



Załącznik nr 26

„minimalny zakres opisu produktu finalnego grantu/innowacji społecznej”

opracowany przez Grantobiorcę

Załącznik nr 26b

„opis pomysłu rekomendowanego do zastosowań”

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: **Charakterologia pracy:** przyjazne opisy zawodów i stanowisk pracy w doradztwie karier i praktycznej nauce zawodu

OPIS produktu finalnego

PROBLEM, na który odpowiada produkt finalny

Należy krótko opisać problem, który rozwiązuje produkt finalny:

Należy krótko opisać problem, który rozwiązuje produkt finalny:

Produkt finalny w postaci modelu tranzykcji z edukacji do pracy w postaci gry Future City jest odpowiedzią na złożony problem związany z brakiem atrakcyjnej dla pokolenia Z oferty rozwoju umiejętności niezbędnych do radzenia sobie na rynku pracy przyszłości, tzn. takiego, który z jednej strony będzie oferował wiele form pracy online, ale będzie również wymagał wysokiego poziomu kompetencji społecznych i komunikacyjnych z drugiej.

Pokolenie Z to osoby urodzone w erze zaawansowanych technologii ICT. Od najmłodszych lat w ich życiu był obecny Internet oraz technologiczne gadżety. Z łatwością żyją w dwóch światach: realnym i wirtualnym, do którego mają szybki dostęp dzięki swoim smartfonom i tabletom. Ich największa umiejętność to doskonała orientacja w różnego typu nowinkach technicznych. Cenią sobie swobodę i możliwości, które niesie ze sobą świat online. Dlatego przewiduje się, że większość z nich zatrudniona będzie w formie pracy zdalnej.

Natomiast na styku edukacji i rynku pracy w Polsce nie ma upowszechnionych form odbywania praktyk czy staży w formie zdalnej poza siedzibą firm. Pokolenie Z nie posiada zatem wiedzy na temat stanowisk pracy wirtualnej - na czym w praktyce polegają nowoczesne zawody (tzw. freelancing), jakie czynności można wykonywać zdalnie i nie mają doświadczenia współpracy czy komunikacji w zespołach zarządzanych zdalnie. Co więcej, w polskich szkołach średnich obserwujemy niezmiennie tradycyjny model nauczania i zdobywania doświadczeń zawodowych, który stał się mało angażujący dla młodzieży. Brak dostępu do wiedzy specjalistycznej i/lub wsparcia praktyków wykonujących zawody w formie zdalnej sprawia, że młodzi nie są przygotowani do wyzwań, które niesie przyszłość.

Na świecie coraz bardziej upowszechnia się model zdobywania doświadczeń poprzez grę. Niektóre koledże i uniwersytety na świecie również wprowadzają gamifikację swoim studentom w celu lepszego przygotowania ich do poszukiwania



pracy, a także do rozwiązywania zorientowanych na "zadania z życia" procesów rekrutacyjnych. Przykładem jest Kaplan University z siedzibą w Chicago obsługujący 42,000 studentów, który używa gamifikacji jako sposobu do przygotowania studentów i maturzystów do wejścia na rynek pracy. Nasze rozwiązanie ma pozwolić na płynny proces dopasowania uczniów do przyszłego stanowiska pracy poprzez realizację serii wyzwań w trakcie specjalnie zaprojektowanej gry (w świecie rzeczywistym). W naszej grze zdobywanie nowych kompetencji kojarzy się przede wszystkim z interesującym wyzwaniem i dobrą zabawą. Uczniowie włączają się w przydatne i praktyczne zadania, a wielu z nich może zainteresować się podjęciem pracy opartej na pracy zdalnej. Doświadczenie zdobyte i udokumentowane w trakcie trwania gry stanowi mocną kartę w rozmowach z przyszłym pracodawcą.

Zaproponowany produkt finalny umożliwi młodzieży zdobycie nowych umiejętności i doświadczenia zawodowego w formie gry, w której wcielają się w rolę specjalistów branżowych. Na każdej ścieżce tematycznej czeka ich seria zadań, za których poprawne wykonanie są nagradzani w formie odznak, a udokumentowane w trakcie całego procesu dokonania stanowią atut na rynku pracy, na którym premiowane są osoby posiadające doświadczenie zawodowe. Otrzymane po projekcie certyfikaty stanowią potwierdzenie posiadanych kompetencji.

ELEMENTY, z których składa się innowacja/produkt finalny

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

1. **Karty postaci** - karty opisujące parametry graczy - skłonności zawodowe zbadane w teście Achtnicha. Mogą służyć graczom do lepszego poznania się np. podczas integracji, jak również mogą służyć rozwijaniu umiejętności opowiadania o sobie i ugruntowaniu samowiedzy.
2. **Przykładowe karty wyzwań z opracowanymi zadaniami** - zestaw przykładowych, uniwersalnych kart na ścieżce każdego świeżego Rekruta z opisami zadań do wykonania w trakcie gry oraz odznakami do zdobycia, a także wymogami do zaliczenia zadania. Zestaw kart dla każdej z 3 ścieżek tematycznych: karty dla ścieżki hakerskiej, medialnej i dla ścieżki Big Bossa.
3. **Opisy przedsiębiorstw** - 3 opisy firm lokalnych, z którymi mieli za zadanie zapoznać się uczestnicy gry, aby móc przystąpić do rozwiązywania problemu wybranego przedsiębiorstwa.
4. **Lista odznak** - odznaczenia przyznawane uczestnikom gry za wykonanie zadań stworzone na potrzeby branży sektora kreatywnego. Każdy uczeń, który ukończył pomyślnie projekt dostał certyfikat z wykazem odznak zdobytych podczas projektu.
5. **Warsztaty** - 6 warsztatów dla młodzieży o tematyce zogniskowanej wokół pogłębiania współpracy, komunikacji, pracy zespołowej. Warsztaty stwarzały młodzieży okazję do poznania się i integracji.
6. **Konsultacje z doradcą kariery** - realizowane w wymiarze 3h/1 ucznia miały na celu omówienie wyników testu skłonności zawodowych Martina Achtnicha oraz diagnozę tzw. "kotwic w rozwoju", czyli sytuacji, w których ma miejsce stagnacja w rozwoju młodego człowieka w odniesieniu do modelowego cyklu rozwoju. Na progu wczesnej dorosłości (17-25 lat) młodzi ludzie mają do rozwiązania bardzo ważne zadanie rozwojowe - stworzenie ideału



siebie, a następnie wypracowanie tożsamości dzięki samowiedzy i refleksji. Zdarza się jednak, że mają do przepracowania wcześniejsze zadania rozwojowe z poprzednich okresów (np. identyfikację seksualną, uczestnictwo w etosie grupy itp.). Doradca kariery w procesie doradczym pomagał uczniom wypracować sposób przezwyciężenia stagnacji, a dzięki temu pokazywał, jak można mieć bardziej satysfakcjonujące życie oraz bardziej klarowne plany (zawodowe) na przyszłość.

7. **Konsultacje z mentorami** - (realizowane w wymiarze 3h/1 ucznia) dawały dostęp do wiedzy specjalistycznej i/lub wsparcia praktyków - w zakresie obszarów zawodowych, które interesowały uczniów.
8. **Konsultacje z coachami** - (realizowane w wymiarze 3h/1 ucznia) dawały uczniom możliwość skonsultowania swojego zaangażowania w projekt na poziomie szkoły. Dzięki temu nauczyciel wiedział, co dzieje się z uczniem i na bieżąco mógł rozwiązywać ewentualne problemy.

NARZĘDZIA, przygotowane do wykorzystania przez przyszłych użytkowników innowacji

Należy krótko scharakteryzować narzędzia innowacji rekomendowane do przyszłych zastosowań:

W ramach projektu przygotowane zostały narzędzia, które mogą być zastosowane przy wykorzystaniu innowacji:

1. **Przewodnik po fabule grywalizacji** - instrukcja udziału w projekcie Future City. Wprowadza do warstwy fabularnej gry. Zawiera: list otwarty do Kreatywnej Konspiracji - wezwanie do działania, instrukcję kreatywnego konspiratora, instrukcję zdobywania odznak oraz wykaz ścieżek rozwoju do wyboru (3 specjalizacje: Media Hipster, Hacker oraz Big Boss)
2. **Instrukcja obsługi aplikacji Badge Wallet** - przewodnik do poruszania się w aplikacji Badge Wallet i po platformie Badge Craft. Obydwie są darmowe i pozwalają organizatorowi gry na układanie i publikowanie i ocenianie wyzwań - zadań do rozwiązania przez graczy, a graczom na rozwiązywanie kolejnych zadań, zdobywanie umiejętności, gromadzenie zdobytych odznak (badges) oraz dzielenie się nimi w social mediach.
3. **Opisy stanowisk pracy** - 6 opisów stanowisk pracy: programista, kierownik projektu, copywriter, realizator filmu wideo, specjalista ds. marketingu, sprzedaży i nowych mediów oraz grafik komputerowy. Opisy stanowisk pracy ułatwiają opracowanie kary wyzwań w grze. Budują ogólne wyobrażenie nt. kultury i klimatu pracy na danym stanowisku, co pomogło odwzorować wymagania stanowisk pracy w grze na poszczególnych ścieżkach. Opisy dają także wyobrażenie o narzędziach pracy, które warto poznać na drodze rozwoju kariery w upragnionym zawodzie. Wybrane narzędzia pracy były wprowadzone do gry dla Hakerów, Big Bossów i Hipsterów.

ZASTOSOWANIE produktu finalnego

UŻYTKOWNICY, którzy będą mogli wykorzystać produkt finalny

Należy wskazać kluczowych oraz alternatywnych użytkowników produktu finalnego:

1. Kluczowi użytkownicy produktu finalnego:



- licea i szkoły zawodowe,
 - wybrani nauczyciele przedmiotowi,
 - doradcy kariery,
 - firmy z sektorów kreatywnych
2. Alternatywni użytkownicy produktu finalnego- rozwiązanie może być wykorzystywane także:
- uczelnie wyższe,
 - centra kształcenia zawodowego,
 - ochotnicze hufce pracy,
 - powiatowe urzędy pracy,
 - agencje pracy,
 - szkoły podstawowe,
 - gimnazja,
 - średnie firmy,
 - klastry firm oraz
 - izby gospodarcze.

ODBIORCY, do których kierowana jest innowacja:

Należy wskazać kluczowych oraz alternatywnych odbiorców produktu finalnego:

1. Kluczowi odbiorcy produktu finalnego:
- uczniowie szkół szczebla średniego, którzy chcieliby zdobyć doświadczenie zawodowe oraz rozwinąć umiejętności potrzebne na rynku pracy
 - uczniowie szkół szczebla średniego, którzy chcieliby rozwinąć swoją osobowość, otrzymać wsparcie w planowaniu swojej kariery zawodowej
 - uczniowie, którzy szukają w swoim otoczeniu innych ludzi, z którymi mogliby działać i zmieniać swoje otoczenie - zawierać wartościowe relacje, przyjaźnie
 - studenci o powyższych parametrach
 - doradcy zawodowi/szkoły
 - pracodawcy, którzy prowadzą działania employer brandingowe w celu przyciągania ponadprzeciętnych kandydatów i są gotowi zaangażować się w tego typu projekt (np. w charakterze mentora)
2. Alternatywni odbiorcy produktu finalnego:
- uczelnie wyższe,
 - studenci.



DZIAŁANIA konieczne dla zastosowania/wdrożenia innowacji:

Należy wymienić etapami podstawowe działania użytkownika niezbędne do zastosowania produktu:

Użytkownik chcący zastosować innowację społeczną powinien podjąć następujące działania niezbędne do zastosowania produktu:

1. Nawiązanie współpracy ze środowiskiem lokalnym, posiadanie sieci kontaktów z doradcami zawodowymi i pedagogami, lokalnymi instytucjami z 3-go sektora oraz firmami z branży kreatywnej, z których pochodzą mentorzy.

Obecność w otoczeniu projektu doświadczonych osób działających na rynku w roli specjalistów lub osób, którym już udało się osiągnąć sukces jest niezbędna przede wszystkim do tego, żeby uwiarygodnić proces w oczach uczniów oraz sprawić, żeby nadawali mu należyte znaczenie. Współpraca z kompetentnymi osobami jest też punktem odniesienia dla pomysłów tworzonych przez uczniów bądź propozycji przygotowywanych przez nauczycieli przedmiotowych marketingu czy informatyki.

2. Wdrożenie partnerów w działanie projektu – ważne jest, żeby od początku wszyscy akcjonariusze projektu mieli głęboką świadomość na temat jego specyfiki, żeby oddzielili swoje skojarzenia z innymi formami zdobywania doświadczenia zawodowego i praktyk. Bezpośrednia komunikacja przez media społecznościowe pomiędzy specjalistami, a ludźmi bardzo młodymi i mało doświadczonymi jest bardzo specyficzna i wymaga po obu stronach dużo dobrej woli i cierpliwości - daje za to świetne rezultaty. Im lepiej partnerzy będą przygotowani do kontaktu z uczestnikami oraz platformami, które będą obsługiwały kontakt (Discord) oraz narzędziami do zgłaszania postępów (BadgeWallet), tym płynniej będzie przebiegać rozgrywka i wszyscy będą w stanie skupić się na aspektach merytorycznych. Warto wszystkich przeszkolić z Discorda i Badge Wallet.

3. Szkolenia integracyjne – odpowiednie wdrożenie uczestników w klimat projektu jest również istotne (np. wyjazd weekendowy). Szczególnie ze względu na to, że postępujemy się w nim odmienną - mniej hierarchiczną, bardziej usamodzielniającą formą zarządzania od standardowych przedsiębiorstw, jakie kojarzą się uczniom z rynkiem pracy. Podczas integracji należy również przeprowadzić ćwiczenia, które zwrócą uwagę na zespołowy charakter projektu (w przeciwieństwie do projektów zorientowanych na indywidualne sukcesy). Dzięki dłuższej integracji i daniu czasu uczestnikom na poznanie się w warunkach przestrzeni nie kojarzonej z pracą i nauką zadania zespołowe przebiegają sprawniej, a odbiorcy uczą się komunikować z koordynatorami innowacji.

4. Zainstalowanie aplikacji "Badge Wallet" uczestnikom oraz przeprowadzenie ich przez pierwsze odznaki jest najważniejsze, żeby później korzystali oni już z niej samodzielnie. Aplikacja jest dostępna ze sklepu Google Play oraz App Store. Po rejestracji w aplikacji administrator projektu lub właściciel całej gry musi zaprosić uczestnika do odpowiedniego projektu, który dotyczy rekrutacji lub ścieżki rozwoju, do której przypisany jest uczestnik.

5. Nawiązanie współpracy z okolicznymi firmami oraz zaaranżowanie spotkania, w trakcie którego dojdzie do wymyślenia działania, które przyczyni się do korzyści firmy. Ważne jest, żeby uczestnicy nie wymyślali rozwiązań



przed spotkaniem z firmą. Mogą poznać jej wizerunek w sieci i dowiedzieć się wiele na jej temat, ale niezwykle istotne jest to, żeby wpieryw wstuchać się w to, jak rzeczywistość postrzega właściciel firmy lub organizacji, której uczestnicy mają pomagać. Dopiero wtedy drużyna Kreatywnej Konspiracji może przygotować projekt działania. Jeśli jest taka konieczność, w spotkaniu powinien uczestniczyć nauczyciel, opiekun lub mentor. Jednak ważne jest, żeby obecność tej osoby nie zwalniała drużyny z samodzielnego myślenia i wzięcia odpowiedzialności za wynik.

6. Najtrudniejsze jest skoordynowanie projektu przez osoby ze ścieżki zarządzającej, na których spoczywa obowiązek wyznaczenia zadań innym członkom zespołu. Jeśli osoba ta posiada charyzmę i posłuch w grupie, a cel projektu został wyznaczony zgodnie z metodą "SMART" jest duża szansa, że działanie na rzecz firmy zostanie wykonane poprawnie. Jeśli jednak nie powiedzie się to, należy w gronie pozostałych drużyn przeprowadzić dyskusję na temat tego, co poszło nie tak, oraz jakie działania naprawcze mogą być wykonane.

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:

W celu zastosowania innowacji Charakterologia - "Gra Future City" potrzebne są nakłady finansowe wynoszące w przybliżeniu 2-5 tys. PLN/os, w zależności od ilości osób biorących udział. Przy większych grupach nakłady te znacznie zmniejszają się. Dla grupy 20-osobowej nakłady te mogą wynosić ok. 100 tys. PLN. Koszty obejmują przede wszystkim czas niezbędny dla osób zajmujących się koordynacją procesu gry, zarówno grup uczniowskich, jak i podmiotów zewnętrznych oraz indywidualną pracą uczestników z doradcami zawodowymi i mentorami. Szacujemy, że optymalna wielkość grupy do przeprowadzenia 1 edycji gry to 50 osób.

Koszty startowe zostały wyeliminowane poprzez użycie w eksperymencie otwartych i darmowych rozwiązań. Niektóre usprawnienia mogłyby być wprowadzone w przyszłości np. panel integrujący używane w koordynacji komponenty i kanały komunikacji - jednak byłoby to dość kosztowne w wytworzeniu. Raz zbudowane wystarczyłyby do obsługi innowacji w wielu miejscach bez ponoszenia dodatkowych kosztów. Nie rekomendujemy jednak tworzenia rozwiązania zanim zainteresowane udziałem w projekcie nie będzie przynajmniej 5 tysięcy osób (czyli ok. 100 równoległych projektów prowadzonych w kilkudziesięciu miastach).

Można założyć, że optymalny czas trwania rozgrywki wynosi ok. 4 miesiące. Koszty działania trzonu koordynującego projekt (4 osoby * 4 msc. * 5 tys. brutto) w tym czasie wyniosą 80 tys.

Koszty administracji oraz promocji wliczają się w ten czas, choć dodatkowo trzeba wydać ok. 1000 złotych na kampanię adwords i facebook w grupie docelowej. Dodatkowo, jeśli użytkownik nie dysponuje salami wykładowymi oraz spotkań, należy do kosztów doliczyć wynajem tego typu pomieszczeń. Potrzebne jest pomieszczenie do regularnych spotkań i warsztatów, o ile nie odbywają się w siedzibie organizacji partnerów, którzy udostępniali by je za darmo. Potrzebna jest też sala do pracy grupowej przy komputerze dla min. 6 osób, oraz pomieszczenie do spotkań jeden na jeden z doradcą (część spotkań może odbywać się za pośrednictwem komunikatorów, np. Skype). Udział mentorów może być wyceniany indywi-



dualnie w zależności od tego, czy prowadzą oni komercyjną działalność szkoleniową, czy chcą brać udział jako sponsor w projekcie (ze względów wizerunkowych), czy należy pokryć koszty ich podróży do miasta projektu itd.

Szacujemy, że na udział szkoleniowców, przejazdy oraz wynajem sal (poza szkołą, gdzie może być to tańsze), należy wydać ok. 400-600 zł na trenera, 0-200 złotych na dojazd oraz 400 zł na wynajem sali warsztatowej. Gdyby grupa była większa niż 30 osób, koszty sali mogą wzrosnąć. Łącznie jest to ok. 800-1200 zł.

Optymalnie jest, jeśli warsztaty odbywają się nie częściej niż raz na 2 tygodnie. Ich ilość zależy od potrzeb indywidualnych grupy. Dodatkowo należy liczyć, że jeden uczeń może w trakcie trwania projektu skorzystać od 2-4 godzin czasu mentora oraz 2-4 godzin czasu doradcy zawodowego. Do tych spotkań może potrzebny być wynajem sali. Alternatywnie można spotykać się w kawiarni, co również pociąga za sobą koszty.

Wizyty studyjne w firmach, opracowywanie opisów miejsc pracy to każdorazowo też zajęcie dla psychologów lub researcherów (mogą to być osoby na etacie). Jednak należy też liczyć ok. 1000 na przygotowanie merytoryczne i zrozumienie specyfiki potrzeb lokalnych pracodawców. Podsumowując więc:

Koszty jednorazowe:

- 1200-1900 PLN - inauguracja projektu, 800-2000 zł - zakończenie projektu.
- Druk instrukcji: 10 zł / osobę
- Medale lub dyplomy: 10zł / os.

RAZEM: 2200-3920 zł

Koszty stałe miesięczne:

- 20 tys. - koordynacja projektu/1 mies
- 2 tys. - praca szkoleniowców i sale na zajęcia/1 mies

Koszty zmienne:

- 100 zł / 1 h mentora / 1 uczestnika
- 65 zł / 1 h doradcy / 1 uczestnika

Koszt innowacji (bez kosztów jednorazowych) dla:

10 osób= [koordynacja projektu x 4 mies. (80 tys.)] + praca szkoleniowców x 4 mies. x współczynnik mnożnikowy (8 tys. x 1*) + 10 osób x (2h doradcy x 65 zł + 2h mentora x 100 zł) = 80 tys. + 8 tys. + 10 x 330zł. = 91.3 tys. zł.

20 osób= 80 tys.+8 tys. x 1* + 20 osób x 330zł. + 3.2 = 88 tys.+ 6.6 tys = 94.6 tys zł .

30 osób= 80 tys.+8 tys. x1.2* + 30 osób x 330zł. = 89.6 tys + 9.9 tys.= 99.5 tys zł.

50 osób= 80 tys.+8 tys. x1.4* + 50 osób x 330zł. = 91.2 tys + 16.5 tys. = 107.7 tys. zł.

100 osób = 80 tys.+8 tys. x2* + 100 osób x 330zł. =96 tys+33 tys = 129 tys. zł.

Koszt innowacji w przeliczeniu na 1 uczestnika:

10 osób= uśrednione koszty jednorazowe + stałe miesięczne + zmienne = (3200+91.300)/10=94500/10= 9130 PLN/1 os



$20 \text{ osób} = (3400 + 94.600) / 20 = 98000 / 20 = 4900 \text{ PLN} / 1 \text{ os}$

$30 \text{ osób} = (3600 + 99.500) / 30 = 103100 / 30 = 3436 \text{ PLN} / 1 \text{ os}$

$50 \text{ osób} = (4000 + 107.700) / 50 = 2234 \text{ PLN} / 1 \text{ os}$

$100 \text{ osób} = (5000 + 129.000) / 100 = 1340 \text{ PLN} / 1 \text{ os}$

*współczynnik mnożnikowy rosnących kosztów sal i trenerów przy wzroście liczby osób; oszacowanie

Szacujemy, że optymalny kosztowo rozmiar grupy, która może uczestniczyć w projekcie wynosi od 50-100 osób. Pewnych kosztów stałych nie da się zmniejszyć jak np. zatrudnienia specjalistów, których nie ma wielu na rynku. Nie opłaca się też robić warsztatów dla zbyt małej liczby osób. Natomiast przybliżając się do górnej granicy (100 osób) może już pojawić się problem z koordynacją całego projektu przez 4 koordynatorów i niezbędne byłoby zwiększenie ilości etatów lub pozyskanie do projektu większej ilości wolontariuszy.

Reasumując szacujemy, że koszt udziału w 4 miesięcznym programie, w sytuacji przeskalowania rozwiązania na obszar kraju lub województwa liczony na jednego ucznia wynosić będzie kwotę 2 tys. zł. Dochodzą wtedy do wyliczeń dodatkowe etaty związane z administracją bazy danych, rozwojem własnego oprogramowania i centralną koordynacją poziomów lokalnych przy prowadzeniu równoległe np. 5 grup 30 osobowych.

Koszty nie uwzględniają potencjalnych nagród materialnych, które warto pozyskać dla najlepszych uczniów. Uwzględniamy wariant średnio oszczędny biorąc założenie, że większość zajęć warto w projekcie prowadzić poza terenem szkoły, by oddzielić projekt od ich normalnego codziennego życia i jego scenerii. Dodatkową korzyścią jest to, że poznają oni nowe miejsca, w których pobyt jest dla nich atrakcją, którą mogą się pochwalić w gronie swoich znajomych w social-media.

MODYFIKACJE produktu finalnego

ZAKRES MOŻLIWYCH ZMIAN produktu finalnego:

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

W produkcie finalnym można wprowadzić usprawnienia na kilku obszarach:

1. Część szkoleniowo- warsztatowa:

- przygotować ramowe scenariusze szkoleń wprowadzających w produkt (projekt) dla użytkowników
- połączyć aktywność uczniów na warsztatach ze zdobywaniem odznak w BadgeWallet
- od początku sygnalizować premiowanie punktowe frekwencji na szkoleniach i warsztatach
- zorganizować wyjazd integracyjny dla uczestników (np. weekendowy)

2. Technologicznie:

- mieć do wypożyczenia sprzęt niezbędny dla osób, które nie posiadają odpowiedniego komputera / telefonu do realizowania swoich funkcji projektowych



- stworzyć stronę internetową lub aplikację stanowiącą “centrum operacji” zarówno dla użytkowników jak i odbiorców innowacji.
- Stworzyć okresowe ankiety służące do naprowadzania koordynatorów i osoby planujące rozgrywkę na potencjalne przeszkody lub wyzwania nie uwzględnione w projekcie na etapie planowania

3. Doradczo:

- przydałoby się zbudować platformę dla mentorów, w której uczniowie zgłaszałyby wnioski o przyznanie im godziny danego mentora, a mentor musiałby potwierdzić jedną z proponowanych godzin. Nie mają sensu stałe dyżury, gdyż mogą one nie współgrać z czasem dysponowanym przez uczniów.
- Na spotkania doradcze wygodniej jest umawiać się w kameralnych kawiarniach niż w wynajmowanych salach. Łatwiej jest wtedy przełożyć spotkanie oraz zaoszczędzić środki finansowe.

4. Promocyjnie:

- projekt powinien uzyskać patronat urzędu miasta lub marszałka województwa w celu uzyskania autorytetu potrzebnego dyrektorom szkół i mediom na rozpropagowanie informacji o projekcie - co zmniejszyłoby koszt dotarcia do odbiorców innowacji.
- potrzebne jest większe zaplecze w postaci sponsorów i partnerów biznesowych projektu, którzy mogliby stanowić otoczenie prestiżowo-promocyjne dla realizowanych działań, oraz pomóc w ufundowaniu nagród, które dodatkowo motywowałyby do pełnego zaangażowania się w zdobywanie doświadczeń zawodowych.

5. Od strony pracy z firmami:

- firmy powinny być dodatkowo premiowane za poświęcenie czasu na pracę z uczniami nad tworzeniem dla nich rozwiązań. Niestety konieczność pilnowania interesu powoduje, że nie mają oni czasu, nawet jeśli potencjalnie rozwiązanie przygotowane przez uczniów będzie dla nich w przyszłości wartościowe.
- należy rygorystycznie wybierać firmy oraz podpisywać z nimi umowy, w ramach których zapoznają się oni z zasadami współpracy w ramach projektu i regułami otrzymanego wsparcia. Nie może dochodzić do sytuacji, w której firma wycofuje się z projektu już w jego trakcie.

ROZWÓJ produktu finalnego i REKOMENDACJE do dalszych prac:

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

Z rozmów przeprowadzonych z interesariuszami projektu w środowisku wrocławskim wyciągnęliśmy wniosek, że zainteresowane projektem mogą być duże firmy informatyczne oraz inżynierskie, a także uczelnie wyższe, które mogłyby wykorzystywać sprawdzenie umiejętności, jako część procesu rekrutacji, a część mentoringu, jako tworzenie relacji z przyszłym klientem (studentem). W dalszym ciągu jednak kluczowym partnerem powinien być samorząd, który zapewnia niezbędne zaufanie dla wszystkich interesariuszy całego procesu, oraz odpowiednie wejście do szkół. Należałoby zadbać o to, by projekt był stale podtrzymywany i odbywał



się sezonowo, co sprawi, że co każdy sezon jego zasięg oddziaływania będzie się zwiększał podobnie jak np. w szlachetnej paczce, ponieważ byli uczestnicy projektu będą chętniej dołączali do przyszłych edycji już, jako np. wolontariusze, a po znalezieniu pracy -np. jako mentorzy dla osób, które mają przed sobą ścieżkę "Kreatywnej Kospiracji".

OPIS INNOWACJI

REKOMENDACJA

Skrócony OPIS:

Innowacyjny model opisywania stanowisk pracy, środowiska pracodawcy i wyzwań zawodowych poprzez cechy charakteru, umożliwiający kojarzenie pracodawców i absolwentów na podobieństwo serwisu randkowego. Model opracowany na potrzeby organizatorów doradztwa kariery oraz praktycznej nauki zawodu. Elektroniczny profil ucznia, na wzór karty postaci z fabularnych gier elektronicznych, zwiększa atrakcyjność rozwiązania dla uczniów, zachęcając ich do rozwoju i kumulowania kompetencji.

Dla Kogo?

Dla uczniów z zacięciem artystycznym lub dziennikarskim, którzy chcą pokazać sobie i innym, na czym polega konkretny zawód. Dla szkół zawodowych lub nauczycieli organizujących zajęcia pozalekcyjne chcących skorzystać z metody projektowej.

PROBLEM, na który odpowiada innowacja:

Patrząc na to, co interesuje lub intryguje dzisiejszą młodzież, można z całą pewnością powiedzieć, iż w wyborze zawodu lub kierunku kształcenia nie będzie dziś odgrywał kluczowej roli doradca zawodowy lub psycholog z poradni. Doradztwo i testy gabinetowe są dziś dla młodzieży przeżytkiem trącącym myszką, kurzem a raczej wapnem kojarzącym się raczej z minioną epoką niż skuteczną formą dobru. Tymczasem użytkownicy Internetu chętnie używają aplikacji do budowania relacji i przyjaźni, a nawet poszukiwania partnera na całe życie, tak jak w serwisach randkowych. **Widząc analogię w poszukiwaniu pracy na całe życie a poszukiwaniem partnera życiowego warto sprawić, by wybór zawodu odbywał się podobnymi metodami.** Dlatego opracowano narzędzie do kojarzenia pracodawcy i pracownika z zastosowaniem kwestionariuszy opisujących charakter zawodu kandydata do pracy oraz pracodawcy, przy czym w tym drugim przypadku chodzi o charakter pracy, określony poprzez profil typowego pracownika w konkretnej firmie i na wybranym stanowisku pracy oraz profil przełożonego, współpracownika, z którym będzie mieć kontakt kandydat do pracy.

Dlaczego?

Narzędzie umożliwia atrakcyjne zabawy z uczniami o walorach doradczych i edukacyjnych w kontekście wyzwań na rynku pracy. Wyzwania te są doświadczane przez uczniów w formule gry a firmy mogą tworzyć ciekawą ofertę zajęć edu-



cyjnych.

CEL innowacji:

Rozwiązanie umożliwia płynny proces dopasowania uczniów do przyszłego stanowiska pracy poprzez realizację serii wyzwań w trakcie specjalnie zaprojektowanej gry w świecie rzeczywistym, gdzie zdobywanie nowych kompetencji kojarzy się z interesującym wyzwaniem i dobrą zabawą. Uczniowie włączają się w przydatne i praktyczne zadania, a wielu z nich może zainteresować się podjęciem pracy w kierunkach związanych z przemysłami kreatywnymi, których nie rozważali wcześniej. Doświadczenie zdobyte i udokumentowane w trakcie udziału w grze i zabawie, w formie Karty Postaci, może stanowić mocną kartę w rozmowach z przyszłym pracodawcą. Uczestnik będzie przygotowany do funkcjonowania na rynku lub udziału w stażu zawodowym. Zna swój charakter zawodowy i swoje umiejętności oraz posiada ich potwierdzenie w postaci wyników po ocenie przez branżowych specjalistów wraz z portfolio wykonanych prac. **Celem rozwiązania jest dopasowanie zawodu do predyspozycji ucznia poprzez analizę charakteru zawodowego pracy, stanowiska pracy czy pracodawcy z charakterem ucznia opisanym przez Kartę Postaci udoskonalaną w formule gry lub zabawy, której celem jest pokonywanie kolejnych wyzwań zawodowych.**

KOSZT zastosowania innowacji:

Zastosowanie narzędzia wymaga poniesienia kosztów związanych z przygotowaniem nauczycieli i uczniów do korzystania z innowacji, czyli z platformy do gier, kart wyzwań, kart postaci. Koszt prostych szkoleń oszacowano na 600 PLN. Kolejnym kosztem jest opieka mentorów, specjalistów branżowych nad uczniami korzystającymi z kart wyzwań i wykonujących zadania w ramach opracowanych scenariuszy gry. Koszt opieki mentorów oszacowano na około 500 PLN za jednego ucznia uczestniczącego w rozgrywce „Future City”. Dodatkowo prowadzone są warsztaty doradcze z udziałem doradców kariery w zakresie wyzwań zawodowych w grze z indywidualnym doradztwem opracowującym lub interpretującym karty postaci. Koszt ten szacuje się na około 1 200 PLN za warsztat. **Dodatkowym kosztem w stosunku do typowego stażu lub zajęć pozalekcyjnych jest, więc koszt prowadzenia warsztatów przygotowujących uczniów i nauczycieli do gry oraz zaangażowania doradców kariery i mentorów branżowych.** Koszty te powodują, że zajęcia pozalekcyjne lub zwyczajna zabawa zdobywają walor diagnostyczny i doradczy, podnosząc wiedzę uczniów o samych sobie oraz rynku pracy.

Kontakt i wsparcie użytkowników:

Pomysł i realizacja testu: Kapitał Kariery Sp. z o.o.

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