

Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego

Temat innowacyjny:

Nowe obszary działalności i formy aktywizowania osób pozostających bez zatrudnienia, w tym osób w trakcie ostatniego roku nauki, w ekonomii społecznej lub przedsiębiorczości.

Nazwa projektodawcy:

Polska Fundacja Ośrodków Wspomagania Rozwoju Gospodarczego "OIC Poland" z siedzibą w Lublinie

Tytuł projektu:

„Im wcześniej tym skuteczniej” – innowacyjna metoda programowego wdrożenia uczniów ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych w zagadnienia ekonomii społecznej

Numer umowy:

POKL.07.02.02-06-113/10-00

I. Uzasadnienie

Diagnoza na etapie przygotowania projektu

Główny, zidentyfikowany problem w zakresie interwencji projektu - na żadnym z etapów edukacji nie wdraża się programowo uczniów w zagadnienia ekonomii społecznej. W szkołach ponadgimnazjalnych wprowadzono przedmiot – „Podstawy przedsiębiorczości”, ale w treściach programowych nie pojawia się pojęcie ekonomii społecznej. Absolwent wchodzący na rynek pracy nie zna tego pojęcia i nie potrafi się poruszać w jego obszarze.

Ani cele ani treści nauczania wyrażone w podstawie programowej dla szkół ponadgimnazjalnych nie obligują autorów programów kształcenia do wprowadzenia młodzieży w zagadnienia ekonomii społecznej oraz innowacyjności w tym zakresie. Według prof. Ewy Leś: „W nowej podstawie programowej kształcenia ogólnego (obowiązującej od 1.09.2009) precyzyjnie określono (...) umiejętności ucznia na koniec każdego etapu kształcenia (...), nadal brakuje jednak problematyki przedsiębiorczości społecznej, gospodarki społecznej.”

Promowanie przedsiębiorczości w obszarze ES zgodne jest z perspektywą wyrażoną w Propozycji nr 36 Komunikatu Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady Europy, Komitetu Ekonomi – Społecznej i Komitetów Regionów – W kierunku Aktu o jednolitym rynku – W stronę społecznej gospodarki rynkowej o wysokiej konkurencyjności z dn. 27.10.2010, który zakłada, że na wsparcie będą mogły liczyć projekty gospodarcze innowacyjne pod względem społecznym. Odwołano się też do wartości wynikającej z historii. „Pierwsza dekada trzeciego tysiąclecia pokazała, że w całej Europie i na świecie istnieje ogromny potencjał innowacyjności w sferze gospodarki społecznej (...) projekty te, powstałe z inicjatywy jednej osoby lub grupy osób, przyniosły twórcze rozwiązania istotnych problemów społeczno – gospodarczych, których przyczyną było często wykluczenie społeczne (...), jak również starzenie się społeczeństwa.”

W Polsce brakuje tradycji, dotyczących pozytywnych przykładów przedsiębiorczości i wybitnych osiągnięć na płaszczyźnie ekonomii społecznej, stąd istnieje potrzeba zastosowania nowych metod i narzędzi w celu promowania działalności w tym obszarze. Spółdzielczość w społeczeństwie polskim wzbudza negatywne skojarzenia. Związana jest z istnieniem stereotypów, dotyczących poprzedniego systemu. Spółdzielnie socjalne postrzegane są jako organizacje związane z byłym ustrojem komunistycznym i nie cieszą się dobrym wizerunkiem w społeczeństwie. Przedsiębiorstwa społeczne kojarzone są z podmiotami działającymi w obszarach wykluczenia społecznego, a w związku z tym, oferującego dobra i usługi na niskim poziomie.

Na zidentyfikowany problem główny składają się problemy szczegółowe:

- zagadnienia ekonomii społecznej nie zostały ujęte w programach nauczania,
- brak pomocy naukowych do nauczania ekonomii społecznej,
- brak możliwości doświadczania funkcjonowania ekonomii społecznej w praktyce,
- brak pomysłu na przekazanie wiedzy z obszaru ekonomii społecznej w sposób ciekawy i zapewniający właściwy odbiór i przyswojenie,
- niewiedza wśród uczniów, że podejmowanie działań przedsiębiorczych w obszarze ekonomii społecznej stwarza im w przyszłości szansę na uniknięcie bezrobocia,
- niepodejmowanie programowo przez szkołę próby kształtowania postaw prospołecznych i wolontariackich; niewskazywanie korzyści z działań w obszarze ekonomii społecznej, niepromowanie działań i inicjatyw pozaprogramowych (konkursy i olimpiady pod patronatem MEN i Ministerstwa Pracy i Polityki

Społecznej z wiedzy o gospodarce społecznej związane są z funkcjonowaniem głównie spółdzielni uczniowskich, gdzie aktywność nie jest obligatoryjna i usankcjonowana programowo).

- nauczyciele prowadzący zajęcia z przedmiotu „podstawy przedsiębiorczości” sami nie mają wiedzy z zakresu ekonomii społecznej, która nauczana jest jako pozasystemowa forma edukacji, rzadko występuje w programach szkół wyższych;
- istnieje słabe przekonanie w społeczeństwie co do zasadności i sensowności funkcjonowania w obszarze ekonomii społecznej – głównie z powodu braku wiedzy, dotyczącej dobrych praktyk – co w niekorzystny sposób wpływa na przekonania młodzieży.

Według raportu WUP Lublin z sierpnia 2010 w województwie lubelskim w PUP zarejestrowanych było 107.930 osób bezrobotnych, w tym 55.291 kobiet, tj. 51,2% oraz 6.771 osób (tj. 6,3% w ogólnej liczbie bezrobotnych) w okresie do 12 m-cy od dnia ukończenia nauki. Bezrobotni zarejestrowani stanowili 11,8% ludności aktywnej zawodowo i wskaźnik natężenia bezrobocia był wyższy o 0,5 pkt procentowego od wskaźnika krajowego (11,3%). Dowodzi to występowania problemu bezrobocia wśród absolwentów w województwie lubelskim. Z drugiej jednak strony odwołując się do doświadczeń, inicjowanych dzięki programowi finansowanemu z UE w obszarze ekonomii społecznej, bezrobotni absolwenci nie wykazują zainteresowania tematyką ekonomii społecznej lub inicjowaniem działań w tym obszarze. W trakcie realizacji przez Fundację OIC Poland projektu – Lubelski Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej na szkolenia z zakresu ekonomii społecznej, adresowanych m.in. do osób bezrobotnych nie zgłosił się ani jeden absolwent. Dowodzi to, że na żadnym z etapów edukacji młodzież nie została zainteresowana tą tematyką i nie wie, że obszar ekonomii społecznej daje szansę wyjścia z bezrobocia. Płaszczyzna ekonomii społecznej nie jest prezentowana uczniom przez doradców zawodowych jako jedna z możliwych form samorealizacji zawodowej. Specyfika Regionu dla swojego rozwoju i efektywnego funkcjonowania wymaga od mieszkańców województwa lubelskiego podejmowania z własnej inicjatywy nowych zadań i szukania rozwiązań gospodarczych np. poprzez rozwój i podejmowanie innowacyjnych inicjatyw w obszarze ekonomii społecznej. Stąd programowo należy uwzględnić te potrzeby w edukacji. Wizja Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Lubelskiego zakłada wzrost świadomości kadr i kreowanie ich kompetencji m.in. poprzez wspieranie działań w zakresie podnoszenia świadomości innowacyjnej oraz tworzenia środowiska i kultury innowacji, troskę o zdolności i umiejętności, wszystkich grup społecznych, służące efektywnemu wykorzystaniu przyszłych procesów społeczno-gospodarczych (efekt długoterminowy). Postulat ten nie został uwzględniony w programach nauczania przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych, a przecież sięgnięcie do zasobów ludzkich, które – tak jak uczniowie ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych - lada dzień rozpoczną funkcjonowanie w obszarze społeczno - gospodarczym, zwiększa szansę na osiągnięcie tego celu w założonej długoterminowej perspektywie, przyczyniając się do zachowania i trwałości wypracowanych rozwiązań.

Zdiagnozowane problemy prowadzą w konsekwencji do wystąpienia poniższych barier. Po zakończeniu ostatniego roku nauki w szkole ponadgimnazjalnej absolwent:

- nie posiada wiedzy dotyczącej zagadnień ekonomii społecznej,
- nie zna żadnych przykładów funkcjonowania przedsiębiorstw ekonomii społecznej,
- w sytuacji braku zatrudnienia nie wie, że może znaleźć zatrudnienie w obszarze ekonomii społecznej,
- nauczyciele nie posiadają wiedzy i doświadczeń z zakresu ekonomii społecznej i nie przekazują jej uczniom,

- stereotypy i ignorancja dotycząca ekonomii społecznej ugruntowują się, dobre praktyki nie są promowane,
- młodzież nie ma szansy w praktyce doświadczyć satysfakcji płynącej z działalności społecznej i wolontariackiej – brak zapisów programowych skutkuje tym, że nie wszystkie szkoły promują taką aktywność.

Diagnoza przeprowadzona w pierwszym etapie projektu

Zrealizowane w pierwszym etapie analizy i badania posłużyły do zbadania problemów pod kątem konstrukcji założonych w projekcie produktów.

Zadaniem niniejszej analizy była ocena występowania zagadnień ekonomii społecznej w obszarze edukacji uczniów ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych. Analiza została przeprowadzona wielopłaszczyznowo: począwszy od samego przedstawienia zagadnień formalnych, włącznie z regulacjami prawnymi (poprzez ujęcie ekonomii społecznej w dokumentach strategicznych, zawartości w programach nauczania, dostępności w materiałach i podręcznikach szkolnych), skończywszy na inicjatywach oddolnych na poziomie samych szkół ponadgimnazjalnych. Analizę przeprowadzono na podstawie dostępnych ustaw, rozporządzeń, podstawy programowej, dokumentów strategicznych, badań własnych, opublikowanych raportów oraz innych dokumentów poruszających omawianą problematykę.

Celem analizy było ukazanie występowania zagadnień z zakresu ekonomii społecznej w procesie nauczania zarówno od strony regulacji na poziomie ministerialnym, jak również inicjatyw oddolnych z poziomu kadry dydaktycznej.

Dla celów pogłębionej diagnozy zidentyfikowanych problemów, przeprowadzono badania własne w postaci wywiadów telefonicznych, prowadzonych z dyrekcją placówek i nauczycielami przedmiotu „podstawy przedsiębiorczości” z terenu województwa lubelskiego, łącznie 24 wywiady. Do badania wybrano zarówno szkoły z terenów miejskich i wiejskich. Badania miały na celu zweryfikowanie czy respondenci znają tematykę przedsiębiorczości społecznej, czy włączają jej zagadnienia do nauczania przedmiotu „podstawy przedsiębiorczości”, czy szkoły współpracują z organizacjami pozarządowymi oraz czy kadra dydaktyczna korzysta z dostępnych form podnoszenia kwalifikacji w omawianym zakresie.

Polskie ustawodawstwo nie zna pojęcia ekonomii społecznej, jako terminu obejmującego swym zasięgiem wszelkie przedsiębiorstwa społeczne. W związku z tym, istotą ekonomii społecznej jest funkcjonowanie przedsiębiorstwa społecznego. Można stwierdzić, iż w polskim ustawodawstwie pojawiają się podmioty, które wpisują się w pojęcie przedsiębiorstwa społecznego. Należy jednak podkreślić, iż istotą działania przedsiębiorstwa społecznego jest prowadzenie działalności gospodarczej, co przy wielu podmiotach ekonomii społecznej jest ograniczane i traktowane przez ustawodawcę wręcz ubocznie.

Obecnie na etapie prac pozaparlamentarnych, jest przygotowanie ustawy o przedsiębiorczości społecznej i przedsiębiorstwie społecznym (autorstwa Grupy Prawnej Zespołu ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej). Założeniem ustawy jest możliwość utworzenia (jako odrębnej formy organizacyjno-prawnej) przedsiębiorstwa społecznego przez przedsiębiorcę.

Analizując dokumenty strategiczne (Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego, Europejski Fundusz Społeczny, Strategia Rozwoju Kapitału Ludzkiego, Strategia zrównoważonego rozwoju wsi, rolnictwa i rybactwa) mnożna stwierdzić brak występowania całościowego rozwiązania prawnego w zakresie ekonomii społecznej na rzecz fragmentarycznego ulokowania omawianej tematyki w poszczególnych dokumentach.

Przeanalizowano występowanie zagadnień ekonomii społecznej w programach nauczania w szkołach ponadgimnazjalnych. Analizie pod tym samym kątem została również poddana oferta edukacyjna uczelni wyższych, skierowana do nauczycieli. Ekonomia społeczna nie funkcjonuje w aktualnej ofercie żadnej z uczelni oraz nie zidentyfikowano jej w żadnym wymiarze w aktach prawnych tj.: Ustawa o systemie oświaty, Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dziennik Ustaw z 15 stycznia 2009 r., Nr 4, poz. 17) oraz 4 części ośmiotomowej publikacji poświęconej nowej podstawie programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w szkołach podstawowych, gimnazjach i liceach wydanej przez MEN w 2009.

Przeanalizowano dostępne podręczniki oraz inne materiały dydaktyczne pod kątem zawartości tematyki z zakresu ekonomii społecznej. Badanie oparto na dostępnych podręcznikach i pomocach dydaktycznych, wykorzystywanych do nauczania przedmiotu „podstawy przedsiębiorczości” w szkołach ponadgimnazjalnych. Szczególną uwagę zwrócono na występowanie kwestii związanych z ekonomią społeczną w badanych publikacjach. Analizowano podręczniki szkolne, pomoce oraz poradniki dla nauczycieli, do przedmiotu „podstawy przedsiębiorczości” z uwagi na największą zbieżność omawianych zakresów, jak również niejako naturalny obszar tematyczny, dostępny zagadnieniom ekonomii społecznej w procesie nauczania młodzieży ponadgimnazjalnej. W wyniku przeprowadzonej analizy stwierdzono braki zawartości tematyki w badanym obszarze. Wszystkie podręczniki zawierają treści teoretyczne oscylujące wokół zagadnień makroekonomicznych z elementami społecznymi jednak bez wyraźnego wskazania na tematykę ekonomii społecznej. Podstawowym uwarunkowaniem takiego stanu rzeczy jest brak zagadnień przedsiębiorczości społecznej w podstawie programowej, co już uprzednio wykazano.

Zarówno popularne wydawnictwa szkolne, uznane organizacje jak i źródła internetowe przygotowują i publikują scenariusze zajęć do przedmiotu „podstawy przedsiębiorczości” nie uwzględniając przedsiębiorczości społecznej jako alternatywnej formy planowania przyszłości zawodowej dla młodych pokoleń, a także szanse na uniknięcie bezrobocia.

Pominięcie zagadnień ekonomii społecznej w podręcznikach i ich uzupełnieniach powoduje:

- po pierwsze, uczniowie nieposiadający jakiegokolwiek wiedzy w powyższym temacie tracą szansę na poznanie zjawiska jako możliwej drogi rozwoju zawodowego, przy czym jest to szczególnie istotne ponieważ w tym okresie wielu z nich podejmuje ważne życiowe decyzje dotyczące swojej przyszłości,
- po drugie, uczniowie którzy już mieli możliwość zetknięcia się z przedsiębiorczością społeczną, chociażby nawet w podstawowej formie, dostają wyraźny komunikat odgórny o niskiej wadze zjawiska, systemowo pomijanego przez władze oświatowe.

Wyniki wywiadów telefonicznych prowadzonych z dyrekcją placówek i nauczycielami przedmiotu „podstawy przedsiębiorczości” wskazują, iż 40 % nauczycieli nie potrafiło odpowiedzieć na pytanie - Co Pan/i rozumie przez pojęcie ekonomii społecznej?, a 45 % nie potrafiło wskazać ani jednego rodzaju przedsiębiorstwa społecznego funkcjonującego w gospodarce. Wskazuje to na niedostateczną wiedzę nauczycieli w tym temacie. Pozostali respondenci posiadają już jakieś podstawy, lecz wymagają one znacznego uzupełnienia.

Po analizie aktów prawnych oraz dokumentów i programów nauczania z zakresu ekonomii społecznej wynika, iż jest to obszar wymagający podjęcia natychmiastowych

działań, zapobiegających powstaniu luki w wiedzy przekazywanej uczniom w procesie nauczania, a determinowanej przez zmieniające się uwarunkowania gospodarcze.

Skutkiem braku zagadnienia ekonomii społecznej w programach nauczania jest brak pomocy naukowych/narzędzi do nauczania ekonomii społecznej. Konieczne jest stworzenie programu nauczania ekonomii społecznej dla szkół ponadgimnazjalnych. Ważne jest, by problematyka związana z ekonomią społeczną znalazła się nie tylko w podręcznikach, ale także by była integralnym elementem podstawy programowej. Jednakże na obecnym etapie zmiany te nie są możliwe, gdyż kolejny dokument w sprawie podstawy programowej zostanie przyjęty dopiero w 2015 roku. Żeby stało się to możliwe - również nauczyciele powinni zostać wyposażeni w wiedzę z zakresu ekonomii społecznej tak - by w sposób ciekawy i zapewniający właściwy odbiór i przyswojenie potrafili przekazać wiedzę tematyczną. W tym obszarze wiedzy istotną rolę odgrywa również umożliwienie uczniom doświadczania funkcjonowania ekonomii społecznej w praktyce. Praktyczne podejście daje im namacalny dowód na to, że podejmowanie działań przedsiębiorczych w obszarze ekonomii społecznej stwarza im w przyszłości szansę uniknięcia bezrobocia, a także może być ciekawym i rozwijającym sposobem na ukształtowanie kariery zawodowej.

Na podstawie informacji zebranych w badaniach wysnuto wniosek, że nauczanie ekonomii społecznej ma zdecydowanie charakter oddolny. Głównie od decyzji szkoły czy też nauczyciela zależy, czy tematyka przedsiębiorczości społecznej zostanie włączona do nauczania i przekazana uczniom. To również szkoła decyduje o nabyciu pomocy dydaktycznych, borykając się niejednokrotnie z problemami finansowymi. Pomoce dostępne na rynku oscylują wokół zagadnień ekonomicznych z elementami społecznymi, bez wyraźnego wskazania na ekonomię społeczną. W konsekwencji nauczyciele nie dysponują pełną i kompletną wiedzą, która umożliwiłaby przekazanie słuchaczom specyfiki funkcjonowania przedsiębiorczości społecznej w sposób prawidłowy i efektywny. Ponadto, poważne rozbieżności w tej wiedzy pojawiają się pomiędzy obszarem miejskim i wiejskim, co stwarza dodatkowe problemy. Niestety nauczyciele nie decydują się na doksztalcenie w tym zakresie, ponieważ do znajomości tematyki nie obliguje ich funkcjonująca podstawa programowa. Oferta edukacyjna uczelni wyższych jest w tym zakresie również niezmiernie uboga - tylko jedna uczelnia wyższa z terenu województwa lubelskiego tj. UMCS oferuje kierunek: "Aktywizacja kapitału społecznego - ekonomia społeczna", realizowany jako studia podyplomowe.

Kolejną istotną kwestią jest ograniczony czas na przekazanie wiedzy z przedsiębiorczości, efektem czego jest pomijanie w nauczaniu tematyki przedsiębiorczości społecznej. Zagadnienie to traktowane jest marginalnie, jako dodatek wprowadzany przez nauczyciela w ramach „uatrakcyjnienia” przekazywanego materiału.

Szkoła programowo:

1. nie podejmuje się kształtowania postaw prospołecznych i wolontariackich;
2. nie wskazuje korzyści z działań w obszarze ekonomii społecznej;
3. nie promuje działań i inicjatyw pozaprogramowych (konkursy olimpiady pod patronatem MEN i Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej z wiedzy o gospodarce społecznej związane są z funkcjonowaniem głównie spółdzielni uczniowskich, gdzie aktywność nie jest obligatoryjna i usankcjonowana programowo).

Analiza zasobów wiedzy z zakresu ekonomii społecznej wykazuje, iż te zadania przejmują aktualnie organizacje pozarządowe działające przy szkołach.

Ponieważ szkoła programowo nie podejmuje kształtowania powyższych postaw, niezmiernie ważne jest uruchomienie działań podnoszących wiedzę i świadomość w zakresie

ekonomii społecznej już na etapie szkół ponadgimnazjalnych, gdyż w tym okresie wielu uczniów podejmuje ważne decyzje życiowe dotyczące przyszłości.

Ponadto, powagę sytuacji podnosi fakt opublikowania z dniem 25.10.2011 r. przez Komisję Europejską komunikatu, dotyczącego Inicjatywy na rzecz przedsiębiorczości społecznej:

„Budowanie ekosystemu sprzyjającego przedsiębiorstwom społecznym w centrum społecznej gospodarki i społecznych innowacji”. Komisja umieściła gospodarkę społeczną i innowacje społeczne w samym centrum swoich zainteresowań, pod względem zarówno spójności terytorialnej, jak i poszukiwań oryginalnych rozwiązań problemów społecznych, w szczególności walki z ubóstwem i wykluczeniem, w ramach swojej strategii „Europa 2020”.

Tym bardziej postulowane działania powinny zostać podjęte niezwłocznie i w możliwie kompleksowym zakresie.

II. Cel wprowadzenia innowacji

Celem ogólnym projektu jest podniesienie wiedzy i świadomości w zakresie Ekonomii Społecznej 400 uczniów w szkołach ponadgimnazjalnych w trakcie ostatniego roku nauki z terenu województwa lubelskiego w ciągu 36 m-cy z wykorzystaniem dobrych praktyk europejskich.

Cele szczegółowe to:

- opracowanie innowacyjnego kompleksowego zestawu narzędzi do nauczania przedmiotu „Podstawy Przedsiębiorczości” w zakresie ekonomii społecznej składającego się z programu nauczania, skryptu dla nauczyciela i ćwiczeń dla ucznia, filmu, programu kształcenia nauczycieli w ciągu 36 m-cy,
- dostarczenie wiedzy dotyczącej ekonomii społecznej 400 (191 K, 209 M) uczniom ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa lubelskiego w ciągu 36 m-cy.
- zwiększenie wiedzy i kwalifikacji 20 (16K, 4M) nauczycieli w zakresie ekonomii społecznej
- przełamanie stereotypów i ignorancji w obszarze ekonomii społecznej w ciągu 36 m-cy.
- poznanie przez uczniów i nauczycieli w praktyce działania przedmiotów ekonomii społecznej poprzez aktywny i bezpośredni kontakt z podmiotami działającymi w tym obszarze.

Cel wprowadzenia innowacji jest tożsamy z celem projektu zawartym we wniosku o dofinansowanie projektu.

Pożądany stan docelowy po wprowadzeniu innowacji	Wskaźnik	Dane do weryfikacji
Opracowanie innowacyjnego kompleksowego zestawu narzędzi do nauczania przedmiotu „Podstawy Przedsiębiorczości” w zakresie ekonomii społecznej, składającego	Opracowane, przetestowane, walidowane zestawy innowacyjnych narzędzi zawierające: - 2 programy nauczania przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” dla LO i Technikum oraz dla ZSZ,	1. Protokoły odbioru opracowanych / modyfikowanych produktów; 2. Ewaluacja zewnętrzna – raport; 3. Ewaluacja wewnętrzna oraz dokumentacja projektowa, w tym: ankiety oceniające



<p>się z programu nauczania, skryptu dla nauczyciela i ćwiczeń dla ucznia, filmu, programu kształcenia nauczycieli w ciągu 36 m-cy.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - skrypt dla nauczyciela w formie poradnika metodycznego, - 2 zeszyty ćwiczeń do przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” dla LO i Technikum oraz dla ZSZ, - film dydaktyczny, - program szkolenia dla nauczycieli. 	<p>poszczególne produkty, testy wiedzy nauczycieli i uczniów, raporty nauczycieli z testowania produktów, dokumentacja szkoleń, w tym dzienniki zajęć, listy obecności, karty czasu pracy trenerów, ankiety oceniające szkolenie, rejestry zaświadczeń; listy potwierdzające odbiór materiałów szkoleniowych; listy potwierdzające odbiór materiałów dydaktycznych przez uczniów i nauczycieli.</p> <p>Częstotliwość pomiaru: co najmniej dwukrotnie: przed i po (ex-ante i ex-post)</p>
<p>Dostarczenie wiedzy dotyczącej ekonomii społecznej 400 (191 K, 209 M) uczniom ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa lubelskiego w ciągu 36 m-cy.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zwiększenie wiedzy i umiejętności 400 uczniów (191 K) w zakresie ES w ciągu 36 m-cy 2. Podniesienie wiedzy, a przez to samooceny i pewności siebie u 400 uczniów (191 K) 3. Ukształtowanie postaw przedsiębiorczych u 400 uczniów (191 K). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ewaluacja zewnętrzna – raport; 2. Ewaluacja wewnętrzna oraz dokumentacja projektowa w tym: <ul style="list-style-type: none"> - test wiedzy dla ucznia, - ankieta na temat umiejętności dla uczniów, - raporty nauczycieli z testowania produktów, - ankieta na temat postaw (przedsiębiorczość, samoocena, pewność siebie) dla uczniów - raporty nauczycieli z testowania produktów - listy potwierdzające odbiór materiałów dydaktycznych przez uczniów. <p>Częstotliwość pomiaru: co najmniej dwukrotnie: przed i po (ex-ante i ex-post)</p>
<p>Zwiększenie wiedzy i kwalifikacji 20 (16K, 4M) nauczycieli w zakresie ekonomii społecznej.</p>	<p>Zwiększenie wiedzy i kwalifikacji 20 nauczycieli (16 K) w zakresie ES w ciągu 36 m-cy.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ewaluacja zewnętrzna – raport; 2. Ewaluacja wewnętrzna oraz dokumentacja projektowa tym: <ul style="list-style-type: none"> - test wiedzy dla nauczyciela - dokumentacja szkoleniowa w



		<p>tym: dzienniki zajęć, listy obecności, karty czasu pracy trenerów, ankiety oceniające szkolenie, rejestry zaświadczeń</p> <p>- listy potwierdzające odbiór materiałów dydaktycznych przez nauczycieli.</p> <p>Częstotliwość pomiaru: co najmniej dwukrotnie: przed i po (ex-ante i ex-post)</p>
Przełamanie stereotypów i ignorancji w obszarze ekonomii społecznej w ciągu 36 m-cy.	<p>1. Przełamanie stereotypów i ignorancji w zakresie ES u 20 nauczycieli (16 K) i 400 uczniów (191 K).</p> <p>2. Zwiększenie zainteresowania 40% BO (76 k) do kontynuacji edukacji i podejmowania działań w zakresie ES w 36 mc-cy.</p>	<p>1. Ewaluacja zewnętrzna – raport;</p> <p>2. Ewaluacja wewnętrzna oraz dokumentacja projektowa tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ankieta na temat postaw wobec ES dla nauczyciela, - ankieta na temat postaw wobec ES dla ucznia, - ankieta na temat zainteresowań ES dla uczniów, - raporty nauczycieli z testowania produktów. <p>Częstotliwość pomiaru: co najmniej dwukrotnie: przed i po (ex-ante i ex-post)</p>
Poznanie przez uczniów i nauczycieli w praktyce działania przedmiotów ekonomii społecznej poprzez aktywny i bezpośredni kontakt z podmiotami działającymi w tym obszarze.	Poznanie praktycznych aspektów działania przedsiębiorstw społecznych przez 400 uczniów (191 K) w ciągu 36 m-cy	<p>1. Ewaluacja zewnętrzna – raport;</p> <p>2. Ewaluacja wewnętrzna oraz dokumentacja projektowa tym:</p> <ul style="list-style-type: none"> - raporty nauczycieli z testowania produktów, - sprawozdania z odbytych wizyt studyjnych w przedsiębiorstwach społecznych, - listy obecności z wizyt studyjnych - listy potwierdzające odbiór materiałów dydaktycznych przez uczniów. <p>Częstotliwość pomiaru: co najmniej dwukrotnie: przed i po (ex-ante i ex-post)</p>

Różnice w stosunku do wniosku o dofinansowanie - zaproponowano nowe i bardziej adekwatnie obrazujące stopień osiągnięcia celu wskaźniki.

III. Opis innowacji, w tym produktu finalnego

Na czym polega innowacja?

Innowacja dotyczy stworzenia nowych, innowacyjnych narzędzi do wykorzystania w praktyce nauczania przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” w zakresie ekonomii społecznej, składającego się z programu nauczania, skryptu dla nauczyciela i ćwiczeń dla ucznia, filmu dydaktycznego, programu kształcenia nauczycieli.

Innowacyjność w projekcie przejawia się w 3 wymiarach:

1) rozwiązanie problemu, który dotąd nie był uwzględniony w polityce województwa i szerzej kraju.

Zagadnienia dotyczące ekonomii społecznej w sposób programowy nie funkcjonowały w edukacji ponadgimnazjalnej, a w związku z tym, zadaniem specjalistów, którzy pracowali nad konstrukcją programu nauczania oraz pomocy dydaktycznych, było takie wkomponowanie zagadnień ekonomii społecznej w nauczanie innych treści z zakresu przedsiębiorczości, aby płynnie wpisywały się one w rzeczywistość gospodarczą i obrazowały wzajemne przenikanie się, współistnienie i komplementarność sfery biznesu i podmiotów ekonomii społecznej. Jest to spojrzenie innowacyjne.

Działaniem innowacyjnym w skali szkoły jest promowanie dobrych przykładów z obszaru ekonomii społecznej, poprzez wizytę w dobrze funkcjonującym przedsiębiorstwie społecznym czy metody promowania działań społecznych i wolontariackich, zapewniających bezpośredni kontakt z obszarem ekonomii społecznej. Pozwoli to na obalenie na etapie edukacji istniejących stereotypów, dotyczących negatywnego odbioru społecznego przedsiębiorstw społecznych jako pozostałości poprzedniego systemu lub też budzących negatywne skojarzenia z podmiotami działającymi w obszarach wykluczenia społecznego i oferującymi dobra i usługi na niskim poziomie.

2) wykorzystanie nowych instrumentów w rozwiązywaniu dotychczasowych problemów - na rynku nie są dostępne pomoce dydaktyczne do nauczania ekonomii społecznej, a w ramach projektu powstaną 2 zestawy innowacyjnych produktów dedykowane temu celowi. Wprowadzenie w/w narzędzi do edukacji w zakresie ekonomii społecznej przyczyni się do rozwiązania występujących problemów społecznych w postaci bezrobocia wśród absolwentów, krótkiego czasu życia przedsiębiorstw społecznych, czy zahamowania rozwoju ekonomii społecznej.

Innowacyjna konstrukcja programu nauczania wdrażająca do pracy zespołowej ma zapewnić promowanie współpracy tak, aby przygotować uczniów do jak najwcześniejszego inicjowania kontaktów, które stworzą kiedyś podstawy do zawiązywania grup inicjatywnych do utworzenia podmiotów ekonomii społecznej. Nowe instrumenty przyczynią się do przeciwdziałania takim problemom jak: krótki okres funkcjonowania spółdzielni socjalnych założonych przez osoby fizyczne mimo uzyskania dotacji z Funduszu Pracy (ponad 5 lat przetrwało ok. 60% - wg raportu monitoringu przedsiębiorczości społecznej w Małopolsce-06.2010), gdzie jedną z przyczyn niepowodzeń jest krótki okres współpracy członków grupy inicjatywnej oraz brak umiejętności współpracy w ramach grupy. Brak chętnych do pracy w

obszarze ekonomii społecznej grozi zahamowaniem rozwoju przedsiębiorczości społecznej. Samodzielnie tworzone przedsiębiorstwa społeczne - bez - lub - z niskim poziomem potencjału i kapitału początkowego - napotykać na problemy, co uwidacznia się w dysproporcji pomiędzy liczbą i jakością przedsiębiorstw społecznych, posiadających silnego protektora bądź nie. W chwili obecnej głównymi inicjatorami powstania przedsiębiorczości społecznej są organizacje pozarządowe lub też mają one na ich powstanie największy wpływ. Stąd zachodzi konieczność prezentacji całokształtu zjawisk i mechanizmów funkcjonowania. Dzięki innowacyjnym narzędziom wypracowanym w projekcie mamy szansę przeciwdziałać tym zjawiskom.

3) innowacyjność w zakresie grupy docelowej – dotychczas form aktywizowania w zakresie ekonomii społecznej nie stosowano do osób w trakcie nauki.

Aktywizację zawodową i budowanie świadomości w zakresie ekonomii społecznej na szeroką skalę prowadzą aktualnie organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, ośrodki pomocy społecznej czy też urzędy pracy. Grupą docelową są osoby bezrobotne lub/i zagrożone wykluczeniem lub wykluczone społecznie. Wskazanie możliwości działalności w oparciu o sferę ekonomii społecznej odbywa się w stosunku do grup, gdzie nawarstwienie różnych problemów społecznych jest znaczne, co w wielu przypadkach uniemożliwia lub znaczenie utrudnia aktywizację takiej osoby. W zgodnej opinii ekspertów, edukację i promowanie działalności w sferze ekonomii społecznej należy rozpocząć na wcześniejszym etapie. Wskazana w projekcie grupa docelowa tj. uczniowie szkół ponadgimnazjalnych, nie byli do tej pory w kręgu zainteresowania. Szkoła pomija całkowicie wycinek rzeczywistości gospodarczej, jakim jest sfera ekonomii społecznej. Innowacyjnym zatem jest, już na etapie szkoły ponadgimnazjalnej, dotarcie do uczniów i wskazanie im tej możliwej drogi rozwoju i aktywności dla siebie lub rodziny. Ważnym aspektem jest również promowanie aktywności społecznej w III sektorze i wolontariatu, jako niezbędnego elementu budowy społeczeństwa obywatelskiego. Społeczeństwo polskie, uznaje się za mało obywatelskie, gdzie mieszkańcy nie wykazują aktywności na polu działalności społecznej. Zapóźnienia w tym względzie wynikają z zaszczości poprzedniego systemu. Z tej przyczyny, tych wartości, nie są w stanie przekazać dzieciom rodzice. Rolę tą powinna więc przejąć szkoła. Te postawy w proponowanym programie nauczania są też promowane i rozwijane poprzez wskazanie uczniom całej, szeroko rozumianej, sfery ekonomii społecznej, jako również zbiór postaw i wartości.

Wartość dodana przejawia się w pobudzeniu u uczniów inicjatyw wolontariackich i społecznych oraz daniu okazji do osobistego doświadczenia wypracowania korzyści innych niż finansowe, które mogą być źródłem osobistej satysfakcji i rozwoju wewnętrznego.

Ponadto wypracowane produkty posiadają wysoką aplikacyjność w innych regionach Polski. Opracowane produkty oparte są o centralne, obowiązujące w całym kraju, przepisy oświatowe, nie ma więc przeszkód w zastosowaniu produktów w innych województwach.

Wartością dodaną produktów jest też ich uniwersalność i możliwość zastosowania (elementów tj. ćwiczenia czy film) podczas innych zajęć i pracy z uczniami np. w praktyce nauczania nowego przedmiotu „Ekonomia w praktyce”, WOS, czy też podczas dodatkowych zajęć i kół zainteresowań.

Komu służy, kto będzie mógł ją wykorzystywać w przyszłości (grupy docelowe)?

Grupa docelowa projektu występuje w 2 wymiarach: użytkownicy i odbiorcy. Użytkownikami wypracowanych narzędzi będą nauczyciele na terenie województwa lubelskiego nauczający przedmiotu „Podstawy Przedsiębiorczości”. Według danych Centrum Informatyzacji Edukacji wg SIO na dzień 30/09/2009 w LO, LO profilowanych, technikach i

ZSZ w województwie lubelskim było zatrudnionych łącznie w 588 szkołach - 4101 nauczycieli. Według danych z Raportu Centralnego Ośrodka Doskonalenia Nauczycieli według SIO w 06.2009 w województwie lubelskim wśród 40895 nauczycieli było 32434 kobiet, co stanowiło 79,3% i 8461 mężczyzn (20,7%). Wobec braku szczegółowych danych przyjęto, że w szkołach ponadgimnazjalnych ta tendencja została zachowana i odzwierciedla dane ogólne dotyczące zawodu nauczyciela w województwie lubelskim. W związku z brakiem szczegółowych danych, dotyczących liczby nauczycieli nauczających przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” w szkołach ponadgimnazjalnych w województwie lubelskim przyjęto, że w każdej ze szkół ponadgimnazjalnych, 1 nauczyciel naucza przedsiębiorczości – łącznie ok. 588 nauczycieli.

W wymiarze docelowym z wypracowanych narzędzi korzystać będzie 588 jednostek edukacji ponadgimnazjalnej i nauczycieli, nauczających w nich przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości”.

W testowaniu i ocenie produktu udział weźmie grupa 20 nauczycieli (ok. 3,4%) (w tym 16 K) z województwa lubelskiego (79% kobiet, co odwzorowuje ogólną tendencję reprezentacji kobiet w populacji nauczycieli). Będą to nauczyciele spośród reprezentatywnej grupy 20 szkół ponadgimnazjalnych (LO, LO profilowanych, techników, ZSZ), wybranych z terenu województwa lubelskiego do uczestnictwa w testowaniu produktów.

W wymiarze włączania i upowszechniania – obejmie użytkowników, którym produkt finalny zostanie udostępniony zarówno poprzez publikację na stronie www projektu, jak również podczas serii 20 spotkań seminaryjno – warsztatowych i jednej konferencji wojewódzkiej. Planowana liczba uczestników konferencji 150 osób, oraz 600 uczestników spotkań. W konferencjach i spotkaniach wezmą udział nauczyciele, dyrektorzy szkół, przedstawiciele jednostek doskonalenia nauczycieli, pracownicy starostw powiatowych, kuratorium, przedstawiciele podmiotów ES. Ponadto produkty zostaną przesłane do 808 podmiotów tj. wszystkie szkoły ponadgimnazjalne z terenu województwa lubelskiego, uczelnie wyższe, starostwa i jednostki doskonalenia nauczycieli oraz MEN.

Odbiorcami narzędzi będą uczniowie szkół ponadgimnazjalnych (LO, LO profilowane, technika, ZSZ) z terenu województwa lubelskiego. Wg danych z Raportu Centrum Ośrodków Doskonalenia Nauczycieli wg SIO w 06.2009 w województwie lubelskim było 91 049 uczniów szkół ponadgimnazjalnych (LO, LO profilowanych, techników, ZSZ), w tym 43 393 kobiet (47,6 % ogółu), przy czym w ostatnich klasach szkół ponadgimnazjalnych uczy się 27 896,92 uczniów, a udział kobiet odzwierciedla udział ogólny czyli około 13 295 kobiet.

W wymiarze docelowym i upowszechniania wszyscy uczniowie ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych w województwie lubelskim będą mogli skorzystać z wypracowanych narzędzi, gdyż zostaną one powszechnie udostępnione do wykorzystania.

W wymiarze testowania narzędzi będzie uczestniczyło 400 uczniów (191 K, 209 M) szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa lubelskiego (47,6 % K), uczących się w reprezentatywnej liczbie 20 szkół z województwa lubelskiego wybranych do testowania narzędzia, przy założeniu, że testy przeprowadzimy na 1 klasie w wybranej szkole i liczyć ona będzie 20 uczniów.

Udział w projekcie, na etapie jego przygotowania i realizacji, przedstawicieli grup docelowych zapewniony został poprzez:

- udział użytkowników (nauczycieli) jako członków zespołów ekspertów, w opracowaniu produktów
- udział użytkowników i odbiorców (nauczycieli i uczniów) w testowaniu produktu i opracowywaniu jego ostatecznego kształtu
- udział użytkowników (nauczycieli) w działaniach upowszechniających – adresaci przesyłek produktów, uczestnicy seminariów i konferencji

Jakie warunki muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie?

Podstawowym warunkiem, który musi zostać spełniony, jest powodzenie rekrutacji szkół do projektu, w okresie maj – sierpień 2012. Z uwagi na konieczność zapewnienia możliwie szerokiej reprezentacji uczniów do testowania narzędzi zdecydowano się na testowanie produktów w całym województwie poprzez skierowanie do losowo wybranych 250 szkół w województwie imiennych zaproszeń do udziału w projekcie. Dobór szkół będzie polegał na kolejności zgłoszeń przy założeniu: minimum 25 % danego typu szkół tzn. min. 25 % LO i Techników lub minimum 25 % ZSZ. Pomimo wysłania osobistych zaproszeń, informacja na temat naboru szkół do projektu będzie również wysłana drogą mailową do wszystkich szkół, a także zamieszczona na stronie internetowej. W związku z powyższym do programu będą mogły się zgłosić także szkoły, które nie otrzymały wcześniejszego imiennego zaproszenia. O przyjęciu szkoły do programu decydowała będzie kolejność zgłoszeń. Dyrektorzy wytypowanych placówek wyznaczają klasy i nauczycieli, którzy wezmą udział w projekcie. Limit miejsc dla danej szkoły to 1 klasa, 1 nauczyciel i średnio 20 uczniów. Testowanie programu może się odbyć w klasie, w której przedmiot „Podstawy Przedsiębiorczości” realizowany jest w ostatnim roku nauki. W przypadku wystąpienia wolnych limitów będą one przydzielane według kolejności zgłoszeń do projektu. Do udziału młodzieży w projekcie uzyskana będzie zgoda rodziców/opiekunów ucznia (w przypadku uczniów niepełnoletnich).

Kolejnym ważnym etapem będzie przeprowadzenie szkoleń dla 20 nauczycieli z zakresu ekonomii społecznej i zastosowania produktów wraz z lekcją pokazową. Planowany termin przeprowadzenia szkoleń to sierpień/wrzesień 2012. Szkolenia planowane są łącznie na 16 godzin dla 1 grupy (2 grupy po średnio 10 osób w grupie). Zasadniczą tematyką szkoleń będzie przekazanie wiedzy na temat ekonomii społecznej, a także przedstawienie produktów oraz ich zastosowania w praktyce. Nauczyciele zostaną także zapoznani z metodami monitoringu i ewaluacji projektu i narzędzi oraz wymaganiami dotyczącymi raportowania postępów prac z produktami.

W dalszej kolejności konieczne będzie sprawne przeprowadzenie procesu testowania. W proponowanych programach nauczania, zawarte są sugestie korzystania przez nauczycieli z pomocy dydaktycznych tj.:

- rzutniki multimedialne,
- tablice interaktywne,
- odtwarzacz DVD,
- sala komputerowa i Internet.

Proponowane metody mają za zadanie uatrakcyjnić przekaz i uaktywnić ucznia. Ich stosowanie nie jest jednak obligatoryjne i wymagane do prawidłowego zastosowania produktów. Aktualnie szkoły bardzo rozwinęły zasoby posiadanego sprzętu, pomocy interaktywnych i audio-wizualnych, w związku z powyższym, w zdecydowanej większości przypadków, do proponowanych narzędzi, w szkołach dostęp jest stały. Częściowy brak dostępu do w/w środków nie zakłuci przebiegu testu i zastosowania produktów.

W zastosowaniu produktów nie występują przeszkody prawne. O przyjęciu danego programu do nauczania decyduje nauczyciel danego przedmiotu, po uzyskaniu zgody dyrektora placówki. W gestii dyrektora placówki jest ocena czy proponowany program nauczania jest zgodny z obowiązującą podstawą programową. Program nauczania został opracowany m.in. przez ekspertów z dziedziny edukacji oraz praktyków nauczania przedmiotu i jest zgodny z obowiązującą podstawą programową i może być dopuszczony do użytku szkolnego. W kwestii doboru pozostałych pomocy dydaktycznych, nauczyciel przedmiotu ma pełną dowolność.

W przypadku powodzenia fazy testowania i opracowania finalnej wersji produktu, przeprowadzenie skutecznego procesu upowszechniania zapewni powszechne zastosowanie innowacji.

Różnice w stosunku do wniosku o dofinansowanie - zaproponowano zmianę w terminie rekrutacji szkół do projektu. Uprzednio, rekrutacja planowana była po przewidywanym okresie zatwierdzenia strategii w czasie lipiec – sierpień 2012 r. Wnioskodawca proponuje przyspieszenie procesu i realizację procesu od maja 2012 roku. W okresie oczekiwania na zatwierdzenie Strategii, rekrutacja prowadzona będzie warunkowo, o czym szkoły zostaną poinformowane. Wydatki ponoszone będą na ryzyko Wnioskodawcy.

Jakie efekty może przynieść zastosowanie innowacji?

Przewidywane korzyści zastosowania innowacyjnych produktów to:

- zwiększenie wiedzy i umiejętności uczniów w zakresie ekonomii społecznej,
- zwiększenie wiedzy i kwalifikacji nauczycieli w zakresie ekonomii społecznej,
- poznanie praktycznych aspektów działania przedsiębiorstw społecznych uczniów,
- zwiększenie zainteresowania uczniów do kontynuacji edukacji i podejmowania działań w zakresie ekonomii społecznej,
- przełamanie stereotypów i ignorancji w zakresie ekonomii społecznej u nauczycieli i uczniów,
- podniesienie wiedzy, a przez to samooceny i pewności siebie u uczniów,
- ukształtowanie postaw przedsiębiorczych u uczniów,
- podniesienie świadomości na temat konieczności edukacji młodzieży w zakresie ekonomii społecznej.

Zdecydowaną zaletą proponowanych narzędzi jest niewielki koszt ich wprowadzenia oraz prostota wykorzystania przy minimalnych nakładach. Właściwie wszystkie produkty mogą być rozpowszechniane i stosowane w wersji elektronicznej, bez konieczności wydruku. Zaleca się tylko w przypadku zeszytu ćwiczeń dla uczniów, wydrukowanie ich w wersji papierowej. Szacowany koszt druku jednego egzemplarza to około 10 – 15 zł, w zależności od nakładu.

Zaniechanie wprowadzenia innowacji spowoduje utrzymanie się obecnego stanu rzeczy, gdzie wiedza na temat ekonomii społecznej zdobywana jest dopiero w życiu dorosłym. Jak możemy doskonale zaobserwować, aktualnie przeznaczane środki na aktywizację zawodową w zakresie ekonomii społecznej są bardzo duże, a efekty są niewielkie. Wynika to z faktu absorbowania znacznej ilości środków na kampanie informacyjne i budowanie świadomości. Zmiana tego podejścia i przeniesienie tych ciężarów na szkołę, spowoduje kompleksowe rozwiązanie problemu w zakresie braku wiedzy i świadomości odnośnie obszaru ekonomii społecznej. Przyczyni się do budowania postaw przedsiębiorczych, aktywizacji na polu wolontariatu i budowania społeczeństwa obywatelskiego. W przypadku powszechnego wprowadzenia innowacji, unikamy wielu niepotrzebnych, aktualnie ponoszonych kosztów finansowych i społecznych oraz zyskujemy, bezcenny kapitał intelektualny w kierunku świadomego i aktywnego społeczeństwa obywatelskiego.

Jakie elementy obejmować będzie innowacja?

Produkt finalny to nowatorska metoda aktywizowania osób, już w trakcie nauki, w zakresie ekonomii społecznej. Polega na dostarczeniu solidnej, trwałej i aktualnej wiedzy o ekonomii społecznej uczniom szkół ponadgimnazjalnych. Okazją do tego są lekcje przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości”, które aktualnie całkowicie pomijają tę sferę działalności człowieka. Zintegrowanym w programie jest system kształtowania postaw tj. przedsiębiorczość, samoocena i pewność siebie, przełamywania stereotypów i ignorancji w zakresie sfery ekonomii społecznej oraz motywowania i pobudzania u uczniów inicjatyw wolontariackich i społecznych.

Na opracowaną metodę składa się więc kompletna koncepcja prowadzenia zajęć przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” wraz z wszelkimi środkami dydaktycznymi niezbędnymi do jej realizacji oraz etap przygotowania nauczycieli.

Produkty finalne to:

- Produkt nr 1a – Innowacyjny program nauczania przedsiębiorczości, uwzględniający podstawowe zagadnienia ekonomii społecznej w liceum ogólnokształcącym i technikum;
- Produkt nr 1b – Innowacyjny program nauczania przedsiębiorczości, uwzględniający podstawowe zagadnienia ekonomii społecznej w zasadniczej szkole zawodowej;
- Produkt nr 2 – Poradnik metodyczny dla nauczyciela przedsiębiorczości – skrypt dla nauczyciela;
- Produkt nr 3a – Zeszyt ćwiczeń dla uczniów liceum ogólnokształcącego i technikum;
- Produkt nr 3b – Zeszyt ćwiczeń dla uczniów zasadniczej szkoły zawodowej;
- Produkt nr 4 – Film dydaktyczny – Ekonomia Społeczna;
- Produkt nr 5 – Program szkolenia dla nauczycieli przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” – Ekonomia społeczna w przedsiębiorczości.

Wstępne wersje produktów finalnych proponowanych do poddania testowaniu zawierają:

Produkt 1 a, b: Dokument „Innowacyjny program nauczania przedsiębiorczości...” zawierający:

1. Ogólne założenia programu;
2. Cele kształcenia ogólnego;
3. Cele ogólne kształcenia w zakresie podstaw przedsiębiorczości;
4. Opis założonych osiągnięć uczniów i treści programowe;
5. Sposoby osiągania celów;
6. Metody sprawdzania osiągnięć ucznia;
7. Kryteria oceny;
8. Literatura i źródła informacji;

Na etapie testowania produkt zostanie dostarczony nauczycielom podczas szkoleń w postaci wydrukowanego dokumentu oraz w wersji elektronicznej na pendrivie. Na etapie upowszechniania produkt finalny będzie udostępniany w formie publikacji oraz w wersji elektronicznej poprzez stronę www.

Produkt nr 2 – Poradnik metodyczny dla nauczyciela przedsiębiorczości – skrypt dla nauczyciela zawierający opracowanie tematów t.j:

1. Rola i znaczenie ekonomii społecznej w przygotowaniu ucznia do funkcjonowania w realiach gospodarki opartej na wiedzy.



2. Podstawowe zagadnienia ekonomii społecznej.
3. Sposoby osiągania celów.
 - Istota kierowania procesem uczenia się uczniów;
 - Formy pracy z uczniem;
 - Najczęściej stosowane metody aktywizujące uczniów w trakcie procesu nauczania.
4. Proponowane rozwiązania metodyczne i zakres merytoryczny poszczególnych jednostek metodycznych – szczegółowe scenariusze zajęć (lekcji)
 - Obszar I - Komunikacja i podejmowanie decyzji;
 - Obszar II – Gospodarka i przedsiębiorstwo;
 - Obszar III – Planowanie i kariera zawodowa;
 - Obszar IV - Zasady etyczne.
5. Podsumowanie.
6. Literatura i inne źródła informacji.

Na etapie testowania produkt zostanie dostarczony nauczycielom podczas szkoleń w postaci wydrukowanego dokumentu oraz w wersji elektronicznej na pendrivie. Na etapie upowszechniania produkt finalny będzie udostępniany w formie publikacji oraz w wersji elektronicznej poprzez stronę www.

Produkt nr 3a i b: Zeszyty ćwiczeń zawierające następujące tematy:

Obszar I - Komunikacja i podejmowanie decyzji

- Lekcja 1: Umiejętności interpersonalne
- Lekcja 2: Rola komunikacji interpersonalnej w kontaktach międzyludzkich
- Lekcja 3: Bariery komunikacji interpersonalnej
- Lekcja 4: Komunikacja niewerbalna
- Lekcja 5: Asertywność.
- Lekcja 6: Prawa asertywność, mówienie „nie”
- Lekcja 7: Konflikty w zespole
- Lekcja 8: Jak negocjować?
- Lekcja 9: Rozwój człowieka
- Lekcja 10: Potrzeby, motywacja - co motywuje człowieka
- Lekcja 11: Procesy w grupie, role grupowe i społeczne
- Lekcja 12: Podejmowanie decyzji

Obszar II - Gospodarka i przedsiębiorstwo

- Lekcja 1: Otoczenie przedsiębiorstwa
- Lekcja 2: Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw
- Lekcja 3-4: Działalność przedsiębiorstw
- Lekcja 5-6: Zakładanie przedsiębiorstwa - procedury i wymagania
- Lekcja 7: Projektuję przedsiębiorstwo - BIZNES PLAN
- Lekcja 8: Realizacja projektu związanego z zakładaniem przedsiębiorstwa
- Lekcja 9: Społeczne i ekonomiczne cele gospodarowania
- Lekcja 10: Czynniki wytwórcze i ich znaczenie dla gospodarki
- Lekcja 11: Popyt i podaż podstawowymi determinantami gospodarki.
Mechanizm rynkowy
- Lekcja 12: Podstawowe cechy, funkcje i rodzaje rynków
- Lekcja 13: Rola pieniądza w gospodarce
- Lekcja 14: Transformacja gospodarki Polski po 1989 roku
- Lekcja 15: Test sprawdzający wiedzę i umiejętności z tematów
- Lekcja 16: Instytucje rynkowe i ich rola w gospodarce

- Lekcja 17: System emerytalny w Polsce
- Lekcja 18: Ubezpieczenia: instytucje ubezpieczeniowe oraz fundusze emerytalne
- Lekcja 19: Ekonomiczny wymiar funkcjonowania państwa.
- Przyczyny i narzędzia oddziaływania państwa na gospodarkę
- Lekcja 20: Mierniki wzrostu gospodarczego
- Lekcja 21: Źródła dochodów i rodzaje wydatków państwa
- Lekcja 22: Wpływ deficytu budżetowego i długu publicznego na gospodarkę
- Lekcja 23: Narzędzia polityki pieniężnej
- Lekcja 24: Inflacja. Zjawiska recesji i dobrej koniunktury w gospodarce
- Lekcja 25: Wpływ kursu waluty na gospodarkę i handel zagraniczny
- Lekcja 26: Tendencje zmian w gospodarce oświata i Polski
- Lekcja 27: Globalizacja
- Lekcja 28: Kredyty a lokaty. Co się bardziej opłaca?
- Lekcja 29: Mechanizm funkcjonowania giełdy papierów wartościowych.
- Wskaźniki giełdowe i ich waga w podejmowaniu decyzji dotyczących inwestowania w giełdzie
- Lekcja 30: Charakterystyka różnych rodzajów papierów wartościowych
- Lekcja 31: Formy inwestowania kapitału
- Lekcja 32: Test sprawdzający wiedzę i umiejętności (z tematów 16-31)

Obszar III - Planowanie i kariera zawodowa 181

- Lekcja 1: Charakterystyka osób odnoszących sukcesy
- Lekcja 2: Czy jestem przedsiębiorczy?
- Lekcja 3: Gdzie mogę znaleźć pracę?
- Lekcja 4-5: Czym mogę zaimponować pracodawcy?
- Lekcja 6: Sposoby i podstawy prawne zatrudniania pracowników
- Lekcja 7: Wynagrodzenie za pracę
- Lekcja 8: Istota i znaczenie planowania. Planowanie własnych działań
- Lekcja 9: Planowanie ścieżki własnej kariery
- Lekcja 10: Czy znam swoje prawa jako konsument i podejmuje właściwe decyzje?
- Lekcja 11: Bezrobocie

Obszar IV - Zasady etyczne

- Lekcja 1: Etyka na co dzień
- Lekcja 2: Etyka w biznesie
- Lekcja 3: Etyka w przedsiębiorstwie
- Lekcja 4: Etyka w państwie
- Lekcja 5: Etyka w odniesieniu do wartości niematerialnej
- Lekcja 6: Etyka jaką znam. Podsumowanie wiadomości z zakresu etyki

Uczniowie oraz nauczyciele podczas testu otrzymają zeszyty ćwiczeń w formie drukowanej. Na etapie upowszechniania produkt finalny będzie udostępniany w formie publikacji oraz w wersji elektronicznej poprzez stronę www.

Program nauczania oraz treści lekcji dostosowane zostały do nowej podstawy programowej, obowiązującej w szkołach ponadgimnazjalnych od roku 2012 oraz przepisów w zakresie planów nauczania z dnia 7 lutego 2012 r. (ROZPORZĄDZENIE MINISTRA EDUKACJI NARODOWEJ z dnia 7 lutego 2012 r. w sprawie ramowych planów nauczania w szkołach publicznych).

Według nowych przepisów zakres podstawy programowej i wymiar godzinowy lekcji przedmiotu „Podstawy Przedsiębiorczości” dla LO, Technikum i ZSZ jest identyczny. Mając na uwadze jednak różnice występujące w organizacji i przebiegu procesu kształcenia na poziomie

LO, Technikum i ZSZ, autorzy dokonali rozróżnienia na poziomie treści, metod i środków nauczania oraz wymagań, zarówno programów nauczania, scenariuszy lekcji, jak również proponowanych ćwiczeń. Dlatego też produkty nr 1 i 3 zostały opracowane w 2 wariantach. Produkt nr 2 Poradnik metodyczny dla nauczyciela przedsiębiorczości – skrypt dla nauczyciela, zawiera 2 warianty, jako jeden dokument.

Produkt nr 4 - Film dydaktyczny – Ekonomia Społeczna.

Stanowi pomoc dydaktyczną dla nauczyciela przedmiotu. Dzięki ciekawemu i nowoczesnemu ujęciu tematu uzyskujemy wiedzę stopniowo, w działaniu i w dialogu. Czasem niejako przy okazji i w sposób humorystyczny. Poznajemy też metody docierania do tej wiedzy i przekazywania jej. Informacje te są podane w różny sposób, od definicji, do wykresów i filmów, w tym rozmów z osobami zaangażowanymi w ekonomię społeczną i ich działaniami. Film mówi językiem młodego człowieka, oraz komunikuje się z nim za pomocą przekazu multimedialnego – naturalnego środka komunikacji młodego człowieka. Ma za zadanie w sposób interesujący, a jednocześnie lekki i przyjemny zainteresować ucznia tematem ekonomii społecznej. Stanowi istotny element trwałości projektu, gdyż dzięki takiemu środkowi przekazu, uczniowie mają szansę zobaczyć przykłady podmiotów ekonomii społecznej, jeśli np. z powodów organizacyjnych czy finansowych, nie będzie możliwe odbycie wizyty studyjnej w podmiocie ekonomii społecznej.

Na etapie testowania produkt zostanie dostarczony nauczycielom podczas szkoleń w postaci płyty DVD. Na etapie upowszechniania produkt finalny będzie udostępniany w formie płyty DVD oraz w wersji elektronicznej poprzez stronę www.

Produkt nr 5 – Dokument - Program szkolenia dla nauczycieli przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” – Ekonomia społeczna w przedsiębiorczości, zawiera:

- 1) Założenia organizacyjne szkolenia.
- 2) Cele szkolenia.
- 3) Program szkolenia obejmujący moduły:
 - a. Rola i znaczenie ekonomii społecznej w przygotowaniu ucznia do funkcjonowania w realiach gospodarki opartej na wiedzy
 - Moduł organizacyjno-integracyjny
 - Ekonomia społeczna i jej rola na współczesnym rynku pracy
 - Rodzaje podmiotów ekonomii społecznej i przedmiot ich działalności
 - Diagnoza lokalna i partnerstwo lokalne wsparciem działań sektora ekonomii społecznej na rynku pracy
 - b. Warsztat pracy nauczyciela – wybrane zagadnienia programu nauczania przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości”
 - Komunikacja i podejmowanie decyzji – wybrane zagadnienia
 - Zasady Etyczne – wybrane zagadnienia
 - Planowanie i kariera zawodowa – wybrane zagadnienia
 - Gospodarka i przedsiębiorstwo – wybrane zagadnienia
 - Lekcja pokazowa na temat: Otoczenie przedsiębiorstwa
 - Podsumowanie
- 4) Scenariusz szkolenia.
- 5) Załączniki.

Wstępną wersję produktu trenerzy szkoleń otrzymają w postaci wydrukowanej oraz w wersji elektronicznej. Uczestnicy szkoleń otrzymają materiały w postaci:

- Autorskie materiały szkoleniowe opracowane przez trenerów/ ekspertów, prowadzących szkolenie;
- Pozycja książkowa;
- Pendrive z załączonymi prezentacjami multimedialnymi wykorzystywanymi przez trenerów podczas realizacji szkoleń;
- Segregator i inne materiały.

Na etapie upowszechniania produkt finalny będzie udostępniany w formie publikacji oraz w wersji elektronicznej poprzez stronę www.

IV. Plan działania w procesie testowania produktu

Podejście do doboru grup użytkowników i odbiorców, którzy wezmą udział w testowaniu

Projektodawca planuje przeprowadzić testy produktów na niewielkiej grupie w stosunku do potencjalnych użytkowników i odbiorców proponowanych produktów. W wymiarze docelowym narzędzia przeznaczone będą dla wszystkich zainteresowanych z terenu województwa lubelskiego.

Grupę testową stanowią:

- użytkownicy – nauczyciele przedmiotu „Podstawy Przedsiębiorczości” w liceach ogólnokształcących, technikach i zasadniczych szkołach zawodowych z terenu województwa lubelskiego,
- odbiorcy – uczniowie ostatnich klas szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa lubelskiego.

W testowaniu i ocenie produktu udział weźmie grupa 20 nauczycieli (ok. 3,4%) (w tym 16 K) z województwa lubelskiego (79% kobiet, co odwzorowuje ogólną tendencję reprezentacji kobiet w populacji nauczycieli). Będą to nauczyciele spośród reprezentatywnej grupy 20 szkół ponadgimnazjalnych (LO, LO profilowanych, techników, ZSZ), wybranych z terenu województwa lubelskiego do uczestnictwa w testowaniu produktów.

W testowaniu produktów będzie uczestniczyło 400 uczniów (191 K, 209 M) szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa lubelskiego (47,6 % K), uczących się, w reprezentatywnej liczbie 20 szkół z województwie lubelskim, wybranych do testowania narzędzia, przy założeniu, że testy przeprowadzimy na 1 klasie w wybranej szkole i liczyć ona będzie 20 uczniów.

Z uwagi na konieczność zapewnienia możliwie szerokiej reprezentacji uczniów do testowania produktów, zdecydowano się na testowanie produktów w całym województwie poprzez skierowanie do losowo wybranych 250 szkół w województwie imiennych zaproszeń do udziału w projekcie. Dobór szkół będzie polegał na kolejności zgłoszeń przy założeniu: minimum 25 % danego typu szkół tzn. min. 25 % LO i Techników lub minimum 25 % ZSZ. Pomimo wysłania osobistych zaproszeń, informacja na temat naboru szkół do projektu będzie również wysłana drogą mailową do wszystkich szkół, a także zamieszczona na stronie internetowej. W związku z powyższym do programu będą mogły się zgłosić także szkoły, które nie otrzymały wcześniejszego imiennego zaproszenia. O przyjęciu szkoły do programu decydować będzie kolejność zgłoszeń. Dyrektorzy wytypowanych placówek wyznaczą klasy i nauczycieli, którzy wezmą udział w projekcie. Limit miejsc dla danej szkoły to 1 klasa, 1 nauczycieli i średnio 20 uczniów. Testowanie programu może się odbyć w klasie, w której przedmiot „Podstawy przedsiębiorczości” realizowany jest w ostatnim roku nauki. W przypadku wystąpienia wolnych limitów będą one przydzielane według kolejności zgłoszeń do projektu. Do udziału młodzieży w projekcie uzyskana będzie zgoda rodziców/opiekunów ucznia (w przypadku uczniów niepełnoletnich).

Za proces rekrutacji szkół do projektu odpowiedzialny będzie zespół projektowy w składzie Kierownik Projektu, Specjalista ds. Rekrutacji, Specjalista ds. Marketingu i Promocji.

Zapewnienie udziału grup docelowych przez cały okres testowania narzędzi będzie opierało się na zobowiązaniu podpisanym przez Dyrektora każdej szkoły (na etapie zgłoszenia) do udziału szkoły, wytypowanych nauczycieli i uczniów w proces testowania. Przewidziano także dodatkowe środki motywujące tzn. dla uczniów zestawy atrakcyjnych materiałów promocyjnych (segregator, notatnik, długopis, gadżet promocyjny), a dla nauczycieli wynagrodzenie za przygotowanie własne do testowania metody oraz bieżące monitorowanie i raportowanie postępów z wdrażania narzędzi. Dodatkowym środkiem zapewnienia udziału w projekcie nauczycieli i klas uczniowskich, jest szkolenie nauczycieli z metody (przekazanie wiedzy i umiejętności) oraz zapewnienie wsparcia doradczego na etapie testowania produktów w wymiarze 3 godziny dla nauczyciela. Projekt przewiduje również praktyczne ukazanie uczniom i nauczycielom wybranych podmiotów ekonomii społecznej poprzez zorganizowanie wizyty studyjnej. Zagwarantuje to pełne przetestowanie metody i jej efektów.

Opis przebiegu testowania

Testowanie narzędzi będzie przebiegało według następującej sekwencji działań:

1) rekrutacja szkół, nauczycieli i uczniów do udziału w projekcie

Rekrutacji szkół do projektu, w okresie maj – sierpień 2012. Elementami rekrutacji będzie wysyłka zaproszeń pocztą do 250 szkół z terenu województwa lubelskiego oraz informacja na temat naboru szkół do projektu będzie również wysłana drogą mailową do wszystkich szkół, a także zamieszczona na stronie internetowej.

2) szkolenia nauczycieli z wykorzystania produktów – szkolenia w wymiarze 16 godzin dla 20 nauczycieli w 2 grupach.

Szkolenia odbędą się w terminie VIII – IX 2012 roku w systemie weekendowym – jeden zjazd. Program szkolenia obejmuje przybliżenie tematyki ekonomii społecznej, a także prezentację opracowanych produktów w tym proponowanych metod nauczania wraz z lekcją pokazową.

3) zastosowanie w praktyce nauczania przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” przygotowanych produktów oraz bieżący monitoring i raportowanie przez nauczycieli postępów pracy z narzędziami.

Test produktów planowany jest do realizacji w okresie IV kwartał 2012 – III kwartał 2013 r. Test obejmie:

- przeprowadzenie przez nauczycieli lekcji przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” w oparciu o opracowany innowacyjny program nauczania,
- zastosowanie w praktyce nauczania opracowanych pomocy dydaktycznych,
- wizyta studyjna klas uczniowskich w podmiotach ekonomii społecznej,
- bieżący monitoring wdrażania metody w tym raportowanie przez nauczycieli postępów prac z narzędziami.

Charakterystyka materiałów, jakie otrzymają uczestnicy

Użytkownicy otrzymają:

- Produkt nr 1a - Innowacyjny program nauczania przedsiębiorczości, uwzględniający podstawowe zagadnienia ekonomii społecznej w liceum ogólnokształcącym i technikum w wersji drukowanej i elektronicznej,

- Produkt nr 1b - Innowacyjny program nauczania przedsiębiorczości, uwzględniający podstawowe zagadnienia ekonomii społecznej w zasadniczej szkole zawodowej w wersji drukowanej i elektronicznej,
- Produkt nr 2 - Poradnik metodyczny dla nauczyciela przedsiębiorczości – skrypt dla nauczyciela w wersji drukowanej i elektronicznej,
- Produkt nr 3a - Zeszyt ćwiczeń dla uczniów liceum ogólnokształcącego i technikum w wersji drukowanej i elektronicznej,
- Produkt nr 3b - Zeszyt ćwiczeń dla uczniów zasadniczej szkoły zawodowej w wersji drukowanej i elektronicznej,
- Produkt nr 4 - Film dydaktyczny – Ekonomia Społeczna – na płycie DVD
- Wzór raportu z testu dla nauczycieli w wersji wydruku oraz wersji elektronicznej wraz z wydrukami ankiet dla uczniów i nauczycieli.

Odbiorcy otrzymają:

- Zeszyt ćwiczeń dla uczniów liceum ogólnokształcącego i technikum w wersji drukowanej lub Zeszyt ćwiczeń dla uczniów zasadniczej szkoły zawodowej w wersji drukowanej,
- Zestaw materiałów promocyjnych (segregator, notatnik, długopis, gadżet promocyjny)

Informacje o planowanym sposobie monitorowania przebiegu testowania

Główną osobą odpowiedzialną za monitorowanie przebiegu testowania oraz opracowanie narzędzi monitoringu jest Specjalista ds. Monitoringu i Ewaluacji. Będzie on na bieżąco współpracował z Kierownikiem Projektu i Koordynatorem Merytorycznym w zakresie monitoringu postępów projektu. W zakresie merytorycznym produktów Specjalista ds. Monitoringu i Ewaluacji kierował się będzie wskazówkami ekspertów odpowiedzialnych za merytoryczną stronę produktów.

Monitorowanie przebiegu fazy testowania dokonane będzie na przygotowanych ankietach monitoringowych, które wypełniać będą zarówno uczniowie jak i nauczyciele. Głównym narzędziem monitoringu będzie bieżące (częstkowe) raportowanie przez nauczycieli postępów prac z wykorzystania produktów oraz raport główny zawierający całość materiału tzn. wszystkie przeprowadzone ankiety monitoringowe oraz zebrane uwagi, sugestie i opinie uczniów, jak również nauczyciela. Źródłem bieżącej informacji o wdrażaniu produktów będzie informacja zwrotna od doradców merytorycznych. Każdy z nauczycieli testujących metodę będzie miał możliwość korzystania z pomocy doradcy w zakresie wdrażania produktów. Informacja na temat problemów/trudności, z jakim zgłaszają się do doradcy nauczyciele, będzie także analizowana pod kątem ewentualnej modyfikacji, ulepszenia produktów. Wszelkie sygnały i informacje z monitoringu, wpływające od użytkowników i odbiorców będą analizowane i brane pod uwagę.

Wyniki bieżącego monitoringu analizował będzie Specjalista ds. Monitoringu i Ewaluacji i konsultował z zespołem ekspertów ds. konstrukcji produktów. Decyzje o wprowadzeniu zmian w samym sposobie testowania i produktach będzie podejmował Koordynator Merytoryczny w porozumieniu z Kierownikiem Projektu oraz zespołem ekspertów. Zakładamy możliwość wprowadzenia zmian w produktach już na etapie testowania, gdy w wyniku prowadzonego monitoringu i analiz, okażą się one niezbędne lub pożądane. Zmiany mogą dotyczyć każdego elementu produktów np. zakres czasowy realizacji poszczególnych obszarów tematycznych, doprecyzowania/uproszczenia treści lub np. poleceń do ćwiczeń, uaktualnienia informacji. W takim wypadku nastąpi modyfikacja wersji elektronicznej i udostępnienie użytkownikom i odbiorcom nowej wersji produktów w postaci

całościowego produktu w wersji elektronicznej i aneksu lub poprawionego zakresu w wersji papierowej.

Oprócz monitorowania efektów fazy testowania będzie prowadzony bieżący monitoring działań projektowych i jego prawidłowej realizacji pod względem rzeczowym i finansowym oraz w zakresie zgodności z budżetem i harmonogramem projektu.

V. Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa

Proponowana innowacja, jako działanie z definicji zagrożone brakiem osiągnięcia wymaganych efektów, wymaga rzetelnego testowania przed etapem szerszego upowszechniania i wdrożenia do polityki. Warunek powyższy zostanie spełniony poprzez wnikliwą ewaluację zewnętrzną i wewnętrzną produktu. Pozytywne wyniki tych procesów dadzą pewność, że proponowane narzędzie można wdrożyć na większą skalę.

Ewaluacja wewnętrzna dokonana zostanie przez zespół projektowy i obejmować będzie ewaluację zastosowania w praktyce nauczania przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” proponowanych produktów w wymiarze realizacji celu ogólnego i celów szczegółowych.

Monitoring i ewaluacja w fazie testowania obejmować będzie:

1) Ewaluację szkoleń dla nauczycieli z wykorzystania produktów:

- ocena przeprowadzonych szkoleń - źródła danych: kwestionariusz ankiety, listy obecności, dzienniki zajęć, karty pracy trenerów, raporty trenerów, test wiedzy, ankieta na temat postaw wobec ekonomii społecznej

Ocena dostarczy wiedzy, czy zaplanowane szkolenia dadzą nauczycielom wystarczającą wiedzę i umiejętności niezbędne do posługiwania się opracowanymi narzędziami. Poznanie stanu wejściowego nauczycieli, będącego bazą do oceny założonych wskaźników miękkich.

2) Ewaluację stosowania produktów – zestawu dydaktycznego wspomagającego nauczanie przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” składającego się z programu nauczania, poradnika metodycznego, zeszytu ćwiczeń i filmu dydaktycznego:

a) badanie opinii uczniów uczestniczących w zajęciach- źródła danych:

- Raport nauczyciela
- Ankieta na temat postaw
- Ankieta na temat umiejętności w zakresie ekonomii społecznej
- Ankieta na temat zainteresowania ekonomią społeczną
- Ankieta na temat postaw wobec ekonomii społecznej
- Test wiedzy na temat ekonomii społecznej
- Ankieta ewaluacyjna filmu dydaktycznego
- Ankieta ewaluacyjna zeszytu ćwiczeń dla uczniów

b) badanie opinii nauczycieli prowadzących zajęcia z uczniami źródła danych:

- Raport nauczyciela
- Ankieta na temat postaw wobec ekonomii społecznej
- Ankieta ewaluacyjna poradnika metodycznego dla nauczyciela przedsiębiorczości
- Ankieta ewaluacyjna zeszytu ćwiczeń dla uczniów liceum i technikum/ zeszytu ćwiczeń dla uczniów zasadniczych szkół zawodowych
- Ankieta ewaluacyjna innowacyjnego programu nauczania przedsiębiorczości uwzględniającego podstawowe zagadnienia ekonomii społecznej w liceum ogólnokształcącym i technikum/zasadniczych szkołach zawodowych

- Ankieta ewaluacyjna filmu dydaktycznego
- c) badanie sposobu przeprowadzenia zajęć - źródła danych: listy obecności na zajęciach, harmonogramy zajęć, raport nauczyciela

Badania mają za zadanie odpowiedzieć na pytanie na temat przydatności zastosowania narzędzia w praktyce nauczania przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” w aspekcie podniesienia wiedzy i świadomości uczniów w zakresie ekonomii społecznej oraz aktywizowania w zakresie ekonomii społecznej. Podstawowym narzędziem ewaluacji będzie raport nauczyciela z testowania produktu zawierający harmonogram zajęć, listy obecności uczniów, notatki i sprawozdania z każdej jednostki lekcyjnej oraz ogólne uwagi i spostrzeżenia nauczyciela i zebrane uwagi uczniów.

Ewaluacja zewnętrzna została zaplanowana na IV kwartał 2013 po zakończeniu testowania produktów w szkołach. Założenia i zagadnienia, na które ma odpowiedzieć ewaluacja zewnętrzna zostaną wypracowane w wyniku negocjacji i ustaleń z wybranym wykonawcą usługi. Z uwagi na fakt, że planowane wynagrodzenie ewaluatora zewnętrznego nie przekroczy kwoty 14 tys. Euro nie jest wymagane zastosowanie wyboru wykonawcy w oparciu o zasadę konkurencyjności. Wybór wykonawcy zostanie dokonany w oparciu o rozeznanie rynku zgodnie z zasadą efektywności ekonomicznej. Raport z ewaluacji zewnętrznej wykorzystany zostanie do ewentualnych modyfikacji i niezbędnych ulepszeń produktu finalnego.

W szczególności zadaniem ewaluacji zewnętrznej jest odpowiedź na pytania czy:

- przygotowane produkty i ich wdrożenie pozwoli na osiągnięcie celów projektu
- przygotowane produkty spełniają założenia pod względem merytorycznym i technicznym
- przygotowane produkty są bardziej przydatne i efektywne niż dotychczas stosowane.

Wyniki z ewaluacji zewnętrznej oraz wewnętrznej pozwolą zweryfikować efekty wprowadzenia innowacji. Efekty zastosowania innowacji zostaną uznane za wystarczające, jeżeli:

- nastąpi zwiększenie wiedzy i umiejętności 400 uczniów (191 K) w zakresie ekonomii społecznej
- nastąpi zwiększenie wiedzy i kwalifikacji 20 nauczycieli (16 K) w zakresie ekonomii społecznej
- 400 uczniów (191 K) pozna praktyczne aspekty działania przedsiębiorstw społecznych
- nastąpi zwiększenie zainteresowania 40% BO (76 K) do kontynuacji edukacji i podejmowania działań w zakresie ekonomii społecznej
- nastąpi przełamanie stereotypów i ignorancji w zakresie ekonomii społecznej u 20 nauczycieli (16 K) i 400 uczniów (191 K)
- wiedzę, a przez to samoocenę i pewność siebie podniesie 400 uczniów (191 K)
- ukształtowane zostaną postawy przedsiębiorcze u 400 uczniów (191 K)

Opisany sposób ewaluacji i monitoringu efektów projektu został rozszerzony i uszczegółowiony względem zapisów zawartych we wniosku o dofinansowanie.

VI. Strategia upowszechniania

Zaplanowane w projekcie działania upowszechniające i włączające są wielopłaszczyznowe oraz posiadają wiele cech wspólnych. Przede wszystkim ich celem jest

zapewnienie możliwie szerokiej informacji o projekcie i wypracowanych w jego ramach produktach wśród użytkowników i odbiorców proponowanych narzędzi tj. uczniów szkół ponadgimnazjalnych i nauczycieli przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” z województwa lubelskiego oraz instytucji odpowiedzialnych za proces dydaktyczny w szkołach i kształcenie nauczycieli tj. organy prowadzące, ośrodki doskonalenia nauczycieli, kuratoria oświaty, MEN, uczelnie wyższe itp.).

Grupy, do których skierowane będą działania upowszechniające

Działania upowszechniające w pierwszej kolejności będą skierowane do dyrektorów szkół (20 osób) i nauczycieli, którzy wezmą udział w testowaniu metody – 20 osób. O zastosowaniu innowacyjnych produktów w danej szkole decydują dyrektorzy i nauczyciele. W dalszej kolejności działania będą adresowane do pozostałych grup mogących mieć wpływ na wprowadzenie innowacji. Organy prowadzące szkoły mają głos w sprawach ewentualnego finansowania wdrożenia innowacji tzn. np. sfinansowania uczniom wyjazdu studyjnego do podmiotów ekonomii społecznej, wspieranie wolontariatu, zapewnienia szkolenia dla nauczycieli. Instytucje typu kuratoria oświaty, ośrodki doskonalenia nauczycieli mają znaczący głos w sprawie zachęcenia i polecenia stosowania narzędzi innym szkołom i nauczycielom. Wypracowane produkty ponadto zostaną przekazane wszystkim szkołom ponadgimnazjalnym w województwie (przesyłka pocztowa) więc każdy z nauczycieli przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” będzie miał dostęp do wypracowanych w ramach projektu produktów. Przesyłka zostanie także skierowana do jednostek doskonalenia nauczycieli, starostw MEN oraz szkół wyższych w województwie lubelskim – łącznie wysłanych zostanie 808 sztuk przesyłek. Elementem upowszechniania będzie wojewódzka konferencja (150 uczestników) skierowana do środowiska nauczycielskiego (także innych typów szkół gdyż widzimy możliwość szerszego stosowania produktów niż tylko na zajęciach z przedsiębiorczości), a także przedstawicieli organów prowadzących szkoły, ośrodków kształcenia nauczycieli, kuratoriów oświaty, uczelni wyższych itp. Ponadto ważnym elementem działań upowszechniających będzie organizacja 20 powiatowych spotkań seminaryjno – warsztatowych z udziałem pracowników starostw powiatowych, kuratorium, nauczycieli i podmiotów ekonomii społecznej (łącznie 600 uczestników).

Ponadto działania upowszechniające będą prowadzone poprzez stronę internetową, a także poprzez zainteresowanie tematem mediów oraz zamieszczanie informacji na portalach problemowych. Pozwoli to na zaangażowanie możliwie szerokiego grona odbiorców.

Plan działań upowszechniających

Działania upowszechniające będą prowadzone według następującej sekwencji działań i swoim zasięgiem obejmą wszystkie szkoły ponadgimnazjalne z terenu całego województwa lubelskiego:

- 1) upowszechnianie produktów w 20 szkołach, które będą brały udział w testowaniu produktów poprzez przekazanie kompletnych zestawów produktów uczniom i nauczycielom, organizację szkolenia dla nauczycieli i przekazanie informacji o wdrażanym projekcie rodzicom oraz całej społeczności szkoły. Elementami wspomagającymi ten proces będą plakaty oraz zestawy materiałów promocyjnych
- 2) upowszechnianie informacji o projekcie poprzez stronę internetową, gdzie zamieszczone będą także wersje finalne produktów
- 3) przygotowanie i udostępnienie przez stronę internetową projektu filmu dydaktycznego „Ekonomia Społeczna”, który ma również wymiar promujący obszar ekonomii społecznej

- 4) organizacja ogólnowojewódzkiej konferencji, w której udział weźmie 150 przedstawicieli środowiska nauczycielskiego, a także reprezentanci organów prowadzących szkoły, ośrodków kształcenia nauczycieli, kuratoriów oświaty, uczelni wyższych itp. Uczestnicy w przekazanych materiałach m.in. otrzymają kompletne zestawy opracowanych produktów finalnych.
- 5) organizacja 20 powiatowych spotkań seminaryjno – warsztatowych z udziałem pracowników starostw powiatowych, kuratorium, nauczycieli i podmiotów ekonomii społecznej (łącznie 600 uczestników)
- 6) przesłanie do wszystkich szkół ponadgimnazjalnych opracowanych produktów finalnych. Przesyłka zostanie także skierowana do jednostek doskonalenia nauczycieli, starostw MEN oraz szkół wyższych w województwie lubelskim – łącznie wysłanych zostanie 808 sztuk przesylek.
- 7) kampania medialna upowszechniająca (zarówno emisja płatnych artykułów sponsorowanych - 6 emisji, jak również próba zainteresowania mediów tematyką) – będzie miała na celu propagowanie informacji o istnieniu produktów, zarówno wśród użytkowników, jak i odbiorców.

Wszystkie wyżej wymienione aktywności i działania dają pewność powszechności i ogólnowojewódzkiego charakteru procesu. Z pełną odpowiedzialnością możemy powiedzieć, że z informacją o projekcie i opracowanych innowacyjnych produktach dotrzemy do wszystkich najbardziej zainteresowanych tzn. wszystkich szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa lubelskiego.

VI. Strategia włączania do głównego nurtu polityki

Cel działań włączających produkt do głównego nurtu polityki

Wnioskodawca ma ambicję włączyć do głównego nurtu polityki wszystkie wypracowane w ramach projektu produkty tzn. kompletną koncepcję prowadzenia zajęć przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” wraz z wszelkimi środkami dydaktycznymi niezbędnymi do jej realizacji. Celem działań włączających do głównego nurtu polityki jest uzyskanie stanu, w którym wypracowane produkty byłyby szerzej stosowane. Środkiem prowadzącym do tego celu jest uświadomienie grupom docelowym oraz interesariuszom projektu w szczególności decydującym, korzyści płynących z wykorzystania wypracowanych narzędzi.

Zadanie będzie zrealizowane poprzez udostępnienie wypracowanych produktów wszystkim zainteresowanym, zamieszczenie ich na stronie projektu, promocję na konferencji wojewódzkiej oraz serii spotkań seminaryjno – warsztatowych. Celem działań będzie zainteresowanie decydentów – dyrektorów szkół, zarządów powiatów, dyrekcji kuratoriów i kierowników jednostek doskonalenia nauczycieli oraz władz szkół wyższych, wdrożeniem i użytkowaniem produktów. Ponadto wypracowane narzędzia zostaną przesłane MEN w celu rozważenia wpisania ich w rozwiązania ustawowe, a w przypadku programu szkoleń zostanie on umieszczony w bazie standardów szkoleń.

Grupy, do których skierowane będą działania włączające produkt do głównego nurtu polityki wraz z opisem działań do nich skierowanych

Strategia wdrażania produktu do głównego nurtu polityki obejmuje zainteresowanie projektem i wypracowanymi w ramach niego produktami wszystkich mających wpływ na kształt polityki edukacyjnej w województwie:

a) nauczyciele przedmiotu "Podstawy przedsiębiorczości" i dyrektorzy szkół ponadgimnazjalnych (20 nauczycieli i 20 dyrektorów biorących udział w procesie testowania), uczestnicy konferencji i spotkań powiatowych, potencjalnie wszyscy dyrektorzy szkół ponadgimnazjalnych w województwie i nauczyciele przedsiębiorczości, gdyż każda szkoła ponadgimnazjalna w województwie otrzyma wypracowane produkty finalne).

Decyzję o zastosowaniu innowacyjnych narzędzi w danej szkole podejmują dyrektorzy i nauczyciele, w związku z powyższym do nich skierowane są w dużej mierze działania włączające produkty do polityki.

b) organy prowadzące szkoły ponadgimnazjalne, którymi głównie są starostowie do których dotrzemy podczas 20 spotkań powiatowych oraz konferencji.

Uzyskanie pozytywnej opinii i wsparcia od organu prowadzącego szkoły dla wdrożenia innowacji jest niezwykle ważne zważywszy na fakt, że organ prowadzący podejmuje decyzje finansowe dotyczące szkoły i może zdecydować np. o sfinansowaniu uczniom wyjazdu studyjnego do podmiotów ekonomii społecznej, wspieranie wolontariatu, zapewnienie szkolenia dla nauczycieli, co może wspomóc wprowadzanie innowacji.

c) instytucje mające decydujący wpływ na kształt polityki edukacyjnej w Polsce tj. kuratoria oświaty, ośrodki doskonalenia nauczycieli, MEN - z przedstawicielami części instytucji zaplanowane są spotkania podczas 20 powiatowych spotkań seminaryjno – warsztatowych, część przedstawicieli w/w instytucji weźmie udział w konferencji wojewódzkiej oraz otrzyma stworzone produkty np. MEN.

Pozytywna opinia tych instytucji i zainteresowanie wypracowanymi produktami może przesądzić o zastosowaniu innowacji w szerszym zakresie.

d) prywatne i państwowe instytucje kształcące nauczycieli zwłaszcza szkoły wyższe. Z przeprowadzonej diagnozy wynika, że duża część nauczycieli zdobywa kwalifikacje do nauczania przedmiotu "Podstawy przedsiębiorczości" na studiach podyplomowych, kursach i szkoleniach kwalifikacyjnych. Opracowany program szkolenia nauczycieli zostanie udostępniony poprzez przesłanie go wraz z produktami finalnymi do jednostek doskonalenia nauczycieli i szkół wyższych oraz zostanie zaprezentowany na konferencji wojewódzkiej.

Elementem działań włączających do głównego nurtu polityki będą opracowane i zamieszczone artykuły w ogólnie wojewódzkiej prasie. W ten sposób planowane jest dotarcie do pozostałych osób mających wpływ na kształt polityki oświatowej w województwie.

Strategia włączania wypracowanych produktów do polityki zawiera w sobie elementy mainstreamingu horyzontalnego i wertykalnego. Z jednej strony oddziałuje na bezpośrednich użytkowników produktów (jak wykazano we wcześniejszych punktach produkty otrzymają praktycznie wszyscy nauczyciele przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych z województwa), z drugiej strony pragniemy zwrócić uwagę decydentów na konieczność szerokiego stosowania produktów w praktyce oświatowej. Wprowadzenie do szkół innowacji jest w kompetencji dyrektora danej placówki i nauczycieli oraz organu prowadzącego w zakresie ewentualnego dodatkowego finansowania innowacji, w związku z powyższym największy nacisk został położony na tą grupę interesariuszy.

Wszystkie wypracowane produkty w ramach projektu będą dostępne na stronie internetowej projektodawcy.

VIII. Kamienie milowe II etapu projektu

W projekcie zidentyfikowano szereg kamieni milowych, punktów zwrotnych projektu, na etapie których podejmowane będą kluczowe decyzje odnośnie realizacji projektu:

1) Rekrutacja szkół do projektu (maj – sierpień 2012)

Kluczowy etap projektu, dzięki któremu pozyskana zostanie reprezentatywna grupa użytkowników i odbiorców do testowania produktów

2) Rozpoczęcie szkolenia nauczycieli przed fazą testowania (sierpień 2012)

Etap pozwoli odpowiednio przygotować nauczycieli do zastosowania wypracowanych produktów oraz przekazane zostaną im wstępne wersje produktów. Ważnym elementem szkoleń będzie przygotowanie nauczycieli do wspomagania procesu monitorowania i raportowania wdrożenia produktów

3) Rozpoczęcie testowania narzędzi poprzez wykorzystanie w praktyce nauczania przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” w szkołach (wrzesień 2012)

4) Rozpoczęcie analizy wyników fazy testu – ewaluacja zewnętrzna i wewnętrzna (lipiec 2013)

5) Korekta i opracowanie ostatecznej wersji produktu finalnego (styczeń 2014)

6) Przeprowadzenie głównych działań upowszechniających i włączających wypracowane produkty do polityki (kwiecień – sierpień 2014)

IX. Analiza ryzyka

Identyfikacja potencjalnych zagrożeń, prawdopodobieństwo ich wystąpienia, oszacowanie wpływu na realizację projektu

Analizy ryzyka dokonano posługując się następującymi miarami:

R1 - prawdopodobieństwo wystąpienia (skala 1–3, gdzie 1 – niskie prawdopodobieństwo, 3 – wysokie prawdopodobieństwo)

R2 – wpływ na realizację projektu (skala 1–3, gdzie 1 – mały wpływ, 3 – wpływ bardzo duży)

R1xR2 – zidentyfikowanie najważniejszych zagrożeń (za istotne zostaną uznane te zagrożenia dla których wskaźnik wynosi min. 4)

1) problemy z rekrutacją wystarczającej ilości szkół, nauczycieli i uczniów do fazy testowania

R1 – 1, **R2** – 2, **R1xR2** – 2

2) rezygnacja całej szkoły, poszczególnych klas lub nauczycieli z udziału w projekcie

R1 – 2, **R2** – 2, **R1xR2** – 4

3) słaba motywacja uczniów i nauczycieli w zakresie pracy z przygotowanymi narzędziami i raportowania postępów prac

R1 – 2, **R2** – 2, **R1xR2** – 4

4) zmiany poziomu kosztów w ramach budżetu w szczególności w związku ze zmianą przepisów np. podatkowych

R1 – 3, **R2** – 1, **R1xR2** – 3

5) zmiany przepisów oświatowych uniemożliwiających lub utrudniających wprowadzenie innowacji

R1 – 2, **R2** – 3, **R1xR2** – 6

6) nieterminowe przekazywanie transz środków na realizację projektu

R1 – 2, **R2** – 3, **R1xR2** – 6

7) brak akceptacji wstępnej wersji produktu, która miałaby podlegać testowaniu

R1 – 1, **R2** – 3, **R1xR2** – 3

8) uznanie opracowanego produktu finalnego za nieskuteczny

R1 – 1, **R2** – 3, **R1xR2** – 3

Sposoby ograniczania najważniejszych zagrożeń

Powyższa analiza możliwych ryzyk, które mogą wystąpić na etapie realizacji projektu wskazuje najważniejsze zagrożenia dla prawidłowej realizacji projektu. Dokonano szerszej analizy zagrożeń i zaplanowano odpowiednie działania zaradcze:

1) rezygnacja całej szkoły, poszczególnych klas lub nauczycieli z udziału w projekcie – sporządzona zostanie lista rezerwowa uczestników w celu uzupełniania niedoborów grup docelowych

2) słaba motywacja uczniów i nauczycieli w zakresie pracy z przygotowanymi narzędziami i raportowania postępów prac – w przypadku uczniów ryzyko zniechęcenia będzie zminimalizowane poprzez opracowane produkty, które uatrakcyjnią zajęcia, m.in. opracowane ćwiczenia aktywizujące i dynamizujące pracę na lekcji poza tym odpowiednie przygotowanie nauczycieli podczas szkoleń ma zapewnić odpowiednią motywację do zajęć. Nie bez znaczenia będzie fakt otrzymania przez uczniów biorących udział w fazie testowania, ciekawych i atrakcyjnych materiałów promocyjnych (segregator z logo, notatnik, gadżet promocyjny). Nauczyciele zostaną odpowiednio zmotywowani w wyniku odbytych szkoleń oraz poprzez systematyczny kontakt z biurem projektu (mail, telefon, spotkania osobiste) w celu motywacji, ponaglenia w związku z obowiązkiem systematycznego raportowania postępów z wdrażania metody. Dodatkowym czynnikiem motywującym jest wynagrodzenie dla nauczyciela w związku z przygotowaniem własnym do wdrażania narzędzi oraz systematycznym raportowaniem. Wsparcie doradcze i eksperckie, z którego będą korzystali nauczyciele jest też elementem minimalizowania ryzyka zniechęcenia i braku motywacji.

3) zmiany przepisów oświatowych uniemożliwiających lub utrudniających wprowadzenie innowacji – opracowane produkty dostosowane są do nowej podstawy programowej obowiązującej w szkołach ponadgimnazjalnych od września 2012 r. w oparciu o rozporządzenie MEN w sprawie planów nauczania z lutego 2012 r. Oznacza to, iż najbliższa możliwa modyfikacja podstawy programowej nastąpi w 2015 roku, co oznacza ewentualne zmiany w zakresie nauczania w szkołach ponadgimnazjalnych dopiero od roku 2018 r. Ponadto przeanalizowano dotychczasowe zmiany podstawy programowej na cele nauczania przedmiotu „Podstawy Przedsiębiorczości” i na tej podstawie można stwierdzić, iż wprowadzane zmiany nie mają charakteru głębokiej modyfikacji. W razie konieczności, w produktach wprowadzane będą zmiany i modyfikacje w celu dostosowania do przepisów oświatowych.

4) nieterminowe przekazywanie transz środków na realizację projektu – zagrożenie to może wpłynąć niekorzystnie na płynność finansową projektu. Wśród działań zaradczych można wymienić czasowe przesunięcie realizacji poszczególnych zadań, negocjowanie z dostawcami i wykonawcami wydłużonych terminów płatności oraz czasowe „założenie” środków własnych.

Sposoby ograniczania pozostałych zagrożeń

1) problemy z rekrutacją wystarczającej ilości szkół, nauczycieli i uczniów do fazy testowania – szeroka akcja promocyjno – rekrutacyjna zapewni udział odpowiedniej ilości szkół w projekcie tj. wysyłka zaproszeń do 250 szkół z terenu całej Polski, zamieszczenie informacji na stronie projektu, wysyłka mailowa do wszystkich szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa lubelskiego oraz aktywność specjalisty ds. rekrutacji tj. telefony do szkół oraz spotkania osobiste. Przewidziano również margines czasowy i możliwość przedłużenia rekrutacji i podjęcia dodatkowych działań np. zwiększenie ilości spotkań oraz zwiększenie ilości wysyłanych zaproszeń do szkół. W momencie przystąpienia szkoły do projektu, zawarte zostanie porozumienie, na mocy którego Dyrektor wyznaczy nauczycieli i uczniów do testu.

2) zmiany poziomu kosztów w ramach budżetu w szczególności w związku ze zmianą przepisów np. podatkowych - bieżący monitoring cen pozwoli na wczesne wykrycie takiego zagrożenia i wprowadzenie działań zaradczych tj. uruchomienie środków zapasowych, oszczędności oraz rozeznanie rynku w celu znalezienia konkurencyjnych ofert.

3) brak akceptacji wstępnej wersji produktu, która miałaby podlegać testowaniu – pogłębiona diagnoza problemów przeprowadzona na początku realizacji projektu wskazała na potrzebę opracowania proponowanych narzędzi. Ponadto do konstrukcji narzędzi zaangażowano wysokiej klasy ekspertów co zapewni odpowiednią jakość produktów.

4) uznanie opracowanego produktu finalnego za nieskuteczny – wśród działań zapobiegawczych można wymienić systematyczny monitoring postępu prac oraz zaplanowanie odpowiedniego czasu na wprowadzenie ewentualnych modyfikacji. W przypadku wystąpienia ryzyka, produkty zostaną skorygowane na podstawie wytycznych z ewaluacji.

Przygotowanie na wypadek wystąpienia innych zagrożeń

Obecny system zarządzania oraz wewnętrzny system kontroli u beneficjenta przeciwdziała problemom pojawiającym się w trakcie realizacji Projektu. System komunikacji zapewnia bieżącą informację w zakresie ryzyka, jakie może się pojawić, a ich wcześniejsza identyfikacja pozwala na wyeliminowanie zagrożeń albo ich zminimalizowanie. Ryzyko wystąpienia zagrożeń zostanie znacząco ograniczone dzięki posiadanemu doświadczeniu oraz wiedzy i umiejętności Zespołu Zarządzającego Projektem.

Załączniki:

1. Raport - Analiza pojęcia ekonomii społecznej w kontekście nauczania w szkołach ponadgimnazjalnych
2. Produkt nr 1a - Innowacyjny program nauczania przedsiębiorczości, uwzględniający podstawowe zagadnienia ekonomii społecznej w liceum ogólnokształcącym i technikum;
3. Produkt nr 1b - Innowacyjny program nauczania przedsiębiorczości, uwzględniający podstawowe zagadnienia ekonomii społecznej w zasadniczej szkole zawodowej;
4. Produkt nr 2 - Poradnik metodyczny dla nauczyciela przedsiębiorczości – skrypt dla nauczyciela;
5. Produkt nr 3a - Zeszyt ćwiczeń dla uczniów liceum ogólnokształcącego i technikum;
6. Produkt nr 3b - Zeszyt ćwiczeń dla uczniów zasadniczej szkoły zawodowej;
7. Produkt nr 4 - Film dydaktyczny – Ekonomia Społeczna; (dostęp poprzez adres <http://www.youtube.com/watch?v=PjqUGrT148I&feature=youtu.be>)
8. Produkt nr 5 - Program szkolenia dla nauczycieli przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości” – Ekonomia społeczna w przedsiębiorczości.
9. Narzędzia do ewaluacji.

W imieniu realizatora – Polskiej Fundacji Ośrodków Wspomagania Rozwoju Gospodarczego „OIC Poland”: