

Załącznik do uchwały nr 371 Komitetu Monitorującego Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój z dnia 23 listopada 2021 roku.

PLAN DZIAŁANIA NA ROK 2021	
WERSJA PLANU DZIAŁANIA	2021/1
INFORMACJE O INSTYTUCJI OPRACOWUJĄCEJ PLAN DZIAŁANIA	
Numer i nazwa osi priorytetowej	IV INNOWACJE SPOŁECZNE I WSPÓŁPRACA PONADNARODOWA
Instytucja	Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej
Adres korespondencyjny	Ul. Wspólna 2/4 00-926 Warszawa
Telefon	22 273 77 97
Faks	22 273 89 19
E-mail	SekretariatDZF@mfipr.gov.pl
Dane kontaktowe osoby (osób) do kontaktów roboczych	Bartosz Siemiątkowski – Naczelnik Wydziału Innowacji Społecznych

DZIAŁANIE/PODDZIAŁANIE PO WER		Działanie 4.1 Innowacje społeczne
FISZKA PROJEKTU POZAKONKURSOWEGO WDROŻENIOWEGO		
PODSTAWOWE INFORMACJE O PROJEKCIE		
Tytuł lub zakres Projektu	Projekt pn. Kariera Jutra	
Uzasadnienie realizacji Projektu w trybie pozakonkursowym	<p>Temat: Poprawa sytuacji zawodowej osób młodych borykających się z trudnościami na rynku pracy poprzez umożliwienie im podejmowania zdobywania kompetencji i doświadczenia w obszarze transformacji cyfrowej firm</p> <p>Pandemia COVID-19 znacząco przyspieszyła i wymusiła na społeczeństwie rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych i dostosowanie się do dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości. Zarówno pracodawcy jak i pracownicy, osoby poszukujące pracy zrozumieli że tzw. praca zdalna, a szczególnie umiejętności wykorzystywania technik, narzędzi IT będą preferowane na rynku i zapewnią ciągłość zatrudnienia, rozwoju zawodowego czy osobistego.</p> <p>Pandemia COVID-19 determinuje zmiany zarówno w relacjach społecznych, jak i zawodowych. Skutki pandemii, tj. brak możliwości świadczenia usług w bezpośrednim kontakcie z klientem, zamykanie sklepów stacjonarnych, zakładów, fabryk przez wzrost zachorowalności na wirusa doprowadziły do wzrostu bezrobocia w niektórych sektorach i wpłynęły na zmianę struktury zatrudnienia.</p> <p>Zmniejszyło się też zapotrzebowanie na pracowników branż, dotąd atrakcyjnych dla osób młodych, takich jak: gastronomia, turystyka, branża eventowa. Jednocześnie w wyniku postępującej cyfryzacji firm, będącej odpowiedzią na zmianę zachowań konsumenckich [w sieci pojawiło się w trakcie pandemii ponad 3.6 mln nowych użytkowników usług cyfrowych (źródło: McK, Digital Challengers in the next normal)], znacząco wzrósł popyt na pracowników, którzy byliby w stanie pomóc w transformacji cyfrowej.</p> <p>82% firm zwiększyło wykorzystanie narzędzi cyfrowych w trakcie pandemii (źródło: Raport Connected Council Commerce), jednak brakuje im kompetencji i wiedzy, które mogliby wykorzystać. Jednocześnie 44% firm ankietowanych w ramach programu Polskiego Funduszu Rozwoju pn. Kariera Jutra, przyznało, że rozważa zatrudnienie osoby do pomocy w obszarze marketingu internetowego (źródło: Firmy Jutra Program Google i PFR, badanie wewnętrzne).</p> <p>Zmiana sytuacji społeczno-gospodarczej wywołana pandemią mocno dotyka osoby młode. Jak ocenia Eurostat najbardziej wzrósł poziom bierności wśród osób młodych, tj. 25-29 latków. W 2020r. (rok wybuchu pandemii) niemal co piąta osoba z tej grupy nie pracowała, nie uczyła się, ani nie szkoliła, a ponad 40 tysięcy młodych utraciło pracę (18,6 proc. – o 1,4 pkt proc. więcej niż rok wcześniej), źródło: Eurostat. Ponadto, według badania firmy doradczej PwC, 49% studentów i absolwentów w Polsce jest zdania, że przez pandemię ma mniejsze możliwości na rynku pracy (źródło: Badanie PwC). Pandemia uwypukliła problem nikłych perspektyw zawodowych wśród tej grupy. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest z jednej strony strukturalne niedopasowanie kompetencyjne młodych (brak wymaganych kompetencji i doświadczenia do podjęcia perspektywicznej pracy) do istniejących, coraz wyższych wymagań na rynku pracy (źródło: NBP, raport nt.</p>	

inflacji, lipiec 2020) - młode osoby często nie chcą pracować w tradycyjnych branżach.

Praca poniżej kwalifikacji wśród absolwentów uczelni ma większy zasięg wśród osób młodych i obserwowana jest w szczególności wśród kobiet. Badania wskazują, iż taki stan rzeczy podyktowany jest najczęściej brakiem wystarczającego doświadczenia zawodowego wśród młodych absolwentów. Istnieje więc ciągła potrzeba testowania rozwiązań ułatwiających zdobywanie doświadczeń zawodowych jeszcze w trakcie uczestniczenia w edukacji formalnej, np. wśród studentów kierunków studiów, których absolwenci mają najmniejsze szanse na znalezienie pracy. Badania ujawniają obecność części absolwentów szkół wyższych określanych mianem „ludzi z dyplomem, ale bez kwalifikacji”. Jednocześnie na doświadczenie zawodowe absolwentów jako czynnik zwiększający szanse na zatrudnienie zwracają szczególną uwagę przyszli pracodawcy. Problemem jest wciąż brak wystarczającej współpracy pomiędzy szkołami/uczelniami, a przedsiębiorcami np. w celu zapewnienia uczestnictwa uczniów w praktykach lub stażach zawodowych.

Aktualnie na rynek pracy wchodzi osoby z tzw. pokolenia Z. Trzeba zauważyć, że struktura gospodarki i zatrudnienia w Polsce dotychczas w pewnym stopniu bazowały na przekonaniu, że przewagą konkurencyjną jest tania siła robocza. Wraz z wejściem na rynek pracy pokolenia Z to przekonanie będzie się zmieniać. Podejmowanie pracy przez pokolenie Z oraz utrzymanie tej pracy to obecnie skomplikowane i wieloaspektowe zagadnienie, które wymaga określonych reakcji i testowania nowego podejścia do wspierania młodych osób na rynku pracy.

Osoby z tzw. pokolenia Z, czyli urodzone po 1995 roku doświadczają trudności z wejściem na rynek pracy. Pokolenie Z kończyło edukację na poziomie średnim w warunkach pełnej dostępności edukacji na poziomie wyższym i pełnej mobilności, gdzie rynki pracy w państwach Unii Europejskiej są w pełni otwarte i można bez większego problemu podjąć pracę poza granicami Polski.

Reprezentanci tego pokolenia, dorastający (w dużej części) wśród najnowszych technologii, żyją w świecie wirtualnym. To młodzi dorastający w zupełnie innym warunkach niż ich poprzednicy – świecie nowych technologii. Nazywani są również pokoleniem multitasking – nie mają trudności z wielozadaniowością, lecz nie przywiązują się do miejsca pracy, nie obawiają się pracy na odległość, a otwartość na świat sprawia, że to co przez wielu reprezentantów poprzednich pokoleń odbierane było jako zagrożenie, dla nich jest ciekawe i fascynujące. Są otwarci na różnorodność oraz nowe doświadczenia, nie obawiają się podejmowania ryzyka, są w stanie błyskawicznie podejmować decyzje, co powoduje, że są znacznie mniej stabilnymi pracownikami niż np. osoby z pokolenia Y.

Wszystko to sprawia, że mają znacznie większą łatwość w przebranżowieniu się i rozwijaniu nowych kompetencji oraz ciągłym szukaniu szans na rozwój. W życiu zawodowym kierują się tymi samymi zasadami jakie przyświecają im w życiu prywatnym. Od pracodawców oczekują przede wszystkim wykorzystania ich potencjału, możliwości rozwoju, godziwego wynagrodzenia oraz motywatorów pozafinansowych.

Jednocześnie 48,7% młodych ocenia, że w związku z pandemią ich możliwości na rynku pracy uległy pogorszeniu. [Źródło: <https://www.pwc.pl/pl/publikacje/raport-pwc-mlodzi-na-ryнку-pracy-2021.pdf>].

Młodzi ludzie wkraczający na rynek pracy zmagają się aktualnie z wieloma utrudnieniami, mierzą się z licznymi wyzwaniem. Wielu z nich zastanawia się nad swoją przyszłością, nie wiedząc jeszcze, jak do końca ma wyglądać ich ścieżka

kariery. Rozwój zawodowy ma dla nich ogromne znaczenie i znaczna większość z nich porusza aspekt tego, że kariera nie jest tylko związana z pracą, ale również z uczeniem się i doskazywaniem poprzez specjalistyczne studia, kursy czy szkoły podyplomowe.

Wejście pokolenia Z na rynek pracy jest także pełne oczekiwań. Znacznie częściej decydują się oni na zatrudnienie, które zapewni im równowagę między życiem zawodowym a prywatnym, pracę w dobrej atmosferze i zespole, który da im możliwości rozwoju. Dla najmłodszego pokolenia (pokolenia Z) „praca nie może wymagać rezygnacji z rzeczy niezbędnych w życiu prywatnym” – jak czytamy w badaniu firmy Deloitte „Pierwsze kroki na rynku pracy, 2018”.

Prawie dwie trzecie (64%) młodych chciałoby mieć umowę o pracę w pełnym wymiarze czasu pracy z jednym pracodawcą. Przy wyborze pracodawcy najważniejszą kwestią jest to, czy oferuje on plany rozwoju kariery, a nawet daje możliwość rozwijania swoich umiejętności i doświadczenia (na pierwszym miejscu wskazało tak 42% respondentów). [Źródło: First Steps into the Labour Market, Raport Deloitte <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/human-capital/articles/Raport-Pierwsze-kroki-na-ryнку-pracy-2021.html>]

Większe problemy ze znalezieniem perspektywicznej pracy mają młodzi mieszkający w małych miastach i na wsiach (źródło: Raport Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej). Dostępność ścieżek edukacyjnych rośnie wraz z wielkością miejscowości, np. w większych miastach jest więcej czynników wpływających na możliwość ukończenia atrakcyjnych szkoleń, czy znalezienia dobrze płatnego miejsca pracy.

Potrzeba

Młodzi chcieliby mieć bardziej perspektywiczne, lepiej płatne prace, lecz brakuje im kompetencji i doświadczenia w branży. Jednocześnie pracodawcy z sektora MŚP narzekają na brak wykwalifikowanych pracowników i nie są gotowi zatrudniać osób z małą wiedzą czy doświadczeniem.

Obecnie obserwujemy sytuację, w której z jednej strony istnieje paląca potrzeba firm, aby zwiększać swoją obecność w internecie i dokonywać transformacji cyfrowej, z drugiej zaś mamy młodych chętnych do perspektywicznej pracy, jednak bez niezbędnej wiedzy i doświadczenia, w wyniku czego często pozostają nieaktywni zawodowo, ponieważ nie chcą pracować fizycznie lub w branżach nie dających szans na rozwój i wzrost zarobków. Znaczny procent osób nie mogących odnaleźć się na rynku pracy, który obecnie wkracza w czwartą rewolucję przemysłową, uważa, że głównym powodem ich sytuacji zawodowej jest brak zdolności i potencjału do nabycia nowych kompetencji.

Rozwiązanie

Widząc rosnącą potrzebę zarówno osób młodych jak i firm, w oparciu o przeprowadzone z nimi wywiady oraz zgromadzone dane, powstał pomysł innowacyjnego projektu pn. Kariera Jutra, w ramach którego NASK w partnerstwie edukacyjnym (nieformalnym) z firmą Google Polska i Szkołą Główną Handlową w Warszawie, w którym:

- Google Polska i SGH oraz ewentualnie inni partnerzy
- edukacyjni przygotowują kompleksowy program szkoleniowy, który pozwoli jego uczestnikom rozpocząć ścieżkę zawodową w obszarze transformacji cyfrowej;
- zostanie zapewniona kadra dla nowych miejsc w obszarze transformacji cyfrowej w firmach, które tego najbardziej potrzebują i zostaną

zapewnione 3-miesięczne staże dla najlepszych absolwentów kursu. Projekt będzie szansą do przetestowania nowatorskiej formuły realizacji międzysektorowego przedsięwzięcia, w którym zostanie połączony potencjał podmiotu publicznego – agencji rządowej NASK, giganta branży IT - Google oraz renomowanej uczelni – Szkoły Głównej Handlowej. Partnerstwo z Google i wykorzystanie potencjału kadrowego firmy, know-how dotyczących najnowszych technologii oraz finansowanie przez firmę atrakcyjnych szkoleń w nowoczesnej formule wsparte przez jedną z najlepszych polskich uczelni ekonomicznych SGH oraz umożliwienie przez NASK (będący synonimem transformacji cyfrowej) we współpracy z MŚP praktycznej weryfikacji swoich doświadczeń na rynku spowoduje, że **młodzi ludzie poza konkretnymi umiejętnościami, nabędą przekonanie o możliwości realizacji własnej ścieżki zawodowej zgodnej z ich systemem wartości.**

Projekt będzie realizowany z poszanowaniem neutralności technologicznej. Do współpracy w ramach szkoleniowej części projektu (już od I fazy) zostaną zaproszeni również inni partnerzy technologiczni oferujący rozwiązania z zakresu transformacji cyfrowej, w tym m.in. marketingu internetowego.

Program szkoleniowy oferowany przez głównego Partnera Edukacyjnego – Google Polska a także ewentualnie przez innych partnerów technologicznych zostanie opracowany w sposób zapewniający równorzędny dostęp do szkoleń dla osób z niepełnosprawnościami, m.in. poprzez dostosowanie treści materiałów szkoleniowych do potrzeb osób z niepełnosprawnością wzrokową lub słuchową, zastosowanie standardów WCAG na stronach internetowych dla uczestników projektu itp. W ramach projektu zostanie opracowany program szkolenia, z ewentualnie wyodrębnionymi ścieżkami edukacyjnymi dla innych niż Google partnerów edukacyjnych.

Projekt pozwoli przetestować rozwiązanie, które dotychczas nie było stosowane i nie było przedmiotem interwencji publicznej. Nadrzędnym celem projektu, a jednocześnie tematem innowacji społecznej, jest poprawa sytuacji zawodowej osób młodych borykających się z trudnościami na rynku pracy poprzez umożliwienie im zdobywania kompetencji i doświadczenia w obszarze kompetencji cyfrowych i transformacji cyfrowej firm. Cel zostanie zrealizowany poprzez nieformalne partnerstwa, w którym każda ze stron wnosi potencjał i zasoby adekwatne do potrzeb osób młodych, uwzględniające mocne strony każdego z partnerów. Innowacje społeczne powinny szukać rozwiązań na pograniczu i styku różnych obszarów. W tym przypadku przedsięwzięcie pozwoli na przetestowanie modelowego sposobu współdziałania trzech sektorów: biznesu, administracji i edukacji. Projekt umożliwi, z jednej strony przetestowanie rozwiązania w obszarze rynku pracy, ale z drugiej strony pozwoli odpowiedzieć na wyzwania w zakresie kształcenia i nowatorskich sposobów docierania do osób młodych. Testowane rozwiązanie uwzględni charakter oraz wartości „pokolenia Z”, które przygotowuje się do wejścia na rynek pracy i będzie stanowić pomost pomiędzy wymaganiami osób młodych i ich przyszłymi pracodawcami.

Projekt będzie się wpisywał również w realizację idei uczenia się przez całe życie. Przy uwzględnieniu kształcenia pozaformalnego i wykorzystaniu do tego nowoczesnych metod IT chcemy za pomocą projektu - realizacji innowacyjnego połączenia potencjału NASK (Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa) oraz Google i innych ewentualnych partnerów technologicznych (nieformalnych), a także Szkoły Głównej Handlowej (SGH) pomóc młodemu pokoleniu w

	<p>dostosowaniu umiejętności ICT, pokazaniu im nowych ścieżek rozwoju osobistego i zawodowego, (które do tej pory były trudne do wyobrażenia, a wiedza na ich temat była znikoma) dzięki możliwości zdobycia kompetencji ICT (za które będzie odpowiedzialny i sfinansuje je z własnych funduszy Google), oraz doświadczenia zawodowego w nowoczesnych firmach (odpowiedzialny NASK), które widzą potrzebę bezpośredniego wdrożenia narzędzi cyfrowych i dalszego rozwoju firmy w oparciu o technologie cyfrowe.</p> <p>Innowacyjność projektu będzie polegała również na tym, że zdecydowana większość działań prowadzona będzie w formie zdalnej. Szkolenia zrealizowane zostaną w całości online, w formie zdalnych lekcji i webinarów, Staże będą oferowane uczestnikom przede wszystkim w formie zdalnej lub hybrydowej w zależności od możliwości organizacyjnych firmy i stażysty. Firmy oferujące staż zdalny lub hybrydowy będą miały preferencje w realizacji staży. W ten sposób wyjdziemy naprzeciw oczekiwaniom młodych osób z pokolenia Z, które często, zwłaszcza w obliczu przemian na rynku pracy spowodowanych pandemią Covid-19, wręcz oczekują zdalnej formy zatrudnienia; zapewnimy równy dostęp osobom z mniejszych ośrodków (w takim układzie lokalizacja czy odległość nie odgrywa żadnej roli) oraz zachęcimy MŚP do szerszego uwzględnienia takiej formy zatrudnienia jako równorzędnej lub nawet preferowanej. Da to im w przyszłości szerszy dostęp do wykwalifikowanej kadry oraz podniesie ich atrakcyjność jako pracodawcy. Z drugiej strony osoby z niepełnosprawnościami a także osoby z terenów wiejskich, małych miast lub średnich tracących funkcje społeczno-gospodarcze zwiększą szanse na zdobycie zatrudnienia.</p> <p>Realizacja projektu będzie również elementem dostosowania się do zaleceń Rezolucji Parlamentu Europejskiego z dnia 11 grudnia 2018 r. w sprawie edukacji w erze cyfrowej: wyzwania, szanse i wnioski dotyczące kształtowania polityki UE (2018/2090(INI)). Rezolucja przytacza, iż mając na uwadze, że szacunkowo około połowa obecnych miejsc pracy na świecie – i 30 % w Unii Europejskiej – zniknie w ciągu następnych 25 lat, a pojawią się nowe zawody wymagające zaawansowanych umiejętności cyfrowych i mając na uwadze, że wraz z przyspieszonym rozwojem technologii społeczeństwo cyfrowe i gospodarka cyfrowa są obecnie rzeczywistością, co oznacza, że umiejętności cyfrowe są niezbędne do pomyślnego przebiegu kariery zawodowej i osobistego rozwoju wszystkich obywateli podkreśla, że aby w pełni wykorzystać możliwości oferowane przez technologie informacyjno-komunikacyjne i media oraz by rozwijać umiejętności i kompetencje wymagane do sprostania potrzebom społeczeństwa i rynku pracy w przyszłości, konieczna jest transformacja systemów kształcenia i szkolenia na wszystkich poziomach.</p>
<p>Cel szczegółowy PO WER, w ramach którego Projekt będzie realizowany</p>	<p>Działanie 4.1 Innowacje społeczne.</p> <p>Zwiększenie wykorzystania innowacji społecznych na rzecz poprawy skuteczności wybranych aspektów polityk publicznych w obszarze oddziaływania EFS.</p>
<p>Priorytet inwestycyjny</p>	<p>8ii Trwała integracja na rynku pracy ludzi młodych, w szczególności tych, którzy nie pracują, nie kształcą się ani nie szkolą, w tym ludzi młodych zagrożonych wykluczeniem społecznym i ludzi młodych wywodzących się ze środowisk marginalizowanych, także poprzez wdrażanie gwarancji dla młodzieży</p>
<p>Typ/typy Projektów przewidziane do realizacji w ramach Projektu</p>	<p>Makro-innowacje - opracowanie (o ile będzie to konieczne), przetestowanie, upowszechnienie i włączenie do polityki i praktyki nowych rozwiązań.</p>

Cel główny Projektu	Trwała integracja osób młodych na rynku pracy poprzez realizację działań o charakterze aktywizacyjnym i rozwój kompetencji cyfrowych
Główne zadania przewidziane do realizacji w projekcie ze wskazaniem grup docelowych	<p>Zadania przewidziane do realizacji w projekcie zostały zaplanowane z uwzględnieniem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sytuacji na rynku pracy wynikającej z pandemii COVID-19 – m.in. zwiększenie bezrobocia wśród młodych ludzi, którzy dotychczas podejmowali pracę w sektorach najbardziej dotkniętych skutkami pandemii; • zmian w sektorze MŚP spowodowanych pandemią COVID-19 – m.in. wzrost znaczenia sprzedaży w internecie, przeniesienie się do pracy zdalnej, konieczność optymalizacji procesów ze względu na absencję lub braki w kadrach; • doświadczeń Partnera Edukacyjnego (Google) z realizacją tożsamyh programów w krajach Unii Europejskiej w ramach programu unijnego Youth Guarantee; <p>Głównym założeniem Projektu jest poprawa perspektyw zawodowych młodych ludzi poprzez rozwój ich kompetencji cyfrowych oraz umożliwienie MŚP transformacji cyfrowej, w szczególności wykorzystania najnowocześniejszych narzędzi marketingowych, co pomoże im w odbudowie przychodów po kryzysie.</p> <p>Dzięki temu, że szkolenia przeprowadzone będą całkowicie online, projekt będzie miał zasięg ogólnokrajowy, będzie otwarty i dostępny dla wszystkich, niezależnie od miejsca zamieszkania, płci czy stopnia/rodzaju niepełnosprawności. Oznacza to, że osoby z niepełnosprawnościami, a także osoby mieszkające w małych miastach i wsiach będą miały równe szanse podniesienia swoich kompetencji cyfrowych. Realizacja powyższego założenia będzie dodatkowo wsparta poprzez odpowiednio targetowaną kampanię marketingową.</p> <p>Grupą docelową projektu będą osoby pełnoletnie, które w momencie przystępowania do projektu nie ukończyły 30 r.ż. oraz: nie są zatrudnione na podstawie umowy o pracę lub należą do następującej kategorii osób: tzw. ubodzy pracujący, osoby pracujące na kontraktach krótkoterminowych lub umowach cywilno-prawnych, o ile ich wynagrodzenie miesięcznie nie przekracza 120% wysokości minimalnego wynagrodzenia o pracę.</p> <p>Pośrednio grupą korzystającą z projektu będą mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa (MŚP), wykazujące gotowość do transformacji cyfrowej. Warunkiem zakwalifikowania do projektu będzie przynależność przedsiębiorstwa do jednej z następujących kategorii: mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw oraz przedstawienie planu rozwoju w obszarze marketingu internetowego i zaangażowanie w to stażystę.</p> <p>Projekt składa się z trzech części:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faza 1 – Opracowanie rozwiązania Termin: 08.2021 – 04.2022 • Faza 2 – Testowanie rozwiązania Termin: 04.2022 – 03.2023 • Faza 3 – Upowszechnienie rozwiązania Termin: 03.2023 – 10.2023 <p>Faza I – Opracowanie pilotażowego rozwiązania</p> <p>NASK, wspólnie z Pełnomocnikiem Rządu ds. Polityki Młodzieżowej, Centrum GovTech oraz Partnerami Edukacyjnymi (dalej: PE): firmą technologiczną Google Polska oraz Szkołą Główną Handlową rozpoczęli przygotowania do Projektu. W</p>

ramach programu GovTech zostanie przeprowadzona edycja pilotażowa wsparcia, która będzie finansowana ze środków GovTech oraz PE. Pozwoli to na weryfikację w praktyce, a także ewentualną modyfikację głównych założeń wsparcia, planowanego w ramach niniejszego projektu pn. Kariera Jutra. Do zadań realizowanych w ramach pilotażu z GovTech należą:

- Utworzenie Rady Programowej składającej się z reprezentantów instytucji i ekspertów, którzy rozumieją problematykę grup docelowych a także gospodarki cyfrowej. W jej skład wejdą w szczególności:
 - Reprezentant NASK,
 - Reprezentant Pełnomocnika Rządu ds. Polityki Młodzieżowej,
 - Reprezentant Centrum GovTech,
 - Reprezentant Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie,
 - Reprezentant Rady Dialogu z Młodym Pokoleniem,
 - Reprezentant firmy Google Polska,
 - Reprezentant środowisk osób z niepełnosprawnościami z sektora pozarządowego,
 - Reprezentant Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.

- Przygotowanie założeń strategicznych i operacyjnych Projektu;
- Badanie potrzeb grup docelowych poprzez przeprowadzenie pogłębionych wywiadów z firmami i młodymi ludźmi,
- Przygotowanie etapu szkoleniowego, w szczególności założeń do sylabusu szkoleniowego oraz przygotowanie platformy szkoleniowej.
- Przygotowanie koncepcji płatnych staży,
- Nawiązanie partnerstw merytorycznych,
- Zaprojektowanie kampanii promocyjnej,
- Przeprowadzenie pilotażu:

Rolą Rady Programowej będzie przede wszystkim ustalanie programu szkoleń, weryfikacja i monitoring wdrażania szkoleń i staży przez cały okres projektu.

Powyższe działania zostaną wypracowane w oparciu o doświadczenia Partnera Edukacyjnego (Google) z przeprowadzenia podobnych projektów w innych krajach Unii Europejskiej.

Faza II – Testowanie rozwiązania

a) Rekrutacja oraz kwalifikacja do Projektu

Na podstawie przyjętych założeń odbędzie się weryfikacja zgłoszeń i wybór uczestników Projektu.

b) Realizacja szkoleń

Działanie zostanie zrealizowane i w całości pokryte ze środków własnych przez Partnera Edukacyjnego – Google Polska. Długość szkoleń to ok. 2 miesiące; a planowana liczba osób przeszkolonych w zakresie marketingu internetowego i technologii cyfrowych wynosi maksymalnie 5 tys.

Metodyka szkoleń zostanie wypracowana w ramach fazy pilotażowej. Oferta szkoleniowa obejmuje ok. 40 webinarów na żywo, w tym 90 godzin zajęć oraz dostęp do grupy dyskusyjnej z trenerami. Całość będzie podzielona na obszary edukacyjne obejmujące m.in. podstawy zarządzania i biznesu; podstawy

marketingu internetowego, technologiczne aspekty prowadzenia biznesu w sieci; performance marketing w praktyce; wykorzystanie danych w optymalizacji biznesu; narzędzia chmurowe w biznesie i marketingu.

Dodatkowo, oprócz oferty szkoleniowej planowane jest wsparcie każdego uczestnika w postaci coachingu, w tym rozwijanie umiejętności społecznych, takich jak: analiza swoich silnych i słabych stron; organizacja czasu, rozwiązywanie konfliktów oraz przygotowanie do rozmowy o pracę.

Planowane jest przeprowadzenie szkoleń w trzech etapach: podstawowym, średniozaawansowanym i zaawansowanym, Po każdym z etapów uczestnicy będą musieli zdać egzamin, wykazując się odpowiednią wiedzą i umiejętnościami praktycznymi. Po zakończeniu ostatniego etapu i pomyślnym zdaniu egzaminu końcowego uczestnicy otrzymają Certyfikat poświadczający zdobytą wiedzę i umiejętności.

c) Rekrutacja na staże

Ogłoszenia firm zaakceptowanych do udziału w projekcie będą zamieszczane na stronie z ogłoszeniami staży. Kandydaci wybierają firmę (lub firmy). Firmy przeprowadzą proces rekrutacyjny.

d) Realizacja staży

Realizacja maks. 1200 staży o długości 3 miesięcy dla osób, które ukończyły etap podstawowy szkolenia. Podczas realizacji staży uczestnicy projektu nadal będą mogli rozwijać w praktyce swoją wiedzę, mając ciągły dostęp do materiałów edukacyjnych i trenerów ze strony Partnerów Edukacyjnych.

Preferencje przy rekrutacji na staże będą miały osoby z niepełnosprawnościami oraz te, które mieszkają na terenach wiejskich, w małych miastach lub w miastach średniej wielkości zagrożonych utratą swoich funkcji społeczno-gospodarczych. Preferencje w procesie rekrutacji na staże zostaną również wprowadzone dla osób, które straciły zatrudnienie w wyniku pandemii Covid-19.

Uczestnicy wiedzę zdobytą podczas szkoleń wykorzystają w szczególności do polepszenia obecności firmy w internecie: zwiększenia sprzedaży on-line, dzięki wprowadzeniu adekwatnych strategii marketingowych, zwiększeniu widoczności firmy w internecie, zwiększeniu liczby wejść na stronę i telefonów do firmy, usprawnienie procesu zakupowego, optymalizacji strony www firmy, transformacji cyfrowej, na którą składają się implementacja narzędzi chmurowych, które ułatwiają kolaborację w zespole, pozwalają podejmować lepsze decyzje biznesowe i zwiększają efektywność przedsiębiorstwa.

Aby skutecznie realizować założone cele, nie tylko uczestnicy, ale i właściciele firm powinni rozumieć cel i sens udziału w Projekcie. Z tego względu, zostanie przygotowany Indywidualny Program Stażu opisujący zakres umiejętności oraz przykładowe zmiany, które osoba po kursie mogłaby wprowadzić do firmy. Posłuży to odpowiedniemu przygotowaniu przedsiębiorstwa do wykorzystania potencjału stażysty.

e) Wsparcie w znalezieniu zatrudnienia

Cykl zadań w Projekcie zakończy wsparcie uczestnika w znalezieniu pracy w innym miejscu, na wypadek, gdy po zakończeniu stażu, firma nie zdecydowałaby się na kontynuowanie współpracy ze stażystą. Planowane jest wykorzystanie dwóch głównych metod:

- Wsparcie uczestników w pozyskaniu pracy w innych przedsiębiorstwach biorących udział w projekcie;
- Wsparcie uczestników w pozyskaniu pracy z wykorzystaniem programu Firmy Jutra, wdrażanego przez partnerstwo Google Polska i Polskiego Funduszu

	<p>Rozwoju (baza 158 000 firm, które przeszły przez program szkoleniowy rozwoju firmy w internecie i mają określony dalszy plan działań).</p> <p>Powyższe metody zostaną wykorzystane również w przypadku osób, które ukończyły szkolenie i uzyskały certyfikat, ale nie dostały się na staż z powodu wyczerpania się puli miejsc stażowych lub z innych powodów, niezależnych od uczestnika lub organizatorów. W ten sposób wsparcie uczestników projektu w zdobyciu zatrudnienia zostanie rozszerzone na dużo większą grupę, niż tylko uczestników staży.</p> <p>Beneficjent będzie monitorował losy uczestników szkoleń do 6 miesięcy od ich ukończenia. Monitoring będzie przeprowadzony zdalnie za pomocą ankiety.</p> <p>Faza III – Upowszechnianie rezultatów projektu i włączenie do praktyki</p> <p>a) <u>Kontynuacja szkoleń</u></p> <p>Partner Edukacyjny - Google Polska - będzie dążył do łącznego przeszkolenia 8 tysięcy osób w ramach pilotażu i pierwszej edycji programu. Jeśli ta liczba nie zostanie osiągnięta, Google samodzielnie zrealizuje dodatkowe szkolenia.</p> <p>Partner Edukacyjny – SGH – podejmie działania mające na celu wdrożenie wypracowanego modelu do swojego programu kształcenia.</p> <p>b) <u>Ewaluacja projektu i raport upowszechniający</u></p> <p>Doświadczenia nabyte przy realizacji tego Projektu umożliwią wypracowanie rekomendowanego modelu partnerstwa we wdrażaniu rozwiązań, który może być skalowany w przyszłości na inne obszary. Zebrane zostaną informacje zwrotne od firm i uczestników, celem zmierzenia wpływu Projektu na podniesienie kompetencji cyfrowych młodych ludzi oraz rozwój firm. Wyniki ewaluacji będą bazą do opracowania raportu upowszechniającego, który będzie m.in. zawierał rekomendacje dla rządu i środowiska akademickiego, dot. efektywnego rozwiązywania nadchodzących wyzwań związanych z trudnościami w przejściu z edukacji na rynek pracy a także transformacją cyfrową w okresie postpandemicznym. Zostaną również podjęte m.in. działania upowszechniające mające na celu wdrożenie wypracowanego programu szkoleń na innych polskich uczelniach. Integralną częścią ewaluacji projektu będzie analiza możliwości włączenia rezultatów projektu do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji i rekomendacje w tym zakresie.</p> <p>Fazy mogą być realizowane równolegle; rozpoczęcie kolejnego etapu nie jest warunkowane zakończeniem poprzedniego.</p> <p>Szacowana kwota wydatków na projekt została oszacowana na poziomie 12 954 282 PLN, z czego: 10 836 000 PLN na stypendia dla stażystów (1 200 stażystów x 3 010 zł x 3 miesiące); 940 619,50 PLN inne koszty związane z bezpośrednim wsparciem uczestników oraz upowszechnieniem projektu oraz 1 177 661,95 PLN koszty pośrednie.</p>
<p>Podmiot zgłaszający Projekt¹</p>	<p>Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej</p>
<p>Podmiot, który będzie wnioskodawcą</p>	<p>Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa - Państwowy Instytut Badawczy (NASK-PIB)</p>

¹ W przypadku opracowywania Rocznego Planu Działania przez IP, podmiotem zgłaszającym Projekt jest IP. W przypadku opracowywania Rocznego Planu Działania przez IZ należy wpisać nazwę podmiotu, który zgłosił Projekt do IZ.

**Uzasadnienie
wyboru podmiotu,
który będzie
wnioskodawcą²**

Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa - Państwowy Instytut Badawczy (NASK-PIB) od ponad 25 lat jest partnerem strony rządowej, pozarządowej oraz samorządów w realizacji działań na rzecz cyfryzacji kraju. NASK-PIB realizuje w imieniu i na zlecenie Ministra Cyfryzacji (Kancelarii Prezesa Rady Ministrów) szereg działań przypisanych zgodnie z art. 12a ustawy z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej do działu „informatyzacja”, który obejmuje w szczególności sprawy związane z szeroko rozumianym rozwojem społeczeństwa informacyjnego i przeciwdziałaniem wykluczeniu cyfrowemu.

NASK-PIB jest podmiotem wykonującym na zlecenie Ministra Cyfryzacji szereg działań w zakresie wzmocnienia cyfrowego i innowacyjności wynikających z następujących strategii:

1. „Strategia na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju” (bezpośrednio: obszar „Cyfryzacja” – cel „Wzmocnienie cyfrowego rozwoju kraju”);
2. Strategia Innowacyjności i Efektywności Gospodarki „Dynamiczna Polska 2020” – cel 2: „Stymulowanie innowacyjności poprzez wzrost efektywności wiedzy i pracy”, kierunek działań 2.3. „Wspieranie współpracy w tworzeniu i wdrażaniu innowacji”.
3. „Polityka dla rozwoju sztucznej inteligencji w Polsce od roku 2020”, obszary: AI i edukacja („programy kursów dla osób zagrożonych utratą pracy w wyniku postępującej automatyzacji i wdrażania nowych technologii”), AI i Społeczeństwo („działania, które mają uczynić [...] z Polaków – społeczeństwo świadome konieczności ciągłego podnoszenia wiedzy i umiejętności, w tym kompetencji cyfrowych”).

Jako podmiot nadzorowany przez ministra właściwego ds. informatyzacji prowadzi również działalność badawczo-rozwojową, edukacyjną oraz popularyzującą ideę społeczeństwa informacyjnego poprzez realną transformację cyfrową. NASK jest podmiotem publicznym działającym na rzecz rozwoju szeroko rozumianych kompetencji cyfrowych, funkcjonującym na styku świata nauki i biznesu, tworzącym bazę dla innowacyjnych produktów i usług.

Ważnym elementem działalności NASK jest edukacja użytkowników oraz promowanie koncepcji społeczeństwa informacyjnego. NASK-PIB realizuje projekty badawcze m.in. w zakresie upowszechnienia i podniesienia jakości edukacji wspomaganej technologiami informacyjno-komunikacyjnymi dla zrównoważonego rozwoju i budowy społeczeństwa informacyjnego, wzmocnienia kompetencji ICT osób młodych. Prowadzi badania społeczne i edukacyjne, które pomagają poznać potrzeby i wyzwania związane z użyciem IT w edukacji oraz zidentyfikować bariery w procesie nauczania.

NASK realizuje projekty o charakterze edukacyjnym stanowiące istotny obszar działalności Instytutu. Jest partnerem strony rządowej, pozarządowej oraz samorządów w realizowaniu idei modernizacji i cyfryzacji kraju. Instytut jest między innymi operatorem Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej (OSE), zaprojektowanej na mocy Ustawy o Ogólnopolskiej Sieci Edukacyjnej przez Ministerstwo Cyfryzacji (obecnie KPRM). Instytut, jako odpowiedź na wyzwania jakie niesie ze sobą rozwój nowych technologii cyfrowych, uruchomił również Akademię NASK oraz zrealizował kampanie edukacyjno-informacyjne na rzecz

² W szczególności w świetle art. 38 ust. 2 i 3 ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o *zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014–2020* (Dz.U. z 2018 r. poz. 1431, z późn. zm.) oraz podrozdziału 5.2.1 *Polityka spójności*, rozdziału 5.2 *Zasady wyboru Projektów Umowy Partnerstwa*.

	<p>upowszechnienia korzyści płynących z wykorzystywania technologii cyfrowych. NASK jest m.in. autorem raportów „Nastolatki 3.0” oraz „E-transformacja i bezpieczeństwo cyfrowe w polskich przedsiębiorstwach”.</p> <p>NASK bierze aktywny udział w pracach uruchomionego 22.10.2019 r. Programu GovTech Polska, którego celem jest realizacja i koordynacja strategicznych projektów cyfrowych, angażując w to przedsiębiorców oraz obywateli. Celem GovTech jest nie tylko opracowywanie technologicznych rozwiązań, ale udział w procesie tworzenia cyfrowej rzeczywistości i jej popularyzacji wśród obywateli. Jedną z inicjatyw z tego zakresu, podejmowanych przez GovTech z udziałem NASK, jest pilotażowy projekt z udziałem Google Polska w zakresie rozwoju kompetencji cyfrowych młodych Polaków. Powierzenie NASK wdrożenia pilotażu przez GovTech dodatkowo uzasadnia rolę NASK jako beneficjenta niniejszego projektu pozakonkursowego. Projekt finansowany z EFS jest rozszerzeniem pilotażowego przedsięwzięcia finansowanego ze środków GovTech.</p> <p>Dzięki rozbudowanej strukturze organizacyjnej NASK-PIB ma adekwatne kompetencje do realizacji projektów z zakresu kompetencji cyfrowych - posiada wykwalifikowaną kadrę zarządzającą projektami, finansami, wsparcie prawne oraz niezbędne zasoby techniczne i organizacyjne. NASK-PIB ma stabilną sytuację finansową i nie ma zadłużenia.</p>			
Czy Projekt będzie realizowany w partnerstwie?	TAK		NIE	X
Podmioty, które będą partnerami w projekcie i uzasadnienie ich wyboru³	Nie dotyczy			
Czy Projekt będzie Projektem grantowym?	TAK		NIE	X
Przewidywany termin złożenia wniosku o dofinansowanie (kwartał albo miesiąc oraz rok)	4. kwartał 2021			
Przewidywany okres realizacji Projektu	Data rozpoczęcia (miesiąc oraz rok)	marzec 2022	Data zakończenia (miesiąc oraz rok)	październik 2023
SZACOWANY BUDŻET PROJEKTU				

³ Wypełnić w przypadku Projektu realizowanego w partnerstwie. W przypadku, gdy nie są znane konkretne podmioty, które będą partnerami w projekcie, należy wpisać požądane cechy partnerów oraz uzasadnić wskazanie określonych cech.

Szacowana kwota wydatków w projekcie w podziale na lata i ogółem (PLN)					
w roku 2019	w roku 2020	w roku 2021	w roku 2022	w roku 2023	ogółem
			12 011 852	942 430	12 954 282
Szacowany wkład własny beneficjenta (PLN)					
TAK				NIE	x
Szacowany wkład UE (PLN)					
12 214 592 (94,29% wartości ogółem)					
ZAKŁADANE EFEKTY PROJEKTU WYRAŻONE WSKAŹNIKAMI (W PODZIALE NA PŁEĆ I OGÓŁEM)					
WSKAŹNIKI REZULTATU					
Nazwa wskaźnika	Wartość docelowa				
	W podziale na: ⁴		Ogółem w projekcie		
	Kobiet y	Mężczyzn			
Liczba przetestowanych innowacji społecznych w skali makro	n.d.	n.d.	1		
Odsetek osób, które ukończyły staż	n.d.	n.d.	75%		
WSKAŹNIKI PRODUKTU					
Nazwa wskaźnika	Wartość docelowa				
	W podziale na: ⁵		Ogółem w projekcie		
	Kobiet y	Mężczyzn			
Liczba innowacji przyjętych do dofinansowania w skali makro	n.d.	n.d.	1		
Liczba zorganizowanych staży	n.d.	n.d.	1200		
SZCZEGÓŁOWE KRYTERIA WYBORU PROJEKTU					

⁴ Rozbicie wartości docelowych na płeć jest nieobowiązkowe – wypełniane w zależności od specyfiki wsparcia i samego Projektu oraz zidentyfikowanego problemu, który Projekt ma rozwiązać lub złagodzić.

⁵ Rozbicie wartości docelowych na płeć jest nieobowiązkowe – wypełniane w zależności od specyfiki wsparcia i samego Projektu oraz zidentyfikowanego problemu, który Projekt ma rozwiązać lub złagodzić.

KRYTERIA DOSTĘPU	
1. BRAK	
Uzasadnienie:	