



WARSZTATY

dla przygotowania strategii projektu innowacyjnego – testującego:
„Laboratorium Dydaktyki Cyfrowej dla Szkół Województwa Małopolskiego”
PO KL 9.6.2

RAMOWY PROGRAM WARSZTATÓW

Łączny czas trwania warsztatów: **24 godz. dydaktyczne**

1 godzina dydaktyczna: **45 min.**

Liczba spotkań: **4 spotkania po 6 godz. dydaktycznych**

Liczba grup: **1**

Liczba uczestników w grupie: **8**

Adresat: **członkowie zespołu projektowego ze strony MCDN
oraz Stowarzyszenia Miasta w Internecie**

Miejsce szkolenia: **MCDN ODN w Tarnowie**

ul. Nowy Świat 30; 33-100 Tarnów

Przewidywany termin realizacji: **wrzesień– listopad 2013 r.**

Wymagana liczba prowadzących warsztaty: **2 (w każdym module po 2 ekspertów)**

Zawartość programu warsztatów:

1. Cel główny;
2. Przewidywane cele szczegółowe i rezultaty szkolenia;
3. Umiejętności uczestników nabyte na szkoleniu;
4. Plan szkolenia;
5. Dydaktyczna mapa programu warsztatów;
6. Ramowy program warsztatów wg modułów.





1. CEL GŁÓWNY:

Celem głównym warsztatów jest opracowanie wraz z zespołem projektowym koncepcji strategii wdrażania projektu testującego innowacyjnego „LDC – Laboratorium Dydaktyki Cyfrowej dla Szkół Województwa Małopolskiego” - działanie 9.6 PO KL - realizowanego przez Małopolskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli i Stowarzyszenie Miasta w Internecie.

2. PRZEWIDYWANE CELE I REZULTATY SZKOLENIA:

- Zapoznanie uczestników z formalno-prawnymi zasadami tworzenia strategii projektów innowacyjnych;
- Wykorzystanie doświadczeń uczestników do pogłębionej analizy innowacyjności i celów projektu, w oparciu o listę sprawdzającą oceny strategii projektów innowacyjnych;
- Wykorzystanie doświadczeń uczestników do pogłębionej analizy zaplanowanych etapów testowania produktu oraz przebiegu monitoringu projektu w oparciu o listę sprawdzającą oceny strategii projektów innowacyjnych;
- Wykorzystanie doświadczeń uczestników do pogłębionej analizy zaplanowanych etapów upowszechniania produktu projektu oraz ryzyka w oparciu o listę sprawdzającą oceny strategii projektów innowacyjnych;
- Wypracowanie w oparciu o doświadczenie uczestników, a także w oparciu o materiały oraz zebrane dane - koncepcji strategii projektu.

3. PO UKOŃCZENIU SZKOLENIA UCZESTNIK BĘDZIE POTRAFIŁ:

- Rozróżniać poszczególne elementy budujące strukturę strategii projektu oraz trafnie formułować cele projektu w oparciu o wymogi formalne;
- Trafnie diagnozować przyczyny oraz skalę problemów, których rozwiązanie jest celem projektu, a także wskazywać na elementy tworzące innowacyjność projektu;
- Oceniać rolę i przydatność produktu finalnego w projekcie;
- Skuteczniej planować działania w poszczególnych etapach realizacji projektu oraz planować proces monitoringu i ewaluacji działań;
- Oceniać ryzyko oraz kalkulować jego występowanie przy realizacji poszczególnych faz projektu.

4. PLAN SZKOLENIA:

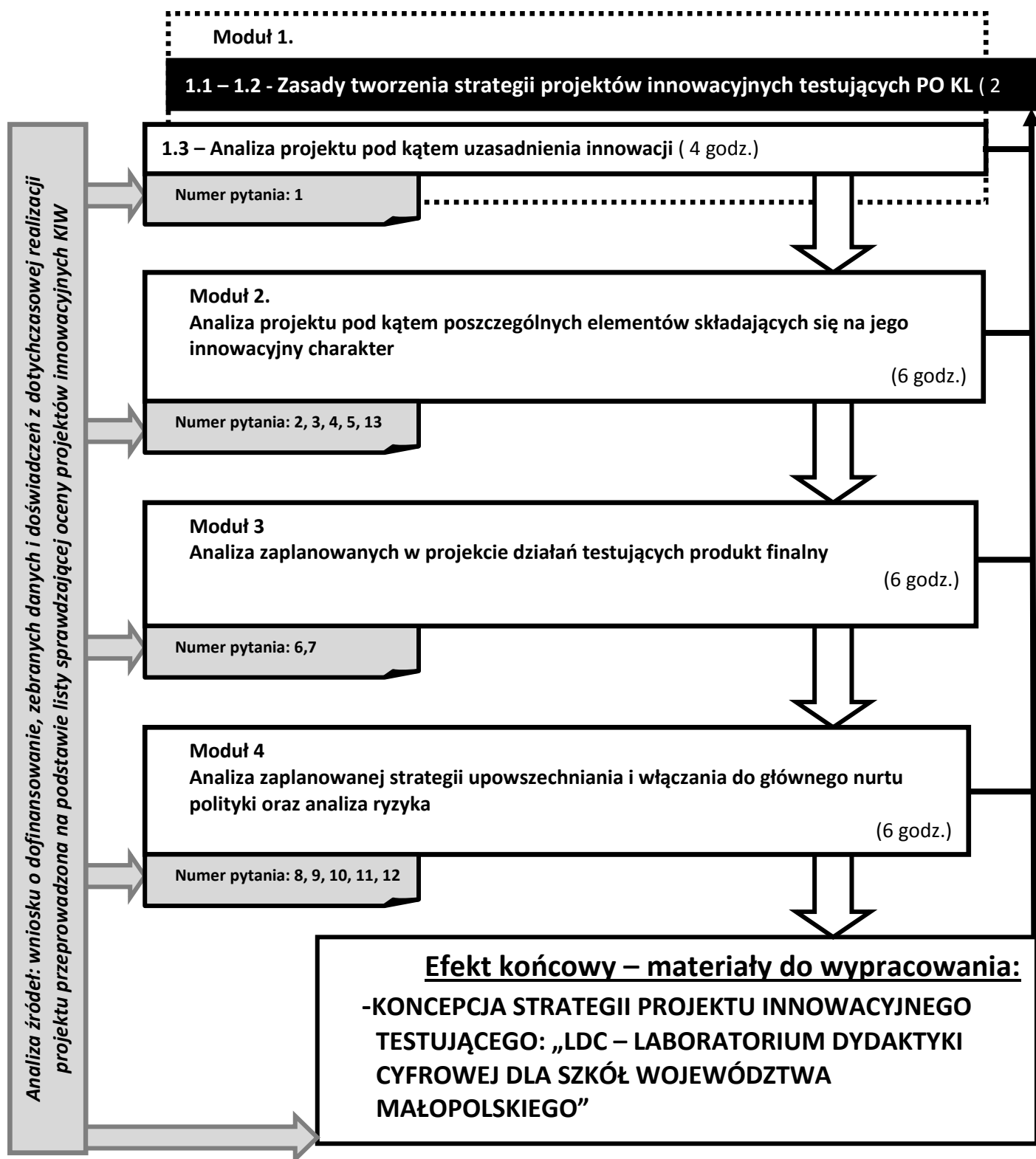
Lp.	Moduły szkoleniowe	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	W tym	
			Wykład	Ćwiczenia /dyskusja
1.	Zasady tworzenia strategii projektów innowacyjnych testujących PO KL			
1.1.	Zasady formalno-prawne i procedury związane z tworzeniem strategii projektów innowacyjnych testujących PO KL.	1	1	-
1.2.	Budowa strategii i charakterystyka zawartości merytorycznej.	1	1	-
1.3.	Uzasadnienie innowacji wdrażanej projektem „LDC” – analiza na podstawie listy sprawdzającej celu głównego: - przyczyny występowania opisanych problemów, - skalę występowania opisanych problemów, - konsekwencje istnienia zidentyfikowanych problemów.	4	-	4
Razem:		6	2	4



2.	Innowacja wdrażana w projekcie „LDC”			
2.1.	Analiza stanu docelowego po wprowadzeniu innowacji oraz zdefiniowanych we wniosku celów projektu pod kątem poprawności i spójności z koncepcją projektu.	1	-	1
2.2.	Analiza danych do weryfikacji celów na podstawie wypracowanych w projekcie źródeł.	1	-	1
2.3.	Wskaźniki do osiągnięcia celów – analiza poprawności.	1	-	1
2.4.	Określenie grup docelowych wykorzystujących innowację w przyszłości.	1	-	1
2.5.	Zdefiniowanie warunków prawidłowego działania innowacji oraz efektów, jakie przyniesie jej zastosowanie.	1	-	1
2.6.	Produkt finalny, jako instrument wprowadzenia innowacji – określenie zawartości produktu projektu „LDC”.	1	-	1
Razem:		6	-	6
3.	Działania testujące produkt finalny			
3.1.	Dobór grup użytkowników i odbiorców w fazie testowania – analiza zasadności ich struktury i liczebności oraz metody ich pozyskania dla projektu. Opis materiałów dla uczestników.	3	-	3
3.2.	Sposób sprawdzenia czy innowacja działa: - zasady monitoringu w fazie testowania, - sposób oceny wyników testowania, - zasady zewnętrznej ewaluacji produktu finalnego.	3	-	3
Razem:		6	-	6
4.	Strategia upowszechniania i analiza ryzyka			
4.1.	Cel działań upowszechniających oraz grupy docelowe i interesariusze w tej fazie projektu – ich charakterystyka, analiza doboru, liczebność.	1	-	1
4.2.	Plan działania w strategii upowszechniania – analiza w ujęciu horyzontalnym z podziałem na fazy wdrażania produktu.	1	-	1
4.3.	Strategia włączania do głównego nurtu polityki – analiza celu, adresata (uzasadnienie doboru) działań włączających w ujęciu horyzontalnym z podziałem na fazy wdrażania produktu.	1	-	1
4.4.	Planowanie kamieni milowych dla II etapu projektu.	1	-	1
4.5.	Identyfikacja zagrożeń i szacowanie ich prawdopodobieństwa.	1	-	1
4.6.	Szacowanie wpływu ryzyka na realizację projektu – analiza sposobów ich przewyciężenia.	1	-	1
Razem:		6	-	1
Ogółem		24	2	22



5. DYDAKTYCZNA MAPA PROGRAMU WARSZTATÓW:





6. RAMOWY PROGRAM WARSZTATÓW WG MODUŁÓW:

Moduł I. Zasady tworzenia strategii projektów innowacyjnych testujących PO KL (6 godz. dyd.):

Cel: Zapoznanie uczestników z formalno-prawnymi zasadami tworzenia strategii projektów innowacyjnych (1.1. – 1.2.); Pogłębiona analiza innowacyjności i celów projektu w oparciu o listę sprawdzającą oceny strategii projektów innowacyjnych (1.3.).

Efekt główny/ strategiczny: Uzupelnienie wiedzy uczestników na temat poszczególnych elementów budujących strukturę strategii projektu oraz trafne sformułowanie celów projektu w oparciu o wymogi formalne i planowany stan docelowy.

Opis materiałów wytworzonych przez uczestników szkolenia: Opis uzasadnienia innowacji projektu do strategii wdrażania.

Moduł II. Innowacja wdrażana w projekcie „LDC”. (6 godz. dyd.):

Cel: Analiza projektu pod kątem poszczególnych elementów składających się na jego innowacyjny charakter.

Efekt główny/ strategiczny: Dokonanie weryfikacji diagnozy przyczyn oraz skali problemów, których rozwiązanie jest celem projektu, weryfikacja sformułowanych celów projektu i wskaźników, które będą weryfikować ich osiągnięcie, a także wskazanie elementów tworzących innowacyjność produktu.

Opis materiałów wytworzonych przez uczestników szkolenia: Opis celów szczegółowych projektu, wskaźników pomiaru ich osiągnięcia i ich wartości, grup docelowych oraz produktu finalnego projektu do strategii wdrażania.

Moduł III. Działania testujące produkt finalny. (6 godz. dyd.):

Cel: Analiza zaplanowanych w projekcie działań testujących produkt finalny.

Efekt główny/ strategiczny: Dokonanie weryfikacji planowanych działań testujących produkt finalny pod kątem doboru grup użytkowników i odbiorców, sposobu ich pozyskania, planu działań, charakterystyki materiałów, jakie otrzymają uczestnicy oraz przebiegu monitoringu i ewaluacji oceny testowania.

Opis materiałów wytworzonych przez uczestników szkolenia: Opis doboru grup użytkowników i odbiorców, sposobu ich pozyskania, planu działania, materiałów dla uczestników testowania oraz monitoringu i ewaluacji do strategii wdrażania.

Moduł IV. Strategia upowszechniania i analiza ryzyka. (6 godz. dyd.):

Cel: Analiza zaplanowanej strategii upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki oraz analiza ryzyka.

Efekt główny/ strategiczny: Dokonanie weryfikacji planowanych działań upowszechniających i włączających do głównego nurtu polityki produkt finalny pod kątem celu upowszechniania, grup docelowych i interesariuszy projektu i poprawności planu działań; Dokonanie weryfikacji przyjętego stopnia ryzyka i zagrożeń oraz ich oszacowanie.

Opis materiałów wytworzonych przez uczestników szkolenia: Opis działań upowszechniających i włączających do głównego nurtu polityki oraz opis analizy ryzyka do strategii wdrażania.