



OPIS PRODUKTU FINALNEGO PROJEKTU INNOWACYJNEGO TESTUJĄCEGO



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Temat innowacyjny

Poszukiwanie nowych, skutecznych metod aktywizacji zawodowej i społecznej grup docelowych wymagających szczególnego wsparcia

Nazwa projektodawcy

Fundacja Aktywności Obywatelskiej

Tytuł projektu

PI ART-AKTYWATOR

Numer umowy

POKL.06.02.00-06-158/11-00

Spis treści

I. NAZWA PRODUKTU FINALNEGO	4
II. ELEMENTY SKŁADAJĄCE SIĘ NA PRODUKT FINALNY.....	4
III. PROBLEM, NA KTÓRY ODPOWIADA INNOWACJA.....	10
IV. GRUPY SPOŁECZNE, DLA KTÓRYCH PRODUKT FINALNY ROZWIĄZUJE PROBLEM	13
V. CO NOWEGO WNOSI PRODUKT FINALNY DO OBECNIE STOSOWANEJ PRAKTYKI?	17
VI. UŻYTKOWNICY, KTÓRZY MOGĄ ZASTOSOWAĆ INNOWACJĘ.....	18
VII. DZIAŁANIA / NAKŁADY / ZMIANY KONIECZNE DO ZASTOSOWANIA/WDROŻENIA INNOWACJI.....	19
VIII. DOSTĘPNOŚĆ PRODUKTU FINALNEGO DLA JEGO PRZYSZŁYCH UŻYTKOWNIKÓW.....	21
IX. ZMIANY W ZAKRESIE STRATEGII UPOWSZECHNIANIA.....	23
X. ZMIANY W ZAKRESIE STRATEGII WŁĄCZANIA DO GŁÓWNEGO NURTU POLITYKI	23
XI. WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW	24

I. Nazwa produktu finalnego

Model Art-Aktywator – innowacyjny model wsparcia w wejściu na rynek pracy osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych ze sztuką i kulturą.

II. Elementy składające się na produkt finalny

Produkt finalny Art-Aktywator to innowacyjny model wsparcia w wejściu na rynek pracy osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych ze sztuką i kulturą. Model Art-Aktywator to narzędzie, które pomoże instytucjom rynku pracy (IRP) skutecznie wspierać osoby po kierunkach związanych z kulturą i sztuką. Idea modelu jest bardzo prosta i bardzo tania w zastosowaniu: chodzi o to, aby IRP stworzyły osobom z potencjałem kreatywnym warunki do nawiązania współpracy ze sobą nawzajem i dostarczyły im gotowe narzędzia do wykorzystania w działaniach zawodowych.

Realizacja ścieżki wsparcia według innowacyjnego modelu przyczyni się do uzyskania efektu synergii, czyli uzyskania zwielokrotnionych korzyści, dzięki połączeniu ze sobą osób, które indywidualnie nie potrafią odnaleźć się na rynku pracy, natomiast poprzez naukę funkcjonowania w ramach tzw. „grupy kreatywnej” będą bardziej przygotowani do rozpoczęcia aktywności zawodowej. Produktem finalnym jest kompletna ścieżka wsparcia bezrobotnych i nieaktywnych zawodowo absolwentów kierunków związanych z kulturą i sztuką. Ścieżka wsparcia obejmuje 7 powiązanych ze sobą logicznie etapów, z których każdy przyczynia się do realizacji celu głównego, jakim jest wzrost poziomu adaptacyjności i aktywności zawodowej i społecznej osób po studiach w zakresie kultury i sztuki pozostających bez zatrudnienia. Etapy te to:

- 1) Rekrutacja;
- 2) Warsztat budowania grup kreatywnych;
- 3) Sieciowanie inicjatyw grup kreatywnych w środowisku lokalnym;
- 4) Szkolenia specjalistyczne;

- 5) Warsztat „Artysta w Internecie”;
- 6) Warsztat „Artysta biznesmenem”;
- 7) Kawiarenka artystyczna – „Wirtualna galeria sztuki”.

Na produkt finalny składają się 4 produkty pośrednie:

- 1. Podręcznik dla instytucji rynku pracy „Artysta to także zawód! Podręcznik aktywizacji społeczno-zawodowej osób związanych z kulturą i sztuką”**
- 2. Platforma internetowa www.art-aktywator.pl**
- 3. Instrukcja do platformy internetowej**
- 4. Materiały do prowadzenia specjalistycznych 4-modułowych szkoleń**

Ad. 1. Podręcznik „Artysta to także zawód! Podręcznik aktywizacji społeczno-zawodowej osób związanych z kulturą i sztuką” przeznaczony jest dla przedstawicieli instytucji rynku pracy. Został w nim opisany model wsparcia dla osób bezrobotnych po kierunkach związanych z kulturą i sztuką. W poszczególnych rozdziałach chronologicznie scharakteryzowano poszczególne etapy wsparcia.

Rozdział I „Rekrutacja” zawiera opis sposobu rekrutacji uczestników ścieżki wsparcia dla artystów i osób po kierunkach związanych z kulturą. Zawarte są tu: wytyczne dotyczące przeprowadzania rekrutacji wśród absolwentów tych kierunków, ankieta poziomu motywacji do uczestnictwa w innowacyjnej ścieżce wsparcia absolwentów po kierunkach artystycznych i związanych z kulturą oraz wskazówki prowadzenia rozmowy rekrutacyjnej.

W rozdziale II „Warsztat budowania grup kreatywnych” zaprezentowano poszczególne kroki służące budowaniu grup kreatywnych. Znajdują się tu scenariusz warsztatu, scenariusze gier zapoznawczo integracyjnych („poznajmy się”, „planety”) oraz scenariusz warsztatu-konkursu na film nakręcony telefonem komórkowym. Przeprowadzona według załączonego wzorca autoewaluacja zajęć warsztatowych służy rozpoznaniu predyspozycji do pełnienia określonych ról zespołowych, gdzie wykorzystywana jest dołączona „Karta identyfikacji podstawowych cech zespołowych”. Warsztat ma na celu utworzenie „grup kreatywnych”, które w przyszłości mogą kontynuować wspólne działania. Grupa będzie składać się z „animatora kultury” – absolwenta kierunku związanego z kulturą oraz z absolwenta kierunku artystycznego. Grupy mogą być 2 osobowe lub 3/4/5osobowe (jeden „animator kultury” może być managerem kilku artystów). W rozdziale tym zawarto również „Ankiętę autopromocji w sieci” pozwalającą na poznanie stopnia

zaawansowania odbiorców pod względem wykorzystania Internetu w celach autopromocji oraz będącą wstępem do kolejnych elementów ścieżki wsparcia.

Rozdział III „Sieciowanie inicjatyw grup kreatywnych w środowisku lokalnym” dotyczy budowania sieci kooperacji artystów w lokalnych środowiskach, a jego treść koncentruje się wokół organizacji „okrągłych stołów” będących forum spotkania artystów z reprezentantami lokalnych podmiotów zainteresowanych potencjalną współpracą. Celem „okrągłych stołów” jest nawiązanie umożliwiających współdziałanie relacji między bezrobotnymi po kierunkach związanych z kulturą i sztuką, instytucjami rynku pracy, instytucjami kultury i rynkowego obiegu wytworów kultury oraz zachęcenie ich do działania „klastrowego”. Opisano tu model organizacji takich spotkań oraz zamieszczono formularz raportu ze spotkania.

W rozdziale IV „Szkolenia stacjonarne/e-learningowe” scharakteryzowano kolejny element ścieżki wsparcia, jakim są specjalistyczne zajęcia szkoleniowe dotyczące czterech tematów: zarządzania zasobami ludzkimi, promocji wytworów artystycznych, sprzedaży wytworów artystycznych oraz problematyki ochrony własności intelektualnej. Prócz charakterystyki szkoleń sprecyzowano także wymagania dotyczące trenerów oraz sformułowano wskazówki dotyczące strony organizacyjnej szkoleń. Materiały do tych modułów znajdują się w produkcie pośrednim nr 4.

Rozdział V „Artysta w internecie” zawiera omówienie różnych form obecności artystów w sieci, takich jak strony www, blogi, serwisy społecznościowe. Uczy również przygotowania informacji dla prasy na temat różnych wydarzeń kulturalnych oraz prezentuje portal www.art-aktywator.pl, na którym odbiorcy ścieżki wsparcia zakładają swoje profile. W rozdziale tym znajduje się również podstawowa wiedza o znaczeniu promocji dokonań artystycznych w internecie.

W rozdziale VI „Artysta biznesmenem” umieszczono narzędzia niezbędne artystom dla funkcjonowania w sferze rynku. Opisano tu warsztaty poświęcone tworzeniu strategii biznesowej, pracy z kalkulatorem finansowym, przygotowaniu analizy SWOT potencjału biznesowego oraz grę symulacyjną uczącą rozwiązywania przykładowych problemów w działalności rynkowej. Narzędzia i ćwiczenia zawarte w tym rozdziale mają na celu przygotowanie „zespołów kreatywnych” do prowadzenia samodzielnych działań biznesowych bądź współpracy z przedsiębiorcami.

Rozdział VII „Kawiarenka artystyczna – perspektywa trwałości współpracy grup kreatywnych ze środowiskiem lokalnym” prezentuje warsztat w postaci gry planszowej „Wirtualna galeria sztuki”, podczas której uczestnicy poznają problemy związane z funkcjonowaniem firmy oraz kształtują kompetencje niezbędne do jej prowadzenia, takie jak: organizacja konferencji prasowej, przygotowanie newsa, przygotowanie plakatu wystawy. Ta biznesowa gra symulacyjna integruje uczestników „grup kreatywnych”, uczy ich kreatywnego myślenia i pracy zespołowej. W rozdziale tym zawarto również podstawowe informacje dotyczące fundraisingu oraz scharakteryzowano uwarunkowania sprzyjające rozwojowi grup kreatywnych.

Ad. 2. Platforma internetowa www.art-aktywator.pl to narzędzie internetowe, którego celem jest promocja osób po kierunkach związanych z kulturą i sztuką oraz wsparcie ich w celu wejścia na rynek pracy w ramach przemysłów kreatywnych. Na platformie tworząc swój profil można:

- bezpłatnie utworzyć swoją stronę z adresem: www.art-aktywator/jankowalski,
- stworzyć port folio i umieścić w nim swoje prace,
- każdy użytkownik portalu może oceniać prace, umieszczać komentarze, dawać wskazówki,
- można otrzymywać referencje widoczne dla wszystkich,
- jednym kliknięciem można stworzyć swoją wizytówkę – gotową do wydruku i wycięcia,
- jednym kliknięciem stworzyć swoją teczkę - gotową do wydruku.

Na głównej stronie portalu znajdują się następujące zakładki: „Mapa instytucji”, „Ogłoszenia”, „Użytkownicy”, „E-learning”, „O projekcie”, „Forum”.

„Mapa instytucji” zawiera listę instytucji związanych z kulturą oraz instytucji rynku pracy – w podziale na powiaty województwa lubelskiego. W zakładce „Ogłoszenia” znajdują się następujące kategorie: szkolenia/warsztaty/studia, sprzedam, wykonam, zamienię, kupię, zlecę/dam pracę, konkursy dotacyjne, szukam. W zakładce „Użytkownicy” znajduje się lista osób, które założyły profile wraz z podaniem ich dziedziny aktywności. Istnieje możliwość wyszukiwania użytkowników wg dziedziny aktywności, np.: malarstwo, fotografia, dziennikarstwo, teatr itd. W zakładce „E-learning” znajdują się materiały do czterech modułów szkoleniowych (opracowane w ramach Produktu Pośredniego 4). W zakładce „O projekcie” zawarto podstawowe informacje projektowe. Na „Forum” utworzono następujące tematy:

aktualności, ogólnie, organizacyjne, dyskusje o projektach, hydepark, dyskusje o technikach. Na „Forum” dostępne są również te same kategorie, które zawarto w zakładce „Ogłoszenia”. Na głównej stronie projektu wyświetla się „Artysta dnia” oraz „Losowe prace graficzne użytkowników”. Platforma internetowa zawiera ponadto „Regulamin”, „Notę prawną”, i „Politykę prywatności”.

Platforma internetowa pozwala bezrobotnym absolwentom kierunków związanych z kulturą i sztuką na dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców potencjalnie zainteresowanych współpracą. Mogą to być instytucje kultury poszukujące utalentowanych artystów, firmy handlujące wytworami kultury, klienci poszukujący określonych wyrobów lub ich wykonawców na zamówienie, samorządy, szkoły, biblioteki, itp. oraz inni twórcy i animatorzy kultury zainteresowani współpracą w realizacji wspólnych projektów. Jest to narzędzie łatwe w obsłudze, przyjazne dla użytkownika i posiadające wiele użytecznych funkcji.

Ad.3. Instrukcja do platformy internetowej została opracowana i jest udostępniona w wersji tradycyjnej (papierowej) i elektronicznej. Objaśnia ona następujące zagadnienia: proces rejestracji nowego konta na portalu www.art-aktywator.pl, logowanie, edycja danych profilowych, dodawanie preferencji, dodawanie pracy w portfolio, komentowanie prac, dodawanie plików do prac, przeszukiwanie bazy użytkowników, przeglądanie mapy instytucji,teczka, wizytówki, forum, ogłoszenia. Napisana jest w sposób przejrzysty i prosty. Jej celem jest pomoc użytkownikom w korzystaniu z platformy internetowej.

Ad. 4. Materiały szkoleniowe stanowią kompletną bazę pomocy dydaktycznych dla przeprowadzenia szkoleń osób bezrobotnych związanych z kulturą i sztuką w zakresie 4 tematów:

- „Jak zarządzać sobą i współpracownikami w ramach przemysłów kreatywnych? Zarządzanie zasobami ludzkimi, organizacja pracy”,
- „Jak wypromować wytwory kultury? Marketing, promocja, reklama i PR”,
- „Jak sprzedawać wytwory kultury? Techniki sprzedaży, rynki zbytu, pozyskiwanie zleceń”,
- „Jak chronić własność intelektualną? Prawo autorskie, prawo własności przemysłowej”.

W skład kompletu materiałów szkoleniowych wchodzi: skrypty dla uczestników i trenerów, prezentacje Power Point do wykorzystania na zajęciach

stacjonarnych oraz w e-learningu, wytyczne dla trenerów, scenariusze zajęć, materiały ćwiczeniowe, testy na zakończenie zajęć poszczególnych modułów.

Materiały zostały tak przygotowane, aby dotyczyły specyfiki działalności biznesowej związanej z rynkowym obiegiem wytworów kultury i dzieł sztuki. Pozwalają one zarówno na przyswojenie ogólnej wiedzy dotyczącej problematyki danego modułu, jak też na wykorzystanie jej w praktyce przez osoby po kierunkach związanych z kulturą i sztuką. Pozwalają na nabycie praktycznych umiejętności przez uczestników szkolenia, które mogą być wykorzystane w samodzielnej działalności w ramach przemysłów kreatywnych.

Szkolenia mogą być realizowane w formie stacjonarnej, ale także e-learningowej za pomocą platformy www.art-aktywator.pl, gdzie udostępniono elektroniczną wersję materiałów oraz zestawy pytań testowych sprawdzających opanowaną wiedzę. Na każde z czterech szkoleń stacjonarnych przewidziano 12 godzin lekcyjnych. Ogółem liczba godzin szkoleniowych potrzebnych do nabycia wiedzy i rozwoju umiejętności wynosi 48.

Moduł szkoleniowy „Jak zarządzać sobą i współpracownikami w ramach przemysłów kreatywnych?” obejmuje zagadnienia budowania zespołu współpracowników, kierowania zespołem, organizacji pracy zespołu, komunikowania się, w tym za pomocą technologii informatycznych, oraz problematykę konfliktów w zespole.

Moduł „Jak wypromować wytwory kultury?” dostarcza wiedzy i umiejętności związanych z marketingiem, strategią marketingową, identyfikacją grup docelowych, sposobami przygotowania własnej oferty internetowej oraz różnym formom nawiązywania kontaktów biznesowych za pomocą narzędzi internetowych.

W module „Techniki sprzedaży wytworów kultury” zaprezentowano kanały sprzedaży możliwe do wykorzystania przez artystów, problem rozpoznawania potrzeb klienta, techniki komunikacji z klientami, zagadnienia ustalania i negocjowania ceny wytworów oraz budowania relacji z klientami.

Moduł „Jak chronić własność intelektualną?” ukazuje prawne uregulowania ochrony własności intelektualnej, precyzuje pojęcie utworu, definiuje podmiot i przedmiot prawa autorskiego, omawia obowiązujący w Polsce zakres praw osobistych i majątkowych, możliwości korzystania z wytworów innych osób w ramach

instytucji dozwolonego użytku, prezentuje formy umów oraz organizacje zajmujące się ochroną praw autorskich.

W pierwszych trzech modułach zaproponowano bogaty zestaw ćwiczeń do wykorzystania na szkoleniach, natomiast w module ostatnim, poświęconym zagadnieniom prawniczym, omówiono konkretne orzeczenia sądowe dotyczące sporów w zakresie praw autorskich i majątkowych. Materiały do poszczególnych modułów mogą być wykorzystywane przez instytucje rynku pracy, jak też samodzielnie przez użytkowników w oparciu o platformę internetową www.art-aktywator.pl.

Model Art-Aktywator zakłada długofalowe i skoordynowane działania dla grupy docelowej optymalnie wykorzystujące potencjał kreatywny odbiorców. Przyjmują one formę ścieżki składającej się z 7 kroków, z których każdy pełni określoną rolę w całościowym modelu. Wprawdzie możliwe jest wykorzystanie przez instytucje rynku pracy tylko wybranych działań i narzędzi spośród oferowanej gamy, jednak wskazać należy, że w takim przypadku ich skuteczność i efektywność będzie znacznie ograniczona. Poszczególne kroki, działania i narzędzia są ze sobą komplementarnie powiązane, dopełniają się i wzmacniają swoje oddziaływanie. Ich zastosowanie jako postaci całościowej ścieżki wsparcia będzie sprzyjało kumulowaniu efektów edukacyjnych, psychologicznych i społecznych.

III. Problem, na który odpowiada innowacja

Głównymi problemami stwierdzonymi w ramach diagnozy i potwierdzonymi podczas pogłębionej analizy w pierwszej fazie realizacji projektu są:

- Nieadekwatność i niska skuteczność metod aktywizacji zawodowej osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką;
- Brak dialogu i współpracy pomiędzy osobami pozostającymi bez pracy po kierunkach związanych z kulturą i sztuką a przedsiębiorcami i instytucjami kultury w regionie;
- Brak spójnego systemu wsparcia instytucjonalnego umożliwiającego wejście na rynek pracy osobom o ukończonych ww. kierunkach studiów.

Przyczynami tych problemów są:

- Brak w IRP dostosowanych do potrzeb wskazanej grupy docelowej narzędzi

aktywizacji zawodowej i społecznej;

- Brak platformy do komunikowania się pomiędzy osobami i instytucjami zainteresowanymi wykorzystaniem potencjału absolwentów kierunków studiów artystycznych i związanych z kulturą a instytucjami rynku pracy;
- Brak wizji i wiedzy na temat możliwości kompleksowego i efektywnego wsparcia ww. grup docelowych przez instytucje typu Powiatowe Urzędy Pracy, Biura Karier itp.

Natomiast **konsekwencjami** ww. problemów są:

- stosunkowo wysoki poziom bezrobocia wśród absolwentów kierunków studiów artystycznych i związanych z kulturą i związane z tym ryzyko trwałego ich wykluczenia;
- niewykorzystany potencjał dużej grupy absolwentów kierunków studiów artystycznych i związanych z kulturą, który jest szczególnie ważny w kontekście strategicznych kierunków rozwoju regionu (kultura, sektory kreatywne).

Problem, na który odpowiada innowacja został szczegółowo zdiagnozowany na początkowym etapie projektu w oparciu o analizę dokumentów i danych zastanych oraz badania własne. Źródłami wykorzystanymi w diagnozie były: raport „Ranking szkół wyższych wg poziomu bezrobocia absolwentów” (rok akademicki 2009/2010), raport „Analiza sytuacji na rynku pracy w województwie lubelskim w 2010 r.”, raport „Ranking kierunków nauki szkół wyższych w województwie lubelskim za rok 2009/2010 wg liczby bezrobotnych absolwentów”, dane GUS dotyczące migracji w Polsce w roku 2011, raport „Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych”(Ecorys, 2009) oraz trzy raporty badawcze opracowane samodzielnie: 1) Metody oceny rozwoju przemysłów kreatywnych; 2) Metody aktywizacji społecznej i zawodowej osób z wykształceniem wyższym po kierunkach artystycznych i związanych z kulturą; 3) Stopień współpracy instytucji rynku pracy z absolwentami kierunków artystycznych i związanych z kulturą.

Badania wykazały, iż absolwenci kierunków artystycznych są specyficzną grupą na rynku pracy: są indywidualistami, charakteryzują się kreatywnością, wrażliwością, bogatą wyobraźnią, „artystyczną duszą”, otwartością. Są to osoby wysoce emocjonalne i niezależne i trudniej jest się im odnaleźć na rynku pracy niż pozostałym absolwentom. Dla artystów niezbędne jest specjalne wsparcie

„dedykowane” dla tej grupy, specjalny rodzaj pomocy, gdyż standardowe metody aktywizacji zawodowej i społecznej oferowane przez instytucje rynku pracy nie sprawdzają się w ich przypadku.

Wyniki diagnozy i analizy, a także aktualnych badań ewaluacyjnych dokonanych na etapie testowania, wskazują na potrzebę wdrażania na szerszą skalę niniejszej innowacji czyli modelu wsparcia zawodowego osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką. Zarówno badani absolwenci, jak i przedstawiciele IRP potwierdzili potrzebę wdrożenia proponowanych w projekcie narzędzi, w tym utworzenia portalu ze wskazanymi funkcjonalnościami. Dodatkowo badani absolwenci dosyć nisko ocenili działalność IRP jako instytucji wspierających absolwentów w podjęciu pracy, co uzasadnia potrzebę ulepszenia narzędzi stosowanych przez IRP - podejście Projektodawcy wpisuje się w plany Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej zmierzające do zwiększenia efektywności Powiatowych Urzędów Pracy. Potwierdzeniem problemu nieadekwatności narzędzi aktywizacji zawodowej stosowanych przez IRP są dane dotyczące poziomu bezrobocia wśród absolwentów „kierunków kreatywnych”. Uzasadnieniem dla realizacji projektu jest także stwierdzony w projekcie brak współpracy, dialogu i wymiany informacji między różnymi podmiotami zainteresowanymi wykorzystaniem potencjału absolwentów kierunków artystycznych i związanych z kulturą. Na wszystkie wymienione wyżej problemy odpowiada opracowany i przetestowany model Art-Aktywator wraz z proponowaną w nim innowacją. Ponadto innowacja jest godna upowszechniania i użytkowania, gdyż problemy potwierdzone na etapach analiz i badań są cały czas wysoce aktualne zarówno dla użytkowników innowacji jak i jej odbiorców.

Głównym celem innowacji jest aktywizacja zawodowa i społeczna absolwentów kierunków związanych z kulturą i sztuką. Celowi temu służą:

- zajęcia szkoleniowe zmierzające do rozwoju wiedzy i umiejętności w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, promocji i sprzedaży wytworów kultury, marketingu oraz prawa własności intelektualnej;
- zajęcia warsztatowe rozwijające umiejętności zarządzania własną karierą i biznesowe, motywujące do wejścia na rynek pracy i w obszar wytwarzania i handlu wytworami artystycznymi oraz motywujące i uczące kooperacji z innymi podmiotami instytucjonalnymi i twórcami.

Strategicznym i ogólniejszym efektem zastosowania innowacji ma być zmniejszenie poziomu bezrobocia wśród absolwentów kierunków związanych z kulturą i sztuką poprzez wykorzystanie potencjału wiedzy i kreatywności tej kategorii osób pozostających bez pracy.

IV. Grupy społeczne, dla których produkt finalny rozwiązuje problem

Wypracowany i wdrożony innowacyjny model wsparcia Art-Aktywator przyczynia się do rozwiązania problemów osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych ze sztuką i kulturą.

Produkt finalny adresowany jest do dwóch rodzajów grup docelowych:

- 1) Instytucji rynku pracy jako użytkowników,
- 2) Bezrobotnych absolwentów kierunków związanych z kulturą i sztuką jako odbiorców.

Z punktu widzenia instytucji rynku pracy zastosowanie produktu umożliwia:

- Poprawę skuteczności działań na rzecz osób bezrobotnych po kierunkach związanych z kulturą i sztuką;
- Poszerzenie oferty szkoleniowej i warsztatowej;
- Wzrost kompetencji pracowników urzędów pracy zyskujących nową wiedzę i umiejętności na temat metod pracy z określoną kategorią podopiecznych;
- Nawiązanie współpracy z innymi instytucjami lokalnymi w celu wspólnej realizacji przedsięwzięć mających na celu aktywizację zawodową i społeczną absolwentów po kierunkach związanych z kulturą i sztuką.

Natomiast z punktu widzenia bezrobotnych absolwentów kierunków związanych z kulturą i sztuką produkt pozwala na:

- Nabycie wiedzy i umiejętności związanych z technikami sprzedaży wytworów kultury, marketingu i promocji, zarządzania zasobami ludzkimi oraz prawami autorskimi;
- Uzyskanie prostego dostępu do potencjalnych pracodawców i zleceniodawców oraz odbiorców wytworów dzięki wykorzystaniu platformy internetowej;
- Wzrost adaptacyjności i aktywności zawodowej i społecznej bezrobotnych

absolwentów;

- Wykorzystanie własnego potencjału edukacyjnego i kreatywnego poprzez współpracę z innymi podmiotami aktywnymi w obszarze działalności kulturalnej prowadzącą do powstawania „grup kreatywnych”.

Użytkowników produktu finalnego można podzielić na dwie kategorie:

- 1) Użytkownicy na etapie testowania – Biuro Karier UMCS;
- 2) Użytkownicy w wymiarze docelowym – wszystkie podmioty rynku pracy, których cele statutowe umożliwiają tworzenie i prowadzenie klastrów: publiczne służby zatrudnienia, biura karier, NGO, itp.

Również odbiorców produktu również dzielą się na dwie kategorie:

- 1) Odbiorcy na etapie testowania – grupa 20 (16 kobiet i 4 mężczyzn) bezrobotnych absolwentów kierunków związanych z kulturą i sztuką pozostających bez pracy co najmniej 12 miesięcy z województwa lubelskiego;
- 2) Odbiorcy w wymiarze docelowym – szeroka kategoria bezrobotnych z wyższym wykształceniem o profilu związanym z kulturą i sztuką w całym kraju.

Testowanie produktu finalnego przeprowadzone wśród użytkowników i odbiorców na tym etapie dostarczyło istotnych informacji świadczących o wymiernych korzyściach, jakie osiągną użytkownicy i odbiorcy w wymiarze docelowym.

Poszczególne elementy produktu finalnego pozwoliły na:

- Wzbogacenie oferty szkoleniowej instytucji rynku pracy o nowe metody i narzędzia „dedykowane” konkretnej kategorii bezrobotnych;
- Nabycie aktualnej i specjalistycznej wiedzy w zakresie praw autorskich oraz wiedzy i umiejętności w zakresie technik sprzedaży wytworów kultury, marketingu i promocji oraz zarządzania zasobami ludzkimi;
- Przećwiczenie funkcjonowania w ramach „grup kreatywnych” łączących artystów z animatorami/menedżerami kultury;
- Nawiązanie kontaktów z przedstawicielami przedsiębiorców i placówkami kultury;
- Uzyskanie prostego dostępu do informacji o potencjalnych pracodawcach i podmiotach kooperacji dzięki funkcjom platformy internetowej;
- Możliwość bezpłatnej promocji własnych wytworów, zdolności i umiejętności w sieci internetowej za pomocą platformy internetowej;
- Wzrost aktywności zawodowej i społecznej osób bezrobotnych po kierunkach

związanych z kulturą i sztuką.

Do takich wniosków prowadzą wyniki ewaluacji zewnętrznej, która ponadto wykazała m.in.:

- Odbiorcy wysoko ocenili: poziom dostosowania produktu do potrzeb bezrobotnych absolwentów kierunków związanych z kulturą i sztuką, wzrost poziomu adaptacyjności i aktywności zawodowej i społecznej, jakość, efektywność i atrakcyjność stosowanych poszczególnych metod i narzędzi wsparcia,
- Odbiorcy zadeklarowali pozytywne efekty uczestnictwa w ścieżce wsparcia zwłaszcza w zakresie: wzrostu wiedzy na temat działania instytucji rynku pracy oraz ich usług na rzecz osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką, wzrostu wiedzy w zakresie biznesowego wykorzystania swego kreatywnego potencjału, wzrostu wiedzy z zakresu prawa własności intelektualnej, wzrostu świadomości własnego potencjału zawodowego.
- Odbiorcy, dokonując oceny poszczególnych form wsparcia podczas testowania pod kątem ich odpowiedniości dla osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką, podkreślali ich użyteczność i skuteczność.
- W opinii Odbiorców pomysł modelu Art-Aktywator oraz produkty i formy wsparcia proponowane w ramach projektu są innowacyjnym rozwiązaniem, z którym w tej formie dotychczas nie zetknęli się.
- Dużą zaletą w opinii odbiorców proponowanego podejścia jest jego komplementarność – skupia wszystkie formy wsparcia w jednej propozycji rozwiązań.
- W opinii użytkowników opracowana metodologia jest zdecydowanie ekonomiczna, głównie ze względu na jednorazowy koszt przygotowania szkoleń i możliwość wielokrotnego ich stosowania, co pozwala na ograniczenie kosztów finansowych i oszczędność czasu.
- W opinii trenerów prowadzących zajęcia proponowana metodologia pozwala na skuteczną aktywizację zawodową i społeczną osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką.

Dzięki osiągnięciu powyższych korzyści problemy grupy docelowej uległy zmniejszeniu, gdyż:

- nastąpił wzrost adaptacyjności i aktywności zawodowej i społecznej 16 kobiet i 4 mężczyzn z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką, pozostających bez zatrudnienia w okresie 12 miesięcy z województwa lubelskiego,
- wzrosła wiedza i umiejętności w zakresie biznesowego wykorzystywania potencjału kreatywnego ww. osób,
- zwiększyły się możliwości współpracy i dialogu pomiędzy osobami pozostającymi bez zatrudnienia a przedsiębiorcami, instytucjami rynku pracy i kultury w regionie,
- wzrosły możliwości skutecznego aktywizowania na regionalnym rynku pracy osób z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką pozostających bez zatrudnienia.

Testowanie innowacji dowiodło, że cele projektu zostały osiągnięte i opracowana metodologia w istocie przyczynia się do wzrostu adaptacyjności i aktywności zawodowej i społecznej grupy docelowej. Jednocześnie wyniki te świadczą o skuteczności i dużych korzyściach form wsparcia proponowanych w ramach metodologii, a tym samym o wysokiej skuteczności produktu finalnego. Szczegółowe informacje na temat efektów innowacyjnego modelu Art-Aktywator znajdują się w raporcie z ewaluacji zewnętrznej projektu innowacyjnego „Ocena efektów testowania wstępnej wersji produktu finalnego”.

Wypracowany i wdrożony innowacyjny model wsparcia Art-Aktywator wspiera również instytucje rynku pracy, dzięki czemu wzrastają ich możliwości skutecznego aktywizowania na regionalnym rynku pracy tej specyficznej grupy bezrobotnych i nieaktywnych zawodowo osób po kierunkach związanych z kulturą i sztuką.

Ponadto zastosowanie innowacji może także nieść określone korzyści dla społeczności lokalnych. Lokalne środowiska zyskują możliwość ograniczenia poziomu bezrobocia wśród określonej kategorii swoich członków. Swoimi talentami, kreatywnością i aktywnością, jakie są rozwijane w ramach modelu Art-Aktywator, mogą oni wnieść spory wkład w rozwój lokalnych społeczności, a zwłaszcza w rozwój sektora kreatywnego. Ponadto, lokalne instytucje dzięki „okrągłym stołom” uzyskują kompleksową diagnozę potencjału rozwoju przemysłów kreatywnych, potrzeb społeczności w tym zakresie, a także możliwość nawiązania stałej współpracy z miejscowymi i zewnętrznymi twórcami i przedsiębiorcami.

V. Co nowego wnosi produkt finalny do obecnie stosowanej praktyki?

Na tle zastosowanych dotychczas rozwiązań produkt finalny jest innowacyjny i unikatowy. Innowacyjność modelu Art-Aktywator polega na bezprecedensowej ścieżce wsparcia dla absolwentów kierunków artystycznych i związanych z kulturą, pomagającej im w wejściu na rynek pracy. Jest to jedyny w swoim rodzaju w Polsce zestaw narzędzi stworzonych w ramach projektu specjalnie dla tej kategorii bezrobotnych absolwentów. Innowacją w stosunku do obecnej praktyki jest to, że model w sposób kompleksowy aktywizuje społecznie i zawodowo grupę docelową. Ścieżka wsparcia zakłada, iż skuteczna aktywizacja wymaga intensywnego współdziałania między instytucjami rynku pracy, instytucjami kultury, przedsiębiorcami oraz grupą docelową. Służą temu zaproponowane w ramach modelu warsztaty integrujące i „sieciujące” grupy kreatywne w lokalnych środowiskach. W ramach prac projektowych wypracowano unikalne narzędzia warsztatowe i materiały szkoleniowe oraz uruchomiono portal internetowy. Poszczególne elementy modelu Art-Aktywator korelują ze sobą wzajemnie i wzmacniają swe oddziaływanie zapewniając efekt synergii. Szeroka dostępność tych materiałów dzięki bezpłatnemu udostępnieniu ich wszystkim zainteresowanym na portalu www.art-aktywator.pl sprawia, że specjalistyczna wiedza, której zdobycie zazwyczaj sporo kosztuje, jest w zasięgu każdej osoby, do której skierowany jest produkt.

Innowacja polega również na odejściu od nieskoordynowanych i mało skutecznych działań dla grupy docelowej na rzecz metod długofalowych, skoordynowanych w celu optymalnego wykorzystania ich potencjału kreatywnego. Model składa się z 7 dopełniających się etapów ukierunkowanych na integrację, aktywizację, kształtowanie umiejętności biznesowych i zarządczych, rozwój wiedzy specjalistycznej oraz budowanie kreatywnych środowisk kooperacji.

Innowacyjność podejścia występuje w wymiarze: grupy docelowej, problemu i formy wsparcia. Innowacyjność w wymiarze grupy docelowej polega na tym, że wsparciem objęte zostaną bezrobotne osoby z wyższym wykształceniem po kierunkach związanych z kulturą i sztuką niekorzystające dotąd z pomocy oferowanej

specjalnie dla bezrobotnych po kierunkach związanych z kulturą. Do tej pory taka „dedykowana” ścieżka wsparcia dla bezrobotnych po kierunkach związanych z kulturą nie istniała. W Polsce funkcjonowały jedynie portale dla artystów, ale nie były one elementem kompleksowego modelu wsparcia.

Innowacyjność w wymiarze problemu polega na tym, że istniejące standardowe metody aktywizacji zawodowej i społecznej osób pozostających bez pracy z wykształceniem wyższym nie są skierowane wprost na potrzeby osób po kierunkach związanych z kulturą, których potencjał wiedzy w zakresie przemysłów kreatywnych jest szczególnie i wprost przekłada się na wzrost innowacyjności gospodarki regionu.

Jednak to, co najbardziej wyróżnia produkt finalny od stosowanych dotychczas rozwiązań to wymiar formy wsparcia. Nowatorskość w tym aspekcie polega na tym, że model jest kompleksowy, wielopłaszczyznowy, pomaga w wejściu na rynek pracy i aktywizuje społecznie poprzez wypracowaną metodologię pracy i współpracę z grupą docelową przy użyciu narzędzia internetowego.

Jak wykazują badania ewaluacyjne użytkownicy uważają zaproponowaną metodologię wsparcia za tani, ekonomiczny i funkcjonalny instrument pracy z osobami bezrobotnymi o profilu wykształcenia związanym z kulturą i sztuką. Dzięki zastosowaniu opcji formuły szkolenia e-learningowego, do którego wszystkie materiały w wersji elektronicznej udostępnione są na portalu www.art.aktywator.pl koszty przeprowadzenia szkoleń można zredukować praktycznie do zera. Według ewaluowanych odbiorców i użytkowników proponowana metoda jest atrakcyjniejsza i bardziej efektywna, lepsza i bardziej skuteczna od proponowanych dotychczas rozwiązań.

VI. Użytkownicy, którzy mogą zastosować innowację

Użytkownikami produktu finalnego są instytucje rynku pracy zainteresowane aktywizacją społeczną i zawodową absolwentów kierunków związanych z kulturą i sztuką: publiczne służby zatrudnienia, biura karier uczelni wyższych, organizacje pozarządowe, instytucje szkoleniowe, itp., które zgodnie ze swoimi celami statutowymi zajmują się problemami rynku pracy.

Innowacja przyczyni się do poprawy skuteczności działań prowadzonych przez powyższe instytucje wobec opisanej grupy docelowej. Będzie to możliwe dzięki wykorzystywaniu przez przedstawicieli IRP gotowych do wykorzystania i przetestowanych narzędzi wypracowanych m.in. podręcznika, który zawiera szczegółowy opis metodologii pracy z absolwentami ww. wskazanych kierunków studiów i platformy internetowej, która m.in. stanowi źródło informacji na temat ofert pracy w dziedzinie kultury i sztuki oraz zawiera bazę danych osób poszukujących pracy (wraz z opcją pokazania on-line swojego portfolio).

Wdrożenie innowacyjnego modelu Art-Aktywator spowoduje, iż zwiększy się skuteczność działań instytucji rynku pracy w zakresie aktywizacji społecznej i zawodowej osób po kierunkach artystycznych i związanych z kulturą.

Produkt finalny można stosować łącznie, co jest przez nas rekomendowane, lub wybiórczo – stąd użytkownikami części modelu - portalu www.art-aktywator.pl mogą być też instytucje kultury lub przedstawiciele biznesu, przedsiębiorcy, którzy mogą wykorzystywać portal jako platformę kontaktu pomiędzy absolwentami kierunków artystycznych i związanych z kulturą a potencjalnymi klientami ich usług/ prac/ produktów. Platforma komunikacji będzie w takim wypadku służyła również jako narzędzie do pobudzenia popytu na wytwory branż kreatywnych, także w skali ponadregionalnej.

VII. Działania / nakłady / zmiany konieczne do zastosowania/wdrożenia innowacji

Wdrożenie modelu Art-Aktywator nie wymaga znaczących kosztów finansowych, zmian organizacyjnych ani legislacyjnych, nie jest też wymagana inwestycja w infrastrukturę techniczną. Konieczne warunki dla wdrożenia innowacji to: wola i zaangażowanie kadry kierowniczej i pracowników instytucji rynku pracy, dobór i przygotowanie trenerów (opcjonalnie – w zależności od wybranego wariantu), zapoznanie się ze szczegółową metodyką ścieżki wsparcia oraz nawiązanie współpracy z lokalnymi instytucjami kultury. Zastosowanie innowacji będzie wzbogacało ofertę szkoleniową instytucji rynku pracy, a decyzje o wdrożeniu innowacji mogą być podejmowane przez dyrektorów powiatowych urzędów pracy

bądź kierowników biur karier. Nie jest wymagana zgoda instytucji/organizacji trzecich na wdrożenie innowacji, jak również nie jest wymagane wprowadzanie żadnych zmian organizacyjnych i prawnych w tym zakresie.

Użytkownicy będą przygotowywani do wdrożenia innowacji podczas etapu upowszechniania produktu w formie seminariów tematycznych, konferencji upowszechniającej, warsztatu dyskusyjnego oraz korzystając z bezpłatnego podręcznika i gotowych materiałów szkoleniowych.

Szacowane koszty i czas wdrożenia produktu finalnego

Koszty wdrożenia mogą być oszacowane w trzech wariantach:

Wariant pierwszy – bezkosztowy. W wariantcie tym warsztaty i zajęcia ćwiczeniowe prowadzone są przez pracownika IRP w ramach jego godzin pracy w oparciu o darmowe narzędzia (podręcznik, skrypty, portal internetowy, materiały ćwiczeniowe) opracowane w ramach modelu Art-Aktywator i udostępniane zainteresowanym instytucjom rynku pracy. Kosztów nie ponoszą również odbiorcy korzystający z tych narzędzi. Jedynym potrzebnym nakładem byłyby środki przeznaczone na wydruk niezbędnych materiałów do warsztatów, czas na przygotowanie się i prowadzenie zajęć stacjonarnych oraz organizację odpowiednich sal komputerowych. W przypadku wyboru węższej, wyłącznie e-learningowej wersji, która nie wymagałaby organizacji warsztatów, koszty w zasadzie spadają do zera.

W wariantcie drugim, który zakłada, że odbiorcy korzystają ze szkolenia e-learningowego, a pracownik IRP otrzymuje wynagrodzenie za prowadzenie warsztatów, koszty finansowe wyniosą 675 zł przy grupie 20-osobowej (33,75 zł na 1 uczestnika). Kwota ta zawiera wynagrodzenie pracownika IRP (25 zł/godz.) pomnożone przez liczbę godzin warsztatowych (27).

W wariantcie trzecim, zakładającym, że odbiorcy korzystają ze szkolenia stacjonarnego koszty finansowe wyniosą 5475 zł przy grupie 20-osobowej (273,75 zł na 1 uczestnika). Koszty obejmują nakłady wymienione w wariantcie tańszym oraz wynagrodzenie trenerów prowadzących szkolenia (48 godz. x 100 zł/godz.).

Pozostałe koszty to sale na 27 godzin wsparcia (w pierwszym wariantcie) lub 75 godzin (w drugim wariantcie). Większość instytucji rynku pracy jest w stanie przeznaczyć własne pomieszczenia na tego rodzaju zajęcia. Koszty materiałów

biurowych są symboliczne: wydruk plansz i kart do gry, karty ćwiczeń, papier flipchart, ale te materiały mogą być wykorzystywane wielokrotnie.

Zatem koszty wdrożenia produktu są bardzo niskie, kilkakrotnie niższe niż przeciętne szkolenie finansowane ze środków EFS na 1 uczestnika.

Czas wdrożenia produktu finalnego to ok. 79 godzin wsparcia, w tym ok. 4 godziny pracy domowej uczestników. Cała ścieżka to 13 dni wsparcia, ale może być ona rozciągnięta w czasie po to, aby uczestnicy mogli lepiej przemyśleć przygotowanie biznesowe i lepiej przygotować swoje strategie marketingowe oraz portfolio.

Wdrożenie modelu Art-Aktywator wspierającego osoby bezrobotne po kierunkach związanych z kulturą przyniesie istotne efekty społeczne. Celem modelu jest rozwój przemysłów kreatywnych, a nie zmiana profilu zawodowego absolwentów, która powodowałaby utratę ich wiedzy i ograniczenie możliwości rozwoju talentów. Oznaczałoby to niewykorzystanie potencjału wiedzy ukształtowanego w trakcie 5-letnich studiów oraz pasji twórczej. Wiązałyby się z tym koszty natury psychologicznej (frustracja młodych osób) i demograficznej (skłonność do postaw migracyjnych).

VIII. Dostępność produktu finalnego dla jego przyszłych użytkowników

Użytkownikami produktu finalnego są przedstawiciele kadry zarządzającej i pracowniczey instytucji rynku pracy: publicznych służb zatrudnienia z terenu województwa lubelskiego oraz z trzech województw ościennych: podlaskiego, podkarpackiego i świętokrzyskiego, przedstawiciele instytucji kultury z województwa lubelskiego, biura karier uczelni wyższych, przedstawiciele organizacji pozarządowych z województwa, lokalni i regionalni decydenci samorządowi, instytucje szkoleniowe, itp.

Wskazane grupy, do których są kierowane działania upowszechniające i włączające, mają możliwość realnego wpływu na włączenie produktu finalnego do powszechnej praktyki.

W celu zapewnienia dostępności produktu finalnego dla jego przyszłych użytkowników zostanie przeprowadzone jego szerokie upowszechnianie.

Przedmiotem upowszechniania będzie cały produkt finalny: model Art-Aktywator i składające się na niego cztery produkty pośrednie:

1. Podręcznik dla instytucji rynku pracy „Artysta to także zawód! Podręcznik aktywizacji społeczno-zawodowej osób związanych z kulturą i sztuką”
2. Platforma internetowa www.art-aktywator.pl
3. Instrukcja do platformy internetowej
4. Materiały do prowadzenia specjalistycznych 4-modułowych szkoleń

Narzędziami upowszechniania informacji o produkcie będą:

- artykuły na stronach internetowych Lidera, Partnerów projektu, IRP, instytucji kultury, NGO, biura karier uczelni wyższych
- artykuły na branżowych portalach internetowych związanych z kulturą i sztuką
- ogłoszenia prasowe w prasie regionalnej
- stały mailing do instytucji rynku pracy z województwa lubelskiego
- konferencja upowszechniająca
- dystrybucja 1500 sztuk podręczników do IRP z woj. lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego i świętokrzyskiego
- listy informacyjne do przedsiębiorców i instytucji kultury
- seminaria tematyczne dla doradców zawodowych i pośredników pracy z instytucji rynku pracy
- bezpośrednie spotkania lobbingowe w siedzibach instytucji rynku pracy woj. lubelskim, podkarpackim, podlaskim i świętokrzyskim
- warsztat dyskusyjny z udziałem przedstawicieli instytucji rynku pracy, w tym szczebla kierowniczego, lokalni i regionalni decydenci samorządowi oraz przedstawiciele instytucji kultury z województwa lubelskiego.
- listy rekomendacyjne do przedstawicieli szczebla kierowniczego instytucji rynku pracy i instytucji kultury z terenu województwa lubelskiego, a także do regionalnych mediów

Natomiast formami upowszechniania produktu finalnego staną się:

- konferencja upowszechniająca,
- dystrybucja 1500 sztuk podręczników do IRP z woj. lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego i świętokrzyskiego,

- seminaria tematyczne dla doradców zawodowych i pośredników pracy z instytucji rynku pracy,
- bezpośrednie spotkania lobbingowe w siedzibach instytucji rynku pracy woj. lubelskim, podkarpackim, podlaskim i świętokrzyskim,
- warsztat dyskusyjny z udziałem przedstawicieli instytucji rynku pracy, w tym szczebla kierowniczego, lokalni i regionalni decydenci samorządowi oraz przedstawiciele instytucji kultury z województwa lubelskiego.

Cały produkt finalny: model Art-Aktywator jest umieszczony na portalu www.art-aktywator.pl, natomiast na stronach Lidera i Partnerów projektu znajdują się linki do tego portalu.

Adres portalu i stron wraz z informacją o możliwości pobrania produktu finalnego zostaną podane we wszystkich powyżej wymienionych materiałach upowszechniających.

IX. Zmiany w zakresie strategii upowszechniania

W celu zwiększenia dostępności informacji o produkcie finalnym Zespół Projektu i Grupa Sterująca podjęli decyzję o wprowadzeniu zmiany do działań upowszechniających zawartych w strategii upowszechniania.

W celu zwiększenia zasięgu upowszechniania zostanie zwiększona ilość wydrukowanych sztuk podręcznika z 1000 na 1500 sztuk.

Poza powyższym nie wprowadzono żadnych innych zmian w strategii działań upowszechniających, o których mowa w Strategii Wdrażania Projektu Innowacyjnego Testującego.

X. Zmiany w zakresie strategii włączania do głównego nurtu polityki

Ostateczna wersja produktu finalnego nie wymaga wprowadzania zmian w strategii działań włączających, o których mowa w Strategii Wdrażania Projektu Innowacyjnego Testującego.

XI. Wykaz załączników

1. Wersja elektroniczna opisu produktu finalnego projektu innowacyjnego testującego wraz z załącznikami.
2. Ścieżka wsparcia – Model Art-Aktywator - Instrukcja stosowania produktu finalnego.
3. Produkt Pośredni 1 – Podręcznik pt. „Artysta to także zawód! Podręcznik aktywizacji społeczno-zawodowej osób związanych z kulturą i sztuką”.
4. Produkt Pośredni 2 – Platforma internetowa www.art-aktywator.pl.
5. Produkt Pośredni 3 – Instrukcja do platformy internetowej www.art-aktywator.pl.
6. Produkt Pośredni 4 – Scenariusze szkoleń wraz z materiałami szkoleniowymi i wytycznymi dla trenerów.
7. Raport z testowania wstępnej wersji produktu finalnego Art- Aktywator.
8. Raport z ewaluacji zewnętrznej projektu innowacyjnego „Ocena efektów testowania wstępnej wersji produktu finalnego”.

Fundacja Aktywności Obywatelskiej – Lider	Monika Dominik – Prezes
--	----------------------------	-------

Fundacja Likejon/Lykeion Foundation – Partner 1	Robert Fatyga – Prezes Zarządu
--	-----------------------------------	-------

Europerspektywa Beata Romejko – Partner 2	Beata Romejko – Właściciel
---	-------------------------------	-------