



# PORADNIK

## JAK STWORZYĆ PROJEKT ROZWIĄZANIA PROBLEMU?

KONKURS WIEDZY OBYWATELSKIEJ I EKONOMICZNEJ 2011/2012

Wstęp .....	2
Jak stworzyć projekt rozwiązania problemu? .....	2
Wybór tematu .....	2
Analiza cudzych źródeł.....	3
Diagnoza .....	5
Dwie strategie rozwiązania problemu .....	6
Analiza SWOT.....	11
Rozmowa z ekspertem.....	13
Wybór rozwiązania .....	15
Wymagania formalne .....	17

## WSTĘP

**Cel.** Poradnik ten pokazuje, w jaki sposób stworzyć projekt rozwiązania problemu.

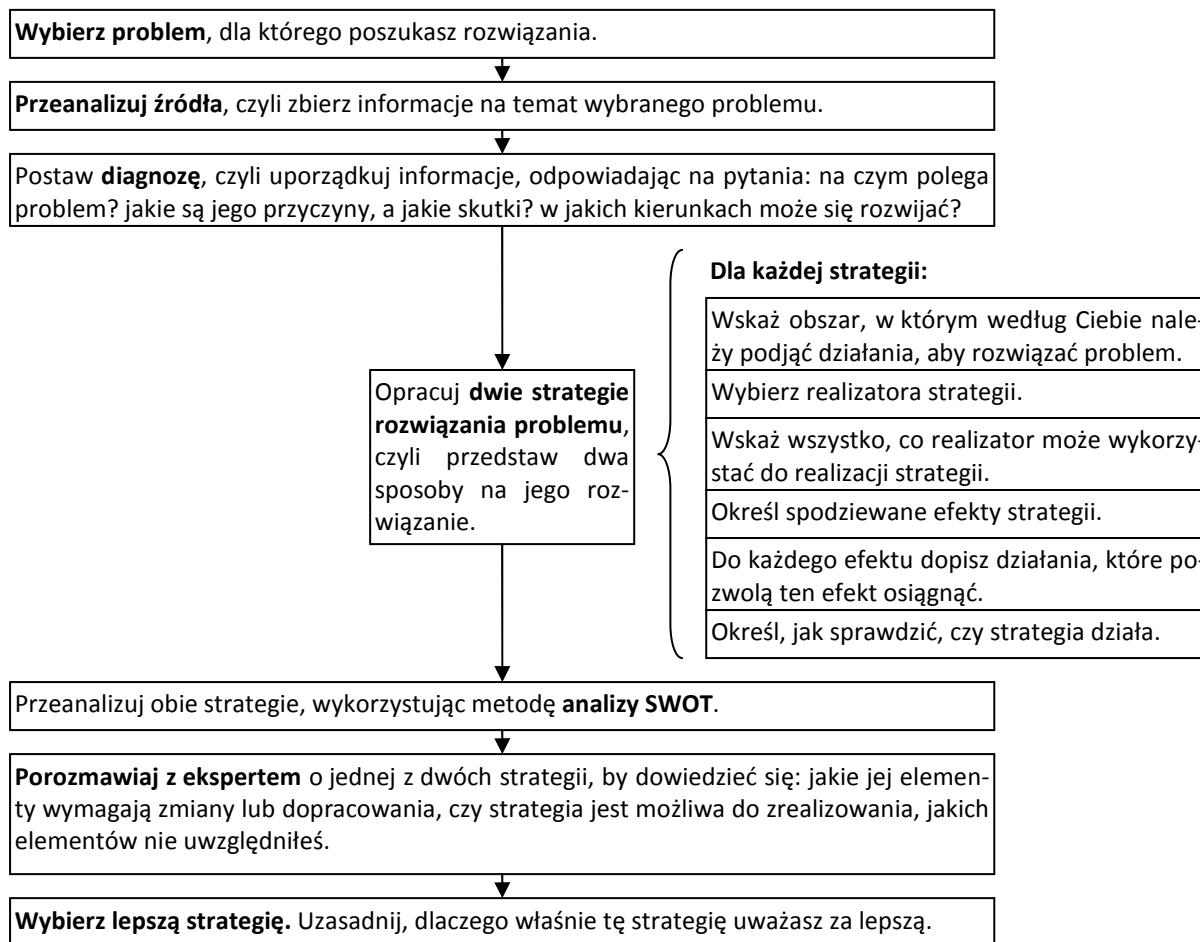
**Struktura.** Jest podzielony na rozdziały odpowiadające etapom projektu, które będą podlegały ocenie. W każdym rozdziale znajdziesz: opis zadań z poradami dotyczącymi ich realizacji, elementy, które będą oceniane oraz przykład zapisu, który powinien się pojawić w projekcie po poszczególnych etapach.

**Przykład projektu.** W poradniku znajdziesz nie tylko wyjaśnienia, jak stworzyć projekt. Będziesz mógł także prześledzić realizację przykładowego projektu rozwiązania problemu: na końcu każdego rozdziału znajdziesz propozycję uproszczonego zapisu danego etapu.

**Sposób korzystania z poradnika.** Poradnik warto przeczytać w całości jeszcze przed przystąpieniem do tworzenia projektu. Pozwoli to uniknąć błędów związanych ze skupieniem się na realizacji jednego etapu kosztem innych. Łatwiej ci będzie pracować, gdy będziesz wiedział, co jeszcze pozostało do zrobienia.

**Pytania? Pisz!** Jeśli po lekturze miałbyś dodatkowe pytania czy wątpliwości, podziel się nimi, pisząc na adres: [kwoie@ceo.org.pl](mailto:kwoie@ceo.org.pl). Podyskutuj też o nich z nauczycielem i poszukaj dodatkowych informacji w internecie.

## JAK STWORZYĆ PROJEKT ROZWIĄZANIA PROBLEMU?



## WYBÓR TEMATU

### CO TRZEBA ZROBIĆ? JAKI JEST TEGO CEL?

Pierwszą rzeczą, jaką należy zrobić w związku z realizacją projektu, jest wybranie jego tematu, czyli określenie problemu, którego rozwiązanie zaplanujesz. Tego, jak to zrobić, dowiesz się z tego rozdziału.

### CO BĘDZIE OCENIANE?

- Czy określiłeś temat projektu rozwiązania problemu?

- Czy wybrany temat dotyczy problemu społecznego?
- Czy temat nie jest zbyt szeroki? Czy został zawężony do problemu możliwego do rozwiązania?

## JAK WYBRAĆ TEMAT?

### Czy temat może być dowolny?

Nie. Istnieją pewne ograniczenia w wyborze tematu, np.:

- **Temat musi dotyczyć problemu społecznego.** Problem to taka sytuacja, z której istnieniem się nie zgadzamy i chcemy ją zmienić. Z kolei problem społeczny dotyczy wielu osób, czyli łączy się w szczególności z kwestiami politycznymi i ekonomicznymi. Przykładowe problemy:
  - niska aktywność osób starszych,
  - nieefektywność nauki w polskich szkołach,
  - zagrożenia związane z korzystaniem z internetu przez ludzi młodych,
  - kryzys zarządzania w strefie euro,
  - bezrobocie wśród młodzieży.
- **Temat musi być zawężony.** „Rozwiązanie problemu głodu na świecie” to zagadnienie bardzo złożone i nie ma tu szybkich recept, ale już „Rozwiązanie problemu głodu wśród dzieci w szkołach gminy Działdowo” może okazać się możliwe do realizacji – wiadomo, wśród kogo (*dzieci*) i gdzie (*szkoły w Działdowie*) problem ma być rozwiązany.

### Jak znaleźć temat?

Po pierwsze, zastanów się, **co cię interesuje** i obchodzi. Najwięcej wiedzy z realizacji projektu wyniesiesz ty – wybierz więc temat zgodny z twoimi zainteresowaniami. Możesz zainspirować się propozycjami podanymi powyżej, jednak lepiej, byś rozejrzał się wokół. Im bliższy ci i ciekawszy temat wybierzesz, tym lepiej dla ciebie i oceny twojego projektu.

Po drugie, **poszukaj inspiracji** w źródłach (np. w mediach). Temat projektu powinien być istotny społecznie, tzn. ma interesować nie tylko Ciebie, ale i innych ludzi. Wyrazem tego zainteresowania mogą być artykuły, reportaże, badania temu poświęcone itd.

Na koniec upewnij się, że jesteś w stanie **znaleźć eksperta**, który wesprze cię w pracy.

### Jak określić temat?

Oto przykładowe tematy projektu rozwiązania problemu:

- Jak rozwiązać problem niskiej aktywności starszych mieszkańców osiedla im. Marii Skłodowskiej-Curie w Siedlcach?
- Problem niskiej aktywności starszych mieszkańców osiedla im. Marii Skłodowskiej-Curie w Siedlcach.
- Co zrobić, by starsi mieszkańcy osiedla im. Marii Skłodowskiej-Curie w Siedlcach byli bardziej aktywni?

Temat projektu powinien znaleźć się na stronie tytułowej wraz z określeniem rodzaju projektu oraz innymi informacjami określonymi w wymogach formalnych.

## PRZYKŁAD

„Ściąganie na lekcjach WOS-u wśród uczniów Publicznego Gimnazjum nr 7 w Stanisławowie”

Powyższy zapis tematu projektu jest kompletny. Temat dotyczy zjawiska społecznego (ściągnięcia) i jest ograniczony (do uczniów na lekcjach WOS-u w Publicznym Gimnazjum nr 7 w Stanisławowie).

## ANALIZA CUDZYCH ŹRÓDEŁ

### CO TRZEBA ZROBIĆ? JAKI JEST TEGO CEL?

Określiłeś już problem, dla którego poszukasz rozwiązania. Nadeszła kolej na głębsze poznanie problemu, czyli zebranie wiadomości na jego temat. Zdobycie tych informacji ułatwi ci przygotowanie propozycji skutecznego rozwiązania problemu.

Podczas analizy źródeł poszukasz, zbierzesz i zanotujesz informacje na temat problemu. W szczególności zwróć uwagę:

- na czym polega problem,
- jakie są jego przyczyny,
- jakie są jego skutki,
- jakie są możliwe kierunki jego rozwoju.

### CO BĘDZIE OCENIANE?

- Czy wybrałeś źródła dotyczące rozwiązywanego problemu?
- Czy pokazałeś różne punkty widzenia na problem?
- Czy pokazałeś różne stanowiska zajmowane wobec problemu?
- Czy zebrane źródła mają różnorodną formę (np. raport, wywiad, obraz, audycja, artykuł, film)?
- Czy obiektywnie przedstawiłeś zebrane informacje (nie oceniałeś ich)?

### JAK WYBRAĆ ŹRÓDŁA, ZNALEŹĆ INFORMACJE I JE ZAPREZENTOWAĆ?

Źródło to wszystko, co odnosi się do wybranego problemu i skąd czerpiesz informacje na jego temat. Źródło może opisywać problem, ale też go komentować. Może być nim np. wynik badań, lecz także komentarz do tych wyników w postaci audycji radiowej.

Pamiętaj, że twoim zadaniem jest przeanalizowanie źródeł stworzonych przez osoby inne niż ty. To oznacza, że jako źródła nie możesz wykorzystać badania przeprowadzonego przez siebie. Na przykład, przeprowadzona przez ciebie rozmowa nie może być źródłem.

#### Gdzie szukać informacji o problemie?

- w publikacjach instytucji państwowych i samorządowych (np. aktach prawnych, raportach, analizach)
- w publikacjach organizacji pozarządowych (np. broszurach, informatorach, raportach, analizach)
- wśród osób, których problem dotyczy (np. wypowiedzi na forum internetowym, w wywiadzie, dokumentach samorządu uczniowskiego, klubu sportowego)
- w wynikach badań społecznych (np. raport GUS, analiza wyników badania CBOS)
- w mediach (np. artykułach prasowych, audycjach radiowych, wywiadach, rysunkach satyrycznych)
- w wytworach kultury (np. piosenkach, filmach)

Informacji, na czym polega problem, jakie są jego przyczyny i skutki oraz w jakich kierunkach może się rozwijać, **nie powinieneś szukać w jednym źródle**. Sztuka polega na takim doborze źródeł, aby informacje się uzupełniały (np. w raporcie znajdziesz informacje o przyczynach i skutkach, w książce o tym, na czym problem polega, a w audycji radiowej o kierunkach jego rozwoju).

#### Jakich źródeł szukać?

- na temat, czyli dotyczących wybranego problemu
- aktualnych
- wiarygodnych, czyli np. autorstwa osób znających się na problemie, publikowanych przez instytucje naukowe
- pokazujących różne punkty widzenia (np. ucznia, rodzica i nauczyciela, petenta i urzędnika, rodzica, dziadków i dziecka, przełożonego i podwładnego)
- pokazujących różne stanowiska wobec problemu (np. wskazujących różne przyczyny czy odmienne kierunki jego rozwoju)
- o różnorodnej formie (np. raportu, audycji radiowej, rysunku satyrycznego).

#### Czym jest punkt widzenia, a czym stanowisko?

Punkty widzenia autorów źródeł to perspektywy patrzenia na dany problem, które związane z pozycjami społecznymi oraz rolami autorów, jakie odgrywają w społeczeństwie (np. dyrektor, nauczyciel, uczeń lub dziadek, matka, syn). Stanowiska to poglądy, jakie przedstawiają.

Zwróć uwagę na to, że osoby o różnych punktach widzenia na problem nie muszą mieć różnych stanowisk. Na przykład: nauczyciel i uczeń mogą mieć te same stanowiska: krytykować działania rady samorządu uczniowskiego.

go. Równie dobrze osoby o tych samych punktach widzenia mogą mieć różne stanowiska w tej samej sprawie. Na przykład: dwóch uczniów może mieć różne opinie na temat działalności rady samorządu.

### Ile źródeł wybrać?

Tyle, by **zdożyć wszechstronne informacje** na temat problemu: tego, na czym polega, jego przyczyn, skutków oraz przewidywanych kierunków rozwoju. Czasem wystarczą cztery, ale niekiedy może się przydać dwa razy więcej – wszystko zależy od tego, jakie informacje znajdziesz w wybranych źródłach.

### Jak zaprezentować zebrane informacje?

Gdy zbierzesz informacje, nadejdzie czas na ich prezentację. W jaki sposób je zaprezentować?

- według zagadnień (np. na czym polega problem, jego przyczyny, skutki, kierunki rozwoju)
- według źródeł (np. raport X, wywiad Y, rysunek satyryczny Z)

Jeżeli zdecydujesz się na pierwsze rozwiązanie, weź pod uwagę, że zebrane przez ciebie informacje mogą być sprzeczne. To nie jest błąd – zgromadziłeś i przedstawiasz wszystkie znalezione stanowiska na temat problemu.

Jeżeli zdecydujesz się na drugie rozwiązanie, przedstawisz kompleksowo opinie autorów źródeł, a także podkreślisz ich różne punkty widzenia. Zarazem jednak przekazywane przez ciebie informacje nie będą uporządkowane (co nie jest błędem).

Pamiętaj, aby podczas prezentacji **nie oceniać i nie komentować** zebranych informacji. Twoim zadaniem jest obiektywne przedstawienie stanowisk różnych autorów, a nie odnoszenie się do nich. Własne stanowisko będziesz mógł przedstawić w kolejnej części projektu – diagnozie.

### PRZYKŁAD

*Przeanalizowałam raport MEN „Problemy szkoły” z 2011 r. oraz film Jana Kowalskiego pt. „Daj ściągnąć”. Ściąganie polega na kradzieży efektów cudzej pracy – takie stanowisko wypływa z raportu. Film nie precyzuje, na czym polega ściąganie.*

*Według autorów raportu główną przyczyną ściągania jest strach przed poniżeniem. To samo stanowisko wynika z filmu.*

*Autorzy filmu i raportu wskazują na inne skutki ściągania: w filmie uwaga koncentruje się na powstawaniu relacji między uczniami, podczas gdy autorzy raportu kładą nacisk na niedostateczne wyniki uczniów na egzaminie.*

*Nie ma porozumienia między autorami filmu i raportu w kwestii rozwoju problemu ściągania. Wymowa filmu skłania do przypuszczenia, że problem ten będzie mały. Z drugiej strony autorzy raportu ostrzegają przed jego nasilaniem się w związku z presją rodziców na otrzymywanie jak najlepszych ocen.*

Powyższy zapis jest niekompletny. Mimo że źródła mają różnorodną formę i są na temat, a także zostały obiektywnie przedstawione różne stanowiska i punkty widzenia, to zagadnienie potraktowano „po macoszemu” – ograniczono się tylko do dwóch źródeł, przez co nie pokazano wielu przyczyn i skutków problemu, a także przedstawiono w sposób niepełny, na czym problem polega.

## DIAGNOZA

### CO TRZEBA ZROBIĆ? JAKI JEST TEGO CEL?

Zebrałeś już informacje o problemie. Zapewne są one różnorodne, być może sprzeczne. Nadszedł czas, by je uporządkować. Twoim zadaniem jest określenie czterech aspektów problemu: na czym on polega, jakie są jego przyczyny i skutki oraz możliwe kierunki rozwoju. Gdy to zrobisz, będziesz miał wiedzę o problemie. Będzie ona podstawą do stworzenia dwóch strategii rozwiązania problemu.

### CO BĘDZIE OCENIANE?

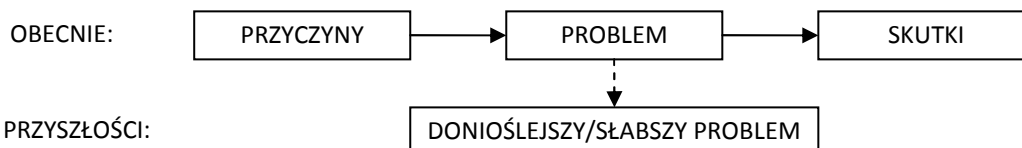
- Czy odpowiedziałeś na poniższe pytania wyłącznie na podstawie analizy źródeł?
- Czy wyjaśniłeś, na czym polega analizowany problem?
- Czy przedstawiłeś przyczyny analizowanego problemu?
- Czy przedstawiłeś skutki analizowanego problemu?
- Czy określiłeś kierunki, w jakich problem może się rozwijać w przyszłości?

## JAK POSTAWIĆ DIAGNOZĘ?

### Czym różni się analiza źródeł od diagnozy?

Pozornie w obu etapach projektu powinieneś wskazać to samo: na czym polega problem, jakie są jego przyczyny i skutki oraz przewidywane kierunki rozwoju. Jednak są to dwa różne elementy projektu.

**Analiza źródeł to zbiór informacji**, które wyszukałeś. Chociaż mogłeś je nieco uporządkować, to zasadniczo są one niezwiązane ze sobą. Podczas ich zbierania natrafiłeś na różne opinie w różnych źródłach, niekiedy sprzeczne. Twoim zadaniem podczas stawiania diagnozy jest wybrnięcie z tej sytuacji. **Diagnoza jest spójnym i logicznym** przedstawieniem problemu. W diagnozie pokazujesz przyczyny, z których wynika to, na czym polega problem, z czego następnie wynikają skutki. Ponieważ czas płynie, pokazujesz też jak problem może się zmieniać w przyszłości.



Stawiając diagnozę możesz przyjąć np. wersję tego autora, który wydaje ci się bardziej przekonujący lub lepiej znający problem. Możesz także połączyć opinie kilku autorów i zaprezentować nowe stanowisko wobec problemu. Jakie działanie podejmiesz, zależy od ciebie – masz możliwość samodzielnego zdecydowania, co znajdzie się w diagnozie. Pamiętaj jednak, aby sformułować diagnozę tylko i wyłącznie na podstawie analizy źródeł.

### Sformułowanie diagnozy

Jak sformułować diagnozę? Odpowiadając kolejno na pytania:

- na czym polega problem?
- jakie są przyczyny problemu?
- jakie są skutki problemu?
- w jakich kierunkach problem może się rozwijać?

Nie ma znaczenia, czy swoje odpowiedzi wypunktujesz i krótko omówisz, czy zapiszesz w postaci zwartego tekstu. Ważne, aby twoja diagnoza tworzyła całość – była spójna i logiczna.

### PRZYKŁAD

*W oparciu o przeanalizowane źródła mogę stwierdzić, że problem ściągania w szkole polega na kradzieży cudzej pracy przez uczniów. Uczniowie kradną cudze prace, ponieważ obawiają się poniżenia wśród swoich koleżanek i kolegów.*

*Skutki ściągania mogą podzielić na pozytywne i negatywne: z jednej strony tworzą się więzi między ściągającymi uczniami, ale z drugiej strony ściąganie skutkuje słabymi wynikami na egzaminie gimnazjalnym.*

*W jakim kierunku problem będzie się rozwijał? Kierunki te są niepewne. Istnieją przesłanki do tego, by przypuszczać, że ściąganie zaniknie, jak również do tego, że będzie powszechniejsze.*

Diagnoza ta jest wyczerpująca. Zawiera cztery elementy (na czym polega problem, jego przyczyny, skutki i kierunki rozwoju) oraz powstała wyłącznie na podstawie analizy źródeł.

## DWIE STRATEGIE ROZWIĄZANIA PROBLEMU

### CO TRZEBA ZROBIĆ? JAKI JEST TEGO CEL?

Masz już wiedzę o problemie. W tej części zaplanujesz dwa sposoby (strategie) jego rozwiązania.

Żeby opracować każdą ze strategii, musisz podjąć te same działania:

1. określasz, w jakim obszarze życia społecznego należy działać, by rozwiązać problem,
2. wybierasz realizatora strategii, czyli podmiot, który może zrealizować strategię, którą zaplanujesz,
3. wskazujesz, czym realizator strategii dysponuje, co może się przydać w realizacji strategii,
4. określasz, jakie efekty ma przynieść realizacja strategii,
5. proponujesz działania, które mają do tych efektów doprowadzić,
6. określasz, jak sprawdzić skuteczność strategii.

### Jak przedstawić obie strategie?

Ponieważ twoim zadaniem jest opracowanie dwóch strategii, proponujemy, byś przedstawił **najpierw jedną** strategię, a **następnie drugą**. Taka struktura pozwoli dostrzec logikę i zależności, jakie występują w ramach jednej strategii.

W naszym poradniku omawiamy jedną, przykładową strategię – pamiętaj, że ty musisz zaplanować dwie.

### Jak rozpocząć pracę nad strategią?

Przed przystąpieniem do planowania strategii **przejrzyj dotychczasowe rozwiązania** omawianego problemu. Dlaczego warto to zrobić? Mogą cię zainspirować. Możliwe, że znajdziesz tam pomysły na to, kto może być realizatorem strategii. Może ułatwi ci one określenie efektów, jakich możesz oczekiwać po realizacji twojej strategii. Poza tym przegląd dotychczasowych strategii pozwoli ci skorzystać z czyjegoś doświadczenia – będziesz mógł poznać sprawdzone rozwiązania i uniknąć błędów popełnionych przez poprzedników.

## OBSZARY DZIAŁAŃ

### Co trzeba zrobić? Jaki jest tego cel?

Poznałeś już podjęte dotychczas próby rozwiązania problemu. Przyszedł czas na podjęcie ważnej decyzji, od której będzie zależała twoja dalsza praca nad strategią. Twoim zadaniem jest wskazanie, w jakim obszarze życia społecznego chcesz podjąć działania, które mogą rozwiązać problem.

Obszar to grupa podobnych działań. Obszarem może być np. edukacja młodzieży, prawo lokalne.

Wskazanie obszaru ma zawęzić twoją dalszą pracę i wstępnie odpowiedzieć na pytanie „Co chcę zrobić?”. Dzięki temu będziesz wiedział, jakiego realizatora strategii wybrać oraz jakie cele i działania zaplanować.

### Co będzie oceniane?

- Czy wskazałeś co najmniej jeden obszar, w którym będzie realizowana twoja strategia?
- Czy wskazane obszary są różne w obu strategiach?

### Ile obszarów działań określić?

Co najmniej jeden dla jednej strategii. Obszary w obu strategiach muszą być różne.

### Jakie obszary wybrać?

Podczas dokonywania wyboru warto **kierować się doświadczeniem osób, które dotychczas próbowały rozwiązać problem**. Może są obszary, w których realizowane działania wymagają poprawy lub zmiany? Może istnieją obszary, w których nie zostały jeszcze podjęte żadne działania? Może warto w jednej strategii pokazać obszar, który wymaga zmian, a w drugiej – zupełnie nowy? Dobór obszarów zależy od ciebie i twojego pomysłu na strategię.

### Przykład

*Jako obszar działań dla strategii A wybrałam: zasady robienia klasówek z WOS-u.*

Przykład jest kompletny: wskazano jeden obszar.

## REALIZATORZY STRATEGII

### Co trzeba zrobić? Jaki jest tego cel?

Wiesz już, w jakim obszarze chcesz rozwiązywać problem. Nadszedł czas na wskazanie, kto będzie realizował strategię. Umożliwi ci to pracę – będziesz wiedział, jakie możliwości (zasoby) ma wykonawca strategii. Wykorzystasz to do zaplanowania realistycznych działań i ich efektów. Ponadto określenie konkretnego realizatora sprawi, że Centrum Edukacji Obywatelskiej będzie mogło przekazać mu twój projekt i być może twoja strategia zostanie wcielona w życie.

### Co będzie oceniane?

- Czy wskazałeś potencjalnych realizatorów strategii (grupę ludzi, instytucję lub organizację, która mogłaby rozwiązać wybrany przez ciebie problem)?
- Czy wskazałeś różnych realizatorów dla różnych strategii?
- Czy wskazałeś zasoby, które mogą oni wykorzystać podczas realizacji strategii?
- Czy podałeś źródło informacji o każdym z zasobów?

## Jak wybrać realizatora strategii?

### Kto może być realizatorem strategii?

Każda instytucja, organizacja, grupa ludzi lub osoba, która **ma możliwość podjęcia działań we wskazanym przez siebie obszarze**. Np. w przypadku problemu dewastacji składów Szybkiej Kolei Miejskiej w Warszawie jednym z obszarów mogłaby być kampania społeczna. Realizatorami strategii w tym obszarze mogłyby być: Zarząd Transportu Miejskiego, spółka Szybka Kolej Miejska Sp. z o.o., Straż Ochrony Kolei SKM czy Klub Miłośników Komunikacji Miejskiej w Warszawie.

Podczas dokonywania wyboru realizatora musisz sprawdzić, jakimi możliwościami (zasobami) dysponuje potencjalny realizator. Zastanów się, czy dysponując tymi zasobami jest w stanie podjąć działania we wskazanym obszarze. Jeśli tak – jest to dobry kandydat na realizatora. Jeśli nie – poszukaj innego.

### Jak określić zasoby realizatora strategii?

Wybrany przez siebie realizator strategii dysponuje wieloma zasobami i określenie wszystkich jest niewykonalne (czasem nawet sam realizator nie zdaje sobie sprawy z ich posiadania). Dlatego zachęcamy cię do skoncentrowania się na **tych zasobach, które mogą okazać się przydatne** we wskazanym przez siebie obszarze.

### Na jakie zasoby zwrócić uwagę?

To zależy od obszaru, w którym twoim zdaniem należy podjąć działania. Poniżej przedstawiamy podstawowe grupy zasobów:

- zasoby ludzkie, czyli zatrudnieni pracownicy – ich staż, doświadczenie, kontakty, motywacja do pracy,
- zasoby finansowe, czyli np. środki gotówkowe i dostęp do nich (wiarygodność kredytowa, zdolność do emisji obligacji), kredyty, granty, dotacje, subwencje,
- zasoby kapitałowe, czyli np. budynki, pomieszczenia, urządzenia, surowce, środki transportu,
- zasoby informacyjne, czyli np. doświadczenie w realizacji podobnych strategii, wiedza o problemie,
- zasoby relacyjne, czyli np. stosunki z innymi instytucjami, postrzeganie instytucji przez zwykłych ludzi.

### Skąd czerpać informacje o zasobach?

Ze źródła, czyli od realizatora strategii. Wykorzystaj dane ze strony internetowej (m.in. sprawozdania finansowe, informacje o prowadzonych działaniach, o pracownikach, partnerach). Może warto skontaktować się z realizatorem, aby dowiedzieć się, jakie ma możliwości? Pamiętaj – każdą informację o zasobie powinieneś uwiarygodnić, podając jej źródło.

### Ilu realizatorów strategii wybrać?

Po jednym dla każdej strategii. Jak już pisaliśmy, każda strategia musi mieć innego realizatora.

### Ile zasobów podać?

Tyle, by umożliwiło to podjęcie działań we wskazanym obszarze.

### Przykład

*Realizatorem strategii A będzie nauczyciel WOS-u w gimnazjum w Stanisławowie. Nauczyciel ten dysponuje następującymi zasobami: jedna godzina lekcyjna WOS-u tygodniowo w danej klasie, organizowanie pracy uczniów na lekcji WOS-u, ustalanie tematu zajęć, układanie klasówek z WOS-u, zadawanie prac domowych, ustalanie zasad robienia klasówek z WOS-u. Wymienione zasoby określiłam na podstawie rozmowy z nauczycielem.*

Przykład jest kompletny: wskazano jednego realizatora strategii oraz zasoby umożliwiające podjęcie działań we wskazanym obszarze. Informacje o zasobach zostały uwiarygodnione przez podanie ich źródła.

## SZCZEGÓŁOWE CELE STRATEGII

### Co trzeba zrobić? Jaki jest tego cel?

Wiesz już, w jakim obszarze realizator będzie działał, znasz też jego zasoby. Teraz określisz szczegółowe efekty, jakie ma przynieść realizacja strategii. Aby poprawnie je zapisać, użyjesz zasady SMART.

### Co będzie oceniane?

- Czy dla każdego obszaru sformułowałeś co najmniej dwa szczegółowe cele, które chcesz osiągnąć?



- Czy sformułowałeś je zgodnie z zasadą SMART?

### Jak sformułować cele?

#### Cel główny a cele szczegółowe

Celem głównym strategii jest rozwiązanie problemu. Cele szczegółowe to efekty, które do tego doprowadzą. Na przykład: celem strategii A jest rozwiązanie problemu pasywności osób starszych w Stanisławowie. Cele szczegółowe strategii A to: Znalezienie pracy przez 50 mieszkańców Stanisławowa powyżej 60 roku życia do końca 2014 r., zorganizowanie w drugiej połowie 2012 r. cyklu dziesięciu szkoleń z obsługi komputera dla mieszkańców Stanisławowa powyżej 60 roku życia.

Cele, które musisz sformułować, to właśnie cele szczegółowe.

#### Zasada SMART

Zasada SMART określa, jak poprawnie sformułować cele. Według niej cel powinien być:

- prosty (*simple*) – sformułowany zrozumiale, jednoznacznie, precyzyjnie,
- mierzalny (*measurable*) – dający możliwość sprawdzenia, czy został osiągnięty,
- ambitny (*ambitious*) – zakładający osiągnięcie czegoś, co wymaga pewnego wysiłku; stawiający wysoko poprzeczkę,
- realistyczny (*realistic*) – możliwy do osiągnięcia przy pomocy dostępnych zasobów,
- określony czasowo (*timebound*) – określający czas, w którym ma zostać zrealizowany.

Czy według ciebie podane powyżej przykłady celów szczegółowych są zgodne z zasadą SMART? Przeanalizujmy przykład: zatrudnienie do końca 2014 r. 50 mieszkańców Stanisławowa powyżej 60 roku życia.

S Prosty	Wiemy, ile i jakich osób ma być zatrudnionych – cel jest jednoznaczny, zrozumiały i precyzyjny.
M Mierzalny	To, czy zatrudniono 50 osób powyżej 60 roku życia, da się sprawdzić np. w statystykach Urzędu Pracy – cel jest mierzalny.
A Ambitny	Naszym zdaniem jego osiągnięcie wymaga podjęcia wysiłku; jest trudny, lecz możliwy do osiągnięcia.
R Realistyczny	Dążenie instytucji państwowych do zwiększenia zatrudnienia oraz środki, którymi dysponuje realizator, dają szansę na zrealizowanie celu – jest realistyczny.
T Określony czasowo	Podano konkretny moment, do którego cel ma być zrealizowany – jest określony czasowo.

#### Dobór celu

Twoje cele nie mogą być „wzięte z kosmosu” – muszą pasować do:

- obszaru, w którym strategia będzie realizowana (np. zwiększenie zatrudnienia),
- zasobów, którymi dysponuje realizator strategii (np. pomieszczenie i sprzęt, które mogłyby zostać wykorzystane do przeprowadzenia cyklu szkoleń z obsługi komputera).

#### Ile celów sformułować?

Co najmniej dwa cele do jednego obszaru.

#### Przykład

Cele szczegółowe dla strategii A:

- wprowadzenie pomocniczych materiałów źródłowych do każdego zadania na klasówkach z WOS-u w gimnazjum w Stanisławowie od pierwszego semestru roku szkolnego 2012/2013,
- umożliwienie uczniom gimnazjum w Stanisławowie pracy zespołowej na klasówkach z WOS-u od pierwszego semestru roku szkolnego 2012/2013.

Przykład jest kompletny: wskazano dwa cele, które sformułowane zostały zgodnie z zasadą SMART.

## DZIAŁANIA

### Co trzeba zrobić? Jaki jest tego cel?

Wiesz już, co chcesz osiągnąć poprzez realizację strategii. Przyszła kolej na udzielenie odpowiedzi na pytanie: jak to zrobić. W tej części wskażesz działania, które realizator powinien podjąć, by osiągnąć wymienione cele. Określisz także, jaki czas potrzebny jest na przeprowadzenie tych działań. Dzięki temu pokażesz, jak osiągnąć zamierzone efekty, a co za tym idzie – jak rozwiązać problem.

### Co będzie oceniane?

- Czy wskażesz działania pozwalające zrealizować każdy z przyjętych celów?
- Czy wyjaśniłeś, czemu dana grupa działań pozwala osiągnąć dany cel?
- Czy określiłeś, co będzie potrzebne do zrealizowania danego działania (np. czas, koszty, liczba osób, pomieszczenia)?
- Czy środki potrzebne do realizacji tych działań mieszczą się we wskazanych zasobach?
- Czy określiłeś, w jakim momencie realizacji strategii należy podjąć kolejne działania? (Czy ułożyłeś plan działań?)

### Działania od A do Z

#### Co wykona realizator? Działanie

Działania to wszystkie czynności, które realizator musi podjąć, aby osiągnąć postawiony cel. Dlatego podczas formułowania działań bądź czujny, aby nie przeoczyć jakiegoś ogniwa. Pamiętaj o zdobyciu odpowiednich pozwoleń, środków finansowych, zorganizowaniu miejsc, promocji itd.

#### Czego będzie potrzebował? Środków

Do każdego działania dopisz środki, jakie będą potrzebne do jego realizacji. Ile czasu wymaga wykonanie tego działania? Ile osób będzie potrzebnych do jego realizacji? Jaki sprzęt? Określ wszystko, co twoim zdaniem będzie niezbędne, by podjąć dane działanie.

#### Czym różnią się środki od zasobów realizatora strategii?

Zasobów potrzebowałeś, aby określić, jakie działania może podjąć realizator. Z kolei środki to wszystko, czego realizator będzie potrzebował do wykonania poszczególnych działań (liczba dni, kwota na wydatki, liczba osób). Zatem **wymienione środki muszą się mieścić w zasobach realizatora**. Przykład: dostęp do internetu, drukarki, komputera, telefonu jest częścią zasobu „dostęp do biura”.

#### Kiedy zrealizować działanie?

Wiedząc, co jest potrzebne do wykonania danego działania, realizator musi wiedzieć, kiedy je wykonać. Dlatego określ, na którym etapie realizacji strategii należy podjąć dane działania. Proponujemy określenie tygodni realizacji strategii. Zwróć uwagę, że działania nie muszą zawsze następować po sobie – mogą być wykonywane jednocześnie.

Określenie czasu trwania działań (co jest elementem środków) i ich umiejscowienie w czasie możesz wykonać za pomocą metod używanych w rzeczywistości. Są wśród nich harmonogram i diagram Gantta.

#### Czy działania doprowadzą do osiągnięcia celów szczegółowych?

Gdy już określiłeś działania, napisz, dlaczego właśnie taki ich dobór pozwoli na osiągnięcie celu. Wykonując to zadanie, możesz odpowiedzieć na pytanie: Dlaczego wskazana przeze mnie grupa działań daje szansę na realizację celu?

### Przykład

Cel: umożliwienie uczniom gimnazjum w Stanisławowie pracy zespołowej na klasówkach z WOS-u od pierwszego semestru roku szkolnego 2012/2013.

Działanie	Środki	Kiedy je wykonać?
Spisanie nowych zasad przeprowadzania klasówek	7 dni, 1 osoba, komputer, dostęp do internetu, drukarka	tydzień I
Skonsultowanie propozycji zmian z uczniami		tydzień II i III

Działanie	Środki	Kiedy je wykonać?
Zdobycie zgody dyrektora na wypracowany kształt zasad		tydzień III i IV
Przygotowanie zestawu przykładowych zadań zespołowych		tydzień IV
Przetestowanie zasad		tydzień IV i V
Wprowadzenie zmian do zasad po ich przetestowaniu		tydzień V i VI
Zlecenie zakupu materiałów potrzebnych do pracy zespołowej		tydzień VI

Uważam, że skuteczna zmiana zasad przeprowadzania klasówek wymaga dużego zaangażowania ze strony uczniów, dlatego zaplanowałam konsultacje i przetestowanie zasad z uczniami. Ważnym ogniwem jest też dyrektor, bez którego zgody system nie mógłby zostać wprowadzony. Dlatego zaangażowanie w działania tych dwóch podmiotów oraz duży wkład pracy ze strony nauczyciela powinny pozwolić na osiągnięcie celu.

Przykład jest niekompletny: nie wskazano środków potrzebnych do wykonania każdego z działań.

## MONITOROWANIE SKUTECZNOŚCI STRATEGII

### Co trzeba zrobić? Jaki jest tego cel?

Dzięki podjętym działaniom potencjalny realizator będzie wiedział, jak próbować rozwiązać problem. Ponieważ będzie musiał zaangażować swoje zasoby, zapewne nie zechce czekać do końca realizacji strategii, żeby zobaczyć, czy ona działa. Realizator chce wiedzieć, czy strategia zaczyna przynosić spodziewane efekty, jeszcze zanim się ona skończy.

W tej części projektu określisz sposób sprawdzenia tego, czy problem jest rozwiązywany przez zastosowanie danej strategii. Zdecydujesz, co podczas realizacji pokaże, że strategia działa.

### Co będzie oceniane?

- Czy określiłeś sposób sprawdzenia tego, czy strategia działa?

### Jak sprawdzić, czy strategia działa?

#### Co to znaczy, że strategia działa?

Oznacza to, że rozwiązywany przez ciebie problem zaczyna zanikać. Strategia działa wtedy, gdy pojawia się „jaskółka” świadcząca o tym, że problem ten będzie rozwiązany. Na przykład: rozwiązywanym problemem jest ściąganie wśród uczniów. Zmniejszenie liczby ściągających uczniów, zmniejszenie liczby ściąg w koszach na śmieci, opinia nauczyciela o tym, że uczniowie rzadziej ściągają – to wszystko oznaki tego, że twoja strategia przynosi spodziewany efekt.

#### Jak sprawdzić, czy strategia działa?

Wskaż zjawisko, które będzie świadczyć o tym, że strategia działa (wskaż, co według ciebie jest „jaskółką”). To, jakie to będzie zjawisko, zależy od ciebie i od rozwiązywanego problemu.

#### Uwaga na błąd

Możesz pomyśleć, że wykonanie części działań oznacza, że strategia działa. Tak nie jest. O tym, że strategia działa, świadczy to, że przewidziane efekty są stopniowo osiągnane, lecz nie zostały jeszcze w pełni osiągnięte. Na przykład: zmniejszenie się liczby uczniów ściągających jest „jaskółką”, ale spisanie nowych zasad przeprowadzania klasówek – nie.

### Przykład

*O tym, że strategia rozwiązania problemu ściągania na lekcjach WOS-u wśród uczniów gimnazjum w Stanisławowie działa, świadczyć będzie zmniejszona (w skali klasy) liczba ściąg przygotowywanych na klasówki przez tych uczniów.*

Przykład jest kompletny: podano sposób sprawdzenia, czy strategia działa.

## ANALIZA SWOT

### CO TRZEBA ZROBIĆ? JAKI JEST TEGO CEL?

Zaplanowałeś już obie strategie. Nadszedł czas na chwilę refleksji. Czy obie strategie da się zrealizować? Czy mają szansę rozwiązać problem? Jakie są ich mocne, a jakie słabe strony? Przeprowadzenie analizy SWOT

umożliwi ci udzielenie odpowiedzi na te pytania. Dzięki jej wykonaniu będziesz miał podstawę do wyboru jednej z dwóch strategii.

### CO BĘDZIE OCENIANE?

- Czy wykonałeś analizę SWOT?
- Czy w analizie SWOT uwzględniłeś finansowanie działań, ich czasochłonność i co najmniej dwa inne aspekty?
- Czy każdy aspekt wykorzystałeś w co najmniej dwóch elementach analizy SWOT (mocnych, słabych stronach, szansach, zagrożeniach)?

### JAK PRZEPROWADZIĆ ANALIZĘ SWOT?

Twoim zadaniem jest przeanalizowanie strategii przy użyciu metody analizy SWOT. Jest to technika, w ramach której określisz:

- mocne strony (*strengths*), czyli zalety strategii,
- słabe strony (*weaknesses*), czyli wady strategii,
- szanse (*opportunities*), czyli czynniki zewnętrzne, które mogą pozytywnie wpłynąć na strategię,
- zagrożenia (*threats*), czyli czynniki zewnętrzne, które mogą negatywnie wpłynąć na strategię.

Dla każdej strategii przeprowadź oddzielną analizę SWOT.

#### Określenie aspektów

Analizę zacznij od określenia, na jakie aspekty zwrócisz uwagę. Masz już dwa:

- sposób finansowania (np. jak bardzo kosztowna jest realizacja strategii, jak trudne jest pozyskanie środków na jej realizację, czy trzeba je zwrócić) oraz
- czasochłonność (np. jak szybko da się zrealizować strategię, czy jakaś instytucja może przyspieszyć jej realizację, a jakaś opóźnić).

Teraz zastanów się, jakie dwa inne aspekty są dla ciebie ważne.

Aspekty oceny obu strategii mogą być takie same. Pamiętaj jednak, że ocena każdej ze strategii może wymagać skupienia uwagi na innych aspektach. Ostateczny ich wybór zależy od ciebie.

#### Jeden aspekt – minimum dwa elementy

Jeden aspekt powinien odnosić się do co najmniej dwóch elementów analizy SWOT. Na przykład spójrz na aspekt finansowy:

- jeśli realizacja strategii wymaga dużych nakładów finansowych, jest to słaba strona tej strategii,
- możliwość pozyskania środków z funduszy europejskich jest szansą tej strategii.

#### Mocne i słabe strony

Gdy już określisz aspekty, czas na zastanowienie się nad zaletami i wadami strategii. Ważne jest, abyś uwzględnił podczas ich określania **samą strategię, a nie środowisko**, w którym będzie realizowana. Na przykład: zaletą strategii może być niski koszt jej realizacji czy trafiać do dużej grupy odbiorców (uwzględniasz samą strategię). Natomiast potencjalna pomoc wójta w realizacji działań czy wsparcie rodziców podczas realizacji strategii nie są przykładami zalet (uwzględniasz środowisko, w którym strategia będzie realizowana).

#### Szanse i zagrożenia

Zwróć uwagę na to, że podczas określania mocnych i słabych stron zajmujesz się oceną samej strategii. Określenie szans i zagrożeń **odnosi się** nie do niej, lecz **do środowiska**. Zatem podane wyżej przykłady (potencjalna pomoc wójta w realizacji działań czy wsparcie rodziców) określają szanse na realizację strategii.

Środowisko może wpływać na strategię zarówno pozytywnie (co jest szansą), jak i negatywnie (co jest zagrożeniem).

#### Co powinna zawierać analiza SWOT? Podsumowanie

- co najmniej jeden przykład mocnej strony, słabej strony, szansy i zagrożenia
- co najmniej dwa przykłady do każdego z czterech aspektów (możesz jednak uwzględnić więcej niż cztery aspekty lub do niektórych aspektów znaleźć więcej niż dwa przykłady)

Dokonaj wszelkich starań, aby twoja analiza SWOT była pełna – uwzględniała różnorodne aspekty, pokazywała różne strony twoich strategii. Im więcej wiedzy na temat swoich strategii zdobędziesz, tym lepszą decyzję o ich wyborze będziesz mógł podjąć.

## PRZYKŁAD

<i>Analiza SWOT strategii A:</i>	
<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• realizacja strategii nie wymaga dużych środków finansowych (aspekt finansowy)</li> <li>• uczniowie poprzez pracę w grupie nie tylko będą sprawdzać swą wiedzę, lecz rozwiną swoje umiejętności współpracy (aspekt edukacyjny)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• praca grupowa nadal umożliwia ściąganie (aspekt edukacyjny)</li> <li>• wypracowanie i konsultacja zasad jest czasochłonna i wymaga dużego poświęcenia ze strony nauczyciela (aspekt czasowy)</li> </ul>
<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• dyrektor może być zainteresowany ciekawą i taną metodą sprawdzania wiedzy (aspekt edukacyjny)</li> <li>• wsparcie finansowe rady rodziców na zakup materiałów biurowych potrzebnych do pracy grupowej (aspekt finansowy)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dyrektor może nie wyrazić zgody na ograniczenie sprawdzania wiedzy tylko do pracy w grupie. bez pracy indywidualnej (aspekt edukacyjny)</li> <li>• uczniowie mogą nie wyrazić zainteresowania taką formą pracy (aspekt edukacyjny)</li> </ul>

Przykład jest niekompletny: nie uwzględnia czterech aspektów, analiza nie jest pełna (wskazano za mało elementów).

## ROZMOWA Z EKSPERTEM

### CO TRZEBA ZROBIĆ? JAKI JEST TEGO CEL?

Zaplanowałeś już obie strategie. Zastanowiłeś się już nad ich mocnymi i słabymi stronami oraz szansami i zagrożeniami ich realizacji. Czas na wyjście z domu i skonfrontowanie swoich pomysłów z rzeczywistością. W tej części skonsultujesz jedną, dowolnie wybraną przez siebie strategię z ekspertem. Twoim zadaniem będzie zdobycie u eksperta:

- oceny realności i możliwości realizacji strategii,
- pomysłów na działania inne niż zaproponowane,
- opinii na temat elementów, które wymagają zmiany.

Dzięki radom eksperta twoja strategia stanie się pełniejsza i nie będzie oderwana od rzeczywistości.

### CO BĘDZIE OCENIANE?

- Czy przeprowadziłeś rozmowę z ekspertem (osobiście, telefonicznie itp.)?
- Czy udowodniłeś, że wybrany rozmówca jest ekspertem w dziedzinie, której dotyczy twój projekt?
- Czy uzyskałeś i przedstawiłeś opinię eksperta na temat możliwości zrealizowania zaplanowanej strategii?
- Czy zebrałeś i przedstawiłeś pomysły eksperta na działania inne niż zaproponowane przez ciebie w strategii?
- Czy odniosłeś się do opinii eksperta?

### JAK PRZYGOTOWAĆ, PRZEPROWADZIĆ I WYKORZYSTAĆ ROZMOWĘ Z EKSPERTEM?

#### Wybór strategii do konsultacji

Decyzja o tym, którą strategię skonsultujesz, należy do ciebie. Polecamy skonsultowanie tej, co do której masz więcej wątpliwości. Widzisz w niej wady, lecz nie masz pomysłu na ich zmianę? Twoja strategia wydaje się niepełna? Wykorzystaj okazję i poproś eksperta o pomoc. Dzięki temu przedstawiś dwie szczegółowo dopracowane propozycje rozwiązania problemu – zachowasz się jak profesjonalista.

#### Wybór eksperta i jego uzasadnienie

Ekspert to osoba znająca się na rozwiązywanym przez ciebie problemie. To ważne, abyś wybrał eksperta, który będzie w stanie ci pomóc. Dlatego wcześniej zastanów się, jaką wiedzę powinien posiadać. Czy musi dobrze

znać środowisko, którego problem dotyczy? Czy musi być bardzo dobrym teoretykiem? Jakie inne warunki musi spełniać?

Pamiętaj, że twoim zadaniem jest udowodnienie, że twój rozmówca może być uznany za eksperta. Jak to zrobić? Na przykład: wybrałem prof. Jankowskiego, gdyż badał problem na podstawie wielu przypadków i dobrze zna jego przyczyny oraz mechanizmy; wybrałem psychologa szkolnego, ponieważ dobrze zna środowisko szkolne, którego problem dotyczy, i będzie wiedział, które elementy strategii mają szanse powodzenia.

### **Gdzie szukać eksperta?**

Eksperta możesz szukać wszędzie (np. na uczelniach, w mediach, w firmach badawczych, w instytucjach publicznych i pozarządowych, w szkole). Nie bój się starać o rozmowę z osobami, które pozornie mają „zbyt wysokie” stanowisko. Doświadczenia uczestników ośmiu dotychczasowych edycji KWOiE pokazują, że na rozmowę można się umówić z osobą na każdym stanowisku. Oto kilka przykładów konkursowych ekspertów: Julia Pitera (była szefowa Transparency International), Kamil Wiszowaty (ówczesny szef młodzieżówki Partii Demokratycznej), Magdalena Środa (profesorka UW), Jan Kułakowski (ówczesny europoseł).

### **O czym rozmawiać z ekspertem?**

Twoja rozmowa z ekspertem musi dotyczyć trzech kwestii:

- uwag eksperta do twojej strategii (co zmienić, co poprawić, co dodać, co usunąć),
- opinii eksperta na temat realności strategii i możliwości jej realizacji,
- pomysłów eksperta na inne działania dla danej strategii (jakie inne działania mogą realizować postawione przez ciebie cele).

Nie bój się pytać eksperta o to, czego nie rozumiesz lub o to, co ciebie interesuje. Pamiętaj – ma on ci pomóc w tworzeniu projektu. Może warto wykorzystać eksperta i skonsultować inne elementy projektu, np. sposób wyboru strategii rozwiązania problemu?

### **Jak się umówić na rozmowę?**

Nie ma uniwersalnego sposobu – wszystko zależy od twojego potencjalnego rozmówcy. Mamy jedynie kilka rad:

1. Spróbuj jak najwcześniej. Ekspert może mieć napięty kalendarz. Im wcześniej zaczniesz próbować, tym większa szansa na dojdzie rozmowy do skutku.
2. Bądź przygotowany na pytania. Ekspert lub jego asystent mogą chcieć wiedzieć, czego ma dotyczyć rozmowa, ile czasu potrwa, kim jesteś, do czego potrzebujesz wywiadu. Koniecznie uprzedź, że zależy ci na uzyskaniu opinii eksperta na temat twojej strategii – będzie musiał się z nią zapoznać.
3. Bądź elastyczny. Rozmowa może mieć formę spotkania, ale równie dobrze możesz ją odbyć przez telefon, e-mail, Skype czy Gadu-Gadu. Ważne jest tylko to, żebyś ty to prowadził dialog z ekspertem. Ekspert może mieć też jakieś wymagania (np. chcieć autoryzować wywiad) – staraj się je spełnić.
4. Nie dawaj za wygraną. Asystent eksperta od razu powiedział ci, że nie ma szans na rozmowę? Zapewne chciał cię zbyć. Idź do niego i przekonaj go, żeby cię umówił. Telefon eksperta nie odpowiada? Idź do niego. Nikt nie odpisuje na e-maile? Znajdź telefon do biura i zadzwoń. Albo znajdź adres i idź tam. Bądź zdecydowany, lecz nie bądź niegrzeczny.

### **Przed rozmową...**

1. Prześlij ekspertowi strategię oraz aspekty, na które ma zwrócić uwagę, zapoznając się z nią. Licz się z tym, że ekspert nie będzie miał czasu na zapoznanie się z nią przed spotkaniem – wydrukuj jej zapis i przynieś na spotkanie, aby wspólnie z ekspertem ją omówić.
2. Zapisz na kartce, o co chcesz spytać eksperta. W trakcie rozmowy część kwestii może ci „wylecieć z głowy”, a drugiej szansy na zadanie tych pytań nie będzie.
3. Przygotuj dyktafon. Zapewne nie będziesz miał czasu na zapisywanie odpowiedzi eksperta. Pamiętaj jednak, że musisz mieć zgodę na nagrywanie rozmowy.

### **W dniu rozmowy...**

Przyjdź nieco wcześniej – zapewne będziesz w nieznanym miejscu, przyda ci się więc trochę czasu na zadomowienie się. Pod żadnym pozorem nie możesz się spóźnić – na to nie ma wytłumaczenia.

### Po rozmowie. Co teraz?

1. Przepisz wywiad. Nie jest to przyjemne, ale konieczne. Twój rozmówca może oczekiwać, że odeślesz mu wywiad do autoryzacji.
2. Podsumuj rozmowę z ekspertem w projekcie. Nie musisz zamieszczać całego wywiadu w treści projektu – możesz go umieścić w załączniku. W projekcie musi się jednak pojawić podsumowanie rozmowy. Co w nim zapisać? Najważniejsze elementy odpowiedzi eksperta na twoje pytania (w tym pomysły eksperta na inne działania) i ogólny przekaz eksperta.
3. Przemyśl uwagi eksperta. Zapewne część z nich warto wprowadzić. Jeśli tak uważasz, dokonaj zmian w swojej strategii.
4. Napisz, jaka jest twoja ocena opinii eksperta: czy się z nią zgadzasz (i dlaczego), które jego wskazówki wykorzystałeś (np. zmieniłeś poszczególne elementy strategii).

### PRZYKŁAD

*Do konsultacji z ekspertem wybrałam strategię A.*

*Jako ekspertkę wybrałam Annę Malinowską, doktorantkę na Wydziale Pedagogiki Uniwersytetu Warszawskiego. Zajmuje się ona badaniem zjawiska ściągania wśród uczniów, dlatego, znając jego mechanizmy, będzie mogła zweryfikować poprawność mojej strategii. Rozmowę przeprowadziłam na umówionym spotkaniu.*

*Anna Malinowska uważa, że moja strategia jest realna i możliwa do zrealizowania.*

*Wskazała elementy, które należy poprawić: zabrakło działania związanego z konsultacjami z dyrektorem szkoły oraz znalezieniem środków na zakup materiałów biurowych. Wyraziła także swoją wątpliwość dotyczącą ograniczenia metody sprawdzania wiedzy tylko do rozwiązywania testów – zaproponowała przeprowadzenie badań i eksperymentów na ocenę.*

*Zgadzam się ze wszystkimi uwagami eksperta. Wprowadziłam następujące zmiany do mojej strategii: dodałam działania „skonsultowanie z dyrektorem szkoły koncepcji zmiany zasad” oraz „zwrócenie się do rady rodziców o przyznanie środków na zakup materiałów potrzebnych do pracy zespołowej”; usunęłam ograniczenie pracy zespołowej do rozwiązywania jednego zadania i prezentacji rozwiązania, wprowadzając propozycję innych metod sprawdzania wiedzy i umiejętności: przeprowadzenie badania lub eksperymentu.*

Przykład jest kompletny: uzasadniono dobór eksperta, została przedstawiona opinia eksperta o możliwości zrealizowania strategii, uwagi eksperta dotyczące strategii oraz jego pomysły na działania. Ustosunkowano się także do uwag eksperta i wskazano, które z nich zostały w projekcie wykorzystane.

## WYBÓR ROZWIĄZANIA

### CO TRZEBA ZROBIĆ? JAKI JEST TEGO CEL?

Nadszedł moment kulminacyjny. Masz opracowane i przemyślane dwie strategie, z których jedną skonsultowałeś z ekspertem. Czas na decyzję, do której przygotowywałaś się od początku projektu. W tej części wybierzesz strategię, która według ciebie jest lepsza i uzasadnisz swój wybór. W ten sposób zakończysz pracę nad projektem.

### CO BĘDZIE OCENIANE?

- Czy dokonałeś wyboru strategii?
- Czy uzasadniłeś swój wybór?

### JAK DOKONAĆ WYBORU STRATEGII I JAK UZASADNIĆ SWÓJ WYBÓR?

Poniżej przedstawiliśmy dwa sposoby wyboru strategii: podstawowy i zaawansowany. Za każdy z nich możesz otrzymać taką samą liczbę punktów (za element „Wybór rozwiązania”). Jeśli zdecydujesz się na wersję zaawansowaną, zwiększysz swoje szanse na otrzymanie premii.

#### Wersja podstawowa

W twoich rękach leży zdecydowanie, która strategia jest lepsza. Co oznacza „lepsza”? Ty musisz to określić. Dla jednych „lepsza” oznacza „tańsza”, dla innych „skuteczniejsza”. Ważne, aby twoja decyzja była **przemyślana i nie koncentrowała się tylko na jednym aspekcie** (np. na czasie realizacji).

Podczas podejmowania decyzji wykorzystaj informacje uporządkowane podczas analizy SWOT. Widząc mocne i słabe strony strategii oraz szanse i zagrożenia dla niej, łatwiej ci będzie podjąć decyzję.

Swój wybór powinieneś uzasadnić. Napisz, czym kierowałeś się, dokonując go? Które elementy zadecydowały o tym, że wybrałeś tę, a nie inną strategię?

### Wersja zaawansowana

Jeśli masz czas na dopracowanie swojego projektu, zakończ go spektakularnie – stwórz mechanizm wyboru strategii i go „uruchom”.

Dlaczego warto to zrobić? To ciekawy element projektu. Poza tym dokonanie wyboru w sposób profesjonalny zwiększy wartość merytoryczną projektu, co jest premiowane.

#### Jak dokonać wyboru metodą zaawansowaną?

Proponujemy ci postępowanie według poniższych kroków:

- określenie trzech kryteriów wyboru,
- opisanie strategii pod względem każdego z tych kryteriów,
- wybór metody (sposobu) wyboru,
- opisanie i ocenienie obu strategii pod względem każdego z tych kryteriów,
- dokonanie wyboru.

#### Kryteria wyboru

Kryterium wyboru to aspekt, który będziesz brał pod uwagę, opisując i oceniając każdą ze strategii. Jego dobór zależy od tego, jakie cechy strategii mają dla Ciebie znaczenie. Na przykład: jeżeli ważnym elementem jest dla Ciebie sposób finansowania obu strategii, wybierz to jako kryterium wyboru. Innym kryterium może być np. czasochłonność realizacji strategii czy kompetencje osób, które będą ją wcielać w życie.

Ustalenie kryteriów jest potrzebne jest do dokonania wyboru.

#### Opisanie strategii pod względem danego kryterium

Napisz wszystko, co wiesz o danym aspekcie strategii. Jeśli wybrałeś np. sposób finansowania, napisz: jaka kwota jest potrzebna, skąd ją wziąć, jak trudno będzie ją zdobyć, czy będzie wymagała zwrotu, w jakim okresie należy ją wykorzystać itd. Umożliwi ci to za chwilę ocenienie strategii.

#### Metoda wyboru i ocena strategii

Wybrałeś już kryteria i opisałeś każdą strategię pod ich kątem. Czas określić, w jaki sposób wybierzesz rozwiązanie. W tym poradniku pokażemy ci kilka sposobów na to, lecz nie musisz się do nich ograniczać – jeśli masz własny pomysł, wykorzystaj go.

Aby zadecydować o sposobie wyboru, podejmij decyzję, czy wszystkie kryteria są dla Ciebie równie ważne:

- jeśli swoje kryteria uznajesz za równie ważne, swoją strategię możesz ocenić w prosty sposób:
  - porównując obie strategie: przyznając w ramach jednego kryterium plus lepszej strategii a minus gorszej:

Kryterium	strategia A	strategia B
czasochłonność	+	-
Koszt	-	+
skuteczność	+	-
WYNIK	2 plusy (lepsza)	1 plus

- oceniając każdą strategię niezależnie: przyznając obu strategiom punkty za każde kryterium:

kryterium (0–5 pkt., gdzie 0 – źle, 5 – dobrze)	strategia A	strategia B
czasochłonność	1	5
koszt	4	2
skuteczność	3	2
WYNIK	8	9 (lepsza)



- jeśli twoje kryteria nie są równoważne, należy to pokazać, określając ich ważność; w takim przypadku liczbę punktów za dane kryterium należy pomnożyć przez ważność tego kryterium:

kryterium (0 – źle, 5 – dobrze)	ważność kryterium	strategia A		strategia B	
		ocena	wynik	ocena	wynik
czasochłonność	0,6	4	$0,6 \cdot 4 = 2,4$	2	$0,6 \cdot 2 = 1,2$
koszt	0,3	1	$0,3 \cdot 1 = 0,3$	3	$0,3 \cdot 3 = 0,9$
Skuteczność	0,1	2	$0,1 \cdot 2 = 0,2$	3	$0,1 \cdot 3 = 0,3$
WYNIK			2,9 (lepsza)		2,4

W podanych przykładach ostatnie wiersze tabel to miejsce na wynik – dokonanie wyboru strategii sprowadza się do podliczenia punktów i porównania wyników.

Zdecyduj, jaką metodę zastosujesz do wyboru strategii. Gdy już to zrobisz, oceń każdą ze strategii pod względem przyjętych kryteriów. Wykorzystaj do tego opis obu strategii. Po dokonaniu oceny wybór nie powinien stanowić problemu.

### PRZYKŁAD

*Wybrałam strategię A. Mimo że jej efekt nie jest pewny, jest tania w realizacji i nie wymaga wielu działań – dlatego uważam, że warto spróbować ją zastosować. Druga strategia wymaga podjęcia zbyt wielu działań przez grono pedagogiczne – nauczyciele nie są zainteresowani jej realizacją, zatem jest niemożliwa do wcielenia w życie.*

Przykład jest kompletny: dokonano wyboru i uzasadniono go.

## WYMAGANIA FORMALNE

### STRONA TYTUŁOWA

Na stronie tytułowej muszą się znaleźć następujące informacje:

- twoje imię i nazwisko,
- nazwa, numer i adres twojej szkoły,
- określenie rodzaju projektu (projekt rozwiązania problemu),
- temat projektu,
- własnoręczny podpis nauczyciela (tylko w wersji drukowanej).

### OZNACZANIE TREŚCI CUDZYCH

Każda treść, którą zapożyczasz z jakiegoś źródła, musi być każdorazowo oznaczona poprzez przypis, w którym jasno określisz źródło. Zwracamy uwagę, że dotyczy to każdej cudzej treści, przy każdym jej cytowaniu.

#### Jakie treści trzeba oznaczać?

- cytaty z czyichś wypowiedzi
- powoływanie się na efekt cudzej pracy (np. przywoływanie wyników badań, cudzych wniosków).

#### Co to jest „jasne określenie źródła”?

To podanie informacji wystarczających do odnalezienia tego źródła i, co ważne, wykorzystanego fragmentu. Powinieneś podać:

- w przypadku książek: autora, tytuł, rok wydania oraz numery/zakres stron,
- w przypadku źródeł internetowych: nazwę serwisu, dokładny adres strony internetowej z daną informacją oraz datę dostępu (dzień, w którym znalazłeś daną informację na tej stronie),
- w przypadku artykułów prasowych: autora i tytuł artykułu, tytuł gazety oraz numer i datę wydania,
- w przypadku audycji: tytuł audycji, nazwę stacji, datę emisji,
- w przypadku konferencji, wykładu itp.: nazwę wydarzenia, imię i nazwisko prelegenta, datę wydarzenia.

Przyjmij jedną zasadę zapisu przypisów i stosuj ją konsekwentnie.

Jeśli nie będziesz w stanie podać którejś z powyższych informacji, nie przejmuj się. Nie rezygnuj z wykorzystania źródła i opisz je na tyle dokładnie, na ile jesteś w stanie.

#### **Jak wstawić przypis?**

W programie Microsoft Word przypis możesz wstawić w następujący sposób: Umieść kursor w miejscu, w którym chcesz dodać przypis. Na pasku Menu wybierz Wstaw > Odwołanie > Przypis dolny i kliknij OK.

#### **FORMA PROJEKTU**

Standardy techniczne dla tego typu prac:

- czcionka: Times New Roman, 12 pkt
- interlinia: 1,5
- papier formatu A4, marginesy 2,5 cm,
- układ tekstu: akapit wyjustowany.

Projekt musisz oddać w dwóch wersjach:

- drukowanej (wydrukowany projekt zbinduj lub zszyj)
- elektronicznej (na płycie, z tekstem zapisanym w formacie doc, docx, rtf).

---

Autorzy: Rafał Belka, Kamil Grabowski

Autorzy dziękują za pomoc w opracowaniu poradnika Agnieszce Brzezińskiej, Katarzynie Grubek, Marcelinie Myterze, Małgorzacie Rutkowskiej-Paszcie, Katarzynie Sołtan-Młodożeniec, Agacie Stasik, Michałowi Tragarzowi, Kamili Wieczorek, Sylwii Żmijewskiej-Kwirąg oraz uczestnikom KWOiE: Markowi Anuszewskiemu, Michalinie Bojanowskiej, Annie Dobrowolskiej, Karolinie Góreckiej, Marcinowi Jerzewskiemu, Karolowi Kanclerzowi, Adrianowi Kiełtyce, Mateuszowi Krajewskiemu, Marcinowi Krupie, Patrykowi Mieszkowiczowi, Piotrowi Milewskiemu, Bartłomiejowi Miąsko, Darii Prygiel, Szymonowi Rudnickiemu, Jędrzejowi Sobczykowi, Miłoszowi Stępkowskiemu, Jakubowi Śniegowskiemu i Mateuszowi Wrzaskowi.