzystujących potencjał szkoły branżowej lub technikum, gdy szkoła może zaoferować aktywnym respondentom usługi lub produktu warsztatów szkolnych lub usługi edukacyjne atrakcyjne dla osób dorosłych.

Oczywiście warto modyfikować programy szkoleniowe i prezentacje o nowe formy sieciowania, metody telemarketingu czy techniki badawcze wykorzystujące nowe technologie informatyczne i społeczne.



ROZWÓJ produktu finalnego i REKOMENDACJE do dalszych prac:

Należy wskazać obszary dalszego rozwoju rozwiązania lub dostosowania do innych problemów lub odbiorców:

Największym zaskoczeniem z realizacji grantu były rekomendacje uczniów dotyczące rezygnacji z motywowania respondentów w formule bonusów. Badacze w większości przypadków twierdzili, że oferowanie respondentom bonusów o wartości 20-50 PLN nie zwiększa ich zainteresowania udziałem w badaniach a nawet powoduje nieufność zmniejsza zainteresowanie badaniami. Bonusy finansowe kojarzą się z działaniem komercyjnym a nawet marketingowym, co powoduje niechęć do większego zaangażowania się w projekt, respondenci są przekonani, że w tym przypadku mogą być ofiarą wyłudzenia (kupowania) danych. W tej sytuacji dużo bardziej skuteczne okazały się odwołania do solidarności, empatii, współpracy w ramach grupy rówieśniczej (badacz uczy się w tej samej szkole co kiedyś respondent) oraz łączenie badania jakościowego ze spotkaniem klasowym po latach, co istotnie wpływa na efektywność finansową innowacji.

Należy ocenić wysoko funkcjonalność ankiety związanej z oknem polecenia, umożliwiającą wskazywanie danych badacza, który zachęcił respondenta do wypełnienia ankiety. Funkcja ta umożliwia rozliczanie badacza za wynik i stosowanie katalogu bonusów i nagród opracowanych w granicę. Należy zastanowić się także, nad dodatkowym oknem polecenia drugiego stopnia umożliwiającym śledzenie efektu śnieżnej kuli i diagnozowania ambasadorów badania wyłonionych spośród respondentów. W testowanym rozwiązaniu respondenci zaangażowani do pozyskiwania kolejnych respondentów powoływali się na swojego badacza opiekuna. Należy wysoko ocenić skuteczność pytań obligatoryjnych, wszystkie spowodowały 100% zwrot odpowiedzi. Należy rozważyć oznakowanie wszystkich pytań funkcją obligatoryjnej odpowiedzi, jednak wtedy konieczne byłoby zmniejszenie ilości pytań. Pytania otwarte zostały wypełnione na zadawalającym poziomie zbliżonym do ok 50% zwrotów. Tylko na jedno pytanie uzyskano 26% odpowiedzi, co świadczy raczej o niskiej czytelności pytania. Poziom zwrotu na pytania otwarte był tylko nieznacznie mniejszy od zwrotu odpowiedzi na pytania zamknięte, który wynosił średnio 56%. Wątpliwości może budzić interpretacja odpowiedzi na pytania otwarte, w przypadku braku odpowiedzi, czy należy je interpretować jako brak zawodu czy też brak odpowiedzi na pytanie. Pytanie te należy opatrzyć instrukcją, iż w przypadku braku zawodu zdobytego po szkole, wykonywanego należy wpisać słowo brak lub nie dotyczy, przez co będzie można uznać, iż odpowiedź na pytanie została udzielona. Obszarem rozwoju jest łączenie ankiety CAWI z funkcjami e-sklepu, gdzie respondenci po wypełnieniu ankiet mogliby wybrać odpowiadający im bonus. Szczególnym obszarem rozwoju jest tworzenie oferty bonusów nie wymagających finansowania (nierzeczowych, niefinansowych), związanych z działalnością edukacyjną, kulturalną szkoły w lokalnym środowisku lub usługami uczniów na zasadach banku czasu i barteru w modelu usługi za usługę, w której uczniowie lub nauczyciele odwdzięczają się aktywnym i szczególnie zasłużonym respondentom poprzez rezultaty swoich pracy na zajęciach edukacyjnych, pozalekcyjnych, warsztatowych (szczególnie w przypadku szkół branżowych i techników) – na przykład przeglądem samochodu, usługą fryzjerską czy naprawą krawiecką. Rozwój oferty tego typu bonusów, w zależności od branży szkoły, zwiększać będzie użyteczność rozwiązania (niskie koszty) oraz jego atrakcyjność (korzyści dla respondentów).



OPIS INNOWACJI

TOP innowacja

Skrócony OPIS:

Metoda badania losów absolwentów szkół zawodowych przez aktualnych uczniów tych samych szkół zaangażowanych w przedsiębiorczy projekt pozalekcyjny, będący metodą praktycznego doświadczania rynku pracy na prawdziwych historiach kolegów i koleżanek oraz praktycznego przygotowania do tranzycji na ich błędach i sukcesach. Model oferuje społecznościowe instrumenty docierania do losów zawodowych absolwentów szkoły zaprojektowane przez samych uczniów.

Dla Kogo?

Dla ciekawych uczniów korzystających z portali społecznościowych w poznawaniu świata i swojej przyszłości zawodowej. Dla szkół zawodowych mających problem z badaniem losów zawodowych swoich absolwentów.

PROBLEM, na który odpowiada innowacja:

Badanie losów absolwentów to kluczowe wyzwanie dla szkół zawodowych chcących podnieść efektywność kształcenia. Korespondencyjne metody badania losów dają zbyt niski poziom odpowiedzi, co utrudnia ocenę jakości kształcenia i podejmowanie stosownych korekt metod lub programu praktycznej nauki zawodu. Celem jest wypracowanie skutecznych metod badania losów absolwentów szkół zawodowych w oparciu o nowoczesne techniki komunikacyjne zastępujące listy w kopertach przynoszone po latach przez listonosza na nieaktualny już adres zamieszkania absolwenta oraz wykorzystanie obszarów i form społecznej aktywności młodych ludzi jakimi są portale społecznościowe w Internecie. Dlatego przetestowano przez uczniów i szkoły alternatywne techniki badawcze, takie jak wywiad telefoniczny oraz SMS z poszukiwaniem kontaktu telefonicznego lub ankieta internetowa i mail z poszukiwaniem adresów mailowych absolwentów metodą kuli śnieżnej w sieci, czy wirtualne spotkania klasowe z telekonferencją. Uczniowie realizujący badania na stażu zawodowym lub zajęciach pozalekcyjnych doświadczają rynku pracy na badanych losach zawodowych starszych uczniów..

Dlaczego?

Narzędzie ułatwia szkole badanie losów zawodowych absolwentów a w konsekwencji daje szansę działań naprawczych i modernizacyjnych w kształceniu zawodowym, czyli faktyczne zarządzanie jakością w obszarze edukacji zawodowej.

CEL innowacji:

Wsparcie procesu badania losów zawodowych absolwentów szkoły zawodowej poprzez wykorzystanie portali społecznościowych oraz technik marketingowych i sieciowych opartych na relacjach rówieśniczych i koleżeńskich. Posiadanie rzetelnych i powszechnych danych o losach absolwentów szkoły, w szczególności ocena



zgodności wykonywanej pracy z wyuczonym zawodem oraz identyfikacja zalet i wad kształcenia w ocenie absolwentów z perspektywy wykonywanej pracy oraz starania się o pracę jest podstawą do wprowadzania działań naprawczych i modernizacyjnych w szkole. Zaproponowany model zaangażowania uczniów w proces badania ma także na celu ich edukację w zakresie realiów rynku pracy, zgodności oczekiwań pracodawców z oferta edukacyjną, programami i efektami kształcenia a docelowo zachętę do podejmowania dodatkowych aktywności edukacyjnych, takich jak szkolenia i staże zawodowe. Celem rozwiązania jest zwiększenie efektywności procesu badania losów absolwentów szkoły zawodowej a w konsekwencji wdrożenie realnych narzędzi zarządzania jakością kształcenia praktycznego w oparciu o odroczonej ewaluację programów nauczania i rzetelne wyniki badania losów absolwentów.

W jaki sposób?

Zbierz uczniów zainteresowanych badaniem losów zawodowych absolwentów ich szkoły i podniesieniem własnych kompetencji społecznych. Realizuj warsztaty i badaj z uczniami losy zawodowe z wykorzystaniem portali społecznościowych.

ETAPY, ELEMENTY I NARZĘDZIA, z których składa się innowacja:

Prawidłowe zastosowanie innowacji przez potencjalnego użytkownika, w sposób zapewniający optymalne korzyści dla odbiorcy rozwiązania wymaga zastosowania wypracowanych w ramach testu etapów wsparcia i narzędzi.

Etapy wsparcia w innowacji: Organizacja badania losów absolwentów z udziałem uczniów szkoły zawodowej to podjęcie działań przygotowawczych o charakterze edukacyjnym dla uczniów, czyli Program Szkoleniowy: warsztaty Techniki Badawcze, warsztaty Telemarketing i Motywowanie, warsztaty Networking. Kolejnym etapem jest Program Motywacyjny, czyli realizacja staży badawczych przez uczniów z nagrodami, bonusami lub stypendium stażowym. Ostatnim etapem jest Program Monitoringowy związany z realizacją badań internetowych oraz spotkań klasowych po latach z udziałem absolwentów w formule CAWI oraz spotkań FGI. Na warsztatach każda szkoła może wypracować wspólnie z uczniami swój katalog nagród i bonusów niefinansowych dla uczniów i respondentów.

Narzędzia: Kluczowym narzędziem rozwiązania są wypracowane w projekcie katalogi bonusów i nagród, programy warsztatów: program warsztatu Techniki Badawcze, program warsztatu Telemarketing i Motywowanie oraz program warsztatu Networking wraz z prezentacją multimedialną do warsztatów oraz ankietami do konsultacji katalogu nagród i bonusów, kwestionariuszami badawczymi losów. Kolejnym narzędziem możliwym do zastosowania przez użytkownika jest przykład ankiety CAWI oraz programy spotkań FGI na spotkaniach klasowych. Uniwersalnym narzędziem jest w tym przypadku oczywiście Internet i portale społecznościowe, z których korzystają uczniowie w trakcie badań oraz strony internetowe służące do przygotowania i publikowania ankiet. Dodatkowym narzędziem, które należy uwzględnić jest aktualna informacja na temat ochrony danych osobowych absolwentów i respondentów, która musi być przekazana uczniom jako warunek uczestnictwa w stażu badawczym oraz muszą być uwzględnione w procedurze i zakresie przekazywanych uczniom danych o absolwentach na potrzeby prowadzonych badań.



Kompetencje: Do zastosowania rozwiązania wystarczy przygotowanie pedagogiczne do prowadzenia warsztatów i pracy z uczniem szkoły zawodowej oraz podstawowa wiedza w zakresie ochrony danych osobowych RODO i funkcji portali społecznościowych.

Koszt zastosowania innowacji: Zastosowanie modelu generuje dodatkowe koszty w porównaniu do standardowej wysyłki listów z ankietą do wszystkich absolwentów szkoły. Koszty te związane są z organizacją szkoleń i warsztatów dla uczniów przygotowywanych do prac w zespole badawczym, szczególnie w zakresie technik marketingowych, sprzedaży bezpośredniej i pracy w modelu networkingu. Koszty trenerów to około 3 000 PLN na szkołę, gdy w grupie są przedstawiciele wszystkich kierunków kształcenia. Zajęcia mogą być jednak prowadzone przez nauczycieli na godzinie wychowawczej lub na zajęciach pozalekcyjnych z wykorzystaniem programu i prezentacji wypracowanej w projekcie. Fakultatywnym kosztem jest katalog nagród dla członków zespołu badawczego i respondentów wywiadów bezpośrednich, spotkań klasowych po latach oraz loteria dla absolwentów wypełniających ankietę internetowe. Koszty nagród dla uczniów: do 500 PLN na osobę, koszty spotkania klasowego: 1 000 PLN; koszty loterii z przygotowaniem ankiety internetowej: 3 000 PLN. Możliwe jest jednak zastąpienie nagród dla uczniów lub stypendiów stażowych bonusami niefinansowymi z katalogu bonusów szkolnych o charakterze motywacyjnym.

I co dalej?

Zaproś kolejne klasy lub kierunki kształcenia w szkole do badań losów absolwentów. Współpracuj z akademickimi biurami karier, twórz loterię drobnych nagród lub zachęt dla respondentów oraz łącz metodę z typową korespondencją szkoły do absolwentów.

REKOMENDACJE wdrożeniowe:

Rozwiązanie zostało pozytywnie ocenione zarówno w procedurze ewaluacji wewnętrznej z uczestnikami testu oraz organizatorem testu jak też i w drodze ewaluacji zewnętrznej z udziałem potencjalnych użytkowników rozwiązania oraz odbiorców innowacji.

Trafność: Rozwiązanie odpowiada na problemy szkół zawodowych z prowadzeniem skutecznych i miarodajnych badań losów zawodowych absolwentów szkoły. **Użyteczność:** Model jest przydatny w badaniach losów absolwentów szkoły oraz realizacji ciekawych i przydatnych w poszukiwaniu przyszłej pracy zajęć pozalekcyjnych dla uczniów.

Skuteczność: Model badania zwiększa zakres danych na temat losów zawodowych absolwentów oraz podnosi kompetencje społeczne i wiedzę o rynku pracy uczniów szkoły.

Warunki efektywności i czynniki sukcesu: W opinii uczestników testu kluczowym czynnikiem sukcesu rozwiązania jest dotarcie z ofertą do absolwentów szkoły, w szczególności posiadanie przez szkołę aktualnych adresów mailowych i telefonów, a w przypadku prowadzenia badań internetowych stosunkowo krótki czas od ukończenia szkoły. Zważywszy na nowe uwarunkowania związane z ochroną danych osobowych wskazane jest angażowanie nauczycieli, wychowawców absolwentów do wykorzystania kontaktów z uczniami na portalach społecznościowych.



wych do zainicjowania ich udziału w projekcie badawczym lub kontaktowania uczniów prowadzących badanie z absolwentami. Model rówieśniczy badania powoduje, iż wartość nagród lub stypendium dla uczniów oraz zakres loterii nie są kluczowe dla sukcesu badania.

Uniwersalność: Rozwiązanie może być stosowane w szkołach ogólnokształcących, w szkołach wyższych przez akademickie biura karier, stowarzyszenia studentów i absolwentów.

Możliwe modyfikacje i rozwój pomysłu: Możliwą, a być może konieczną w nowych warunkach prawnych, modyfikacją jest powiązanie narzędzi ankietyzacji CAWI lub loterii z nagrodami ze standardową wysyłką korespondencji z sekretariatu szkoły a następnie angażowanie uczniów tylko do prowadzenia wywiadów bezpośrednich lub udziału w badaniach FGI z absolwentami w ramach spotkań klasowych po latach w szkole. Warto uzupełnić loterię dla zdalnych respondentów w Internecie o kody generowane po wypełnieniu ankiety CAWI.

Użytkownicy zainteresowani stosowaniem innowacji powinni kontaktować się z Inkubatorem, który udzieli dodatkowych szczegółowych instrukcji oraz w razie potrzeby pomoże skontaktować się z pomysłodawcą.

Kontakt i wsparcie użytkowników:

Pomysł i realizacja testu: Magdalena Zamojska, Szkoły zawodowe Poznań.

Inkubator: Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, ul. Spółdzielcza 8, 15-441 Białystok, fundacja@bfkk.pl, +48 85 653 77 00, www.bfkk.pl, www.czasnastaz.edu.pl, Koordynator: Michał Skarzyński