

DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROYECTOS
Acción Clave 2 (KA2):
COOPERACIÓN PARA LA INNOVACIÓN Y EL INTERCAMBIO DE
BUENAS PRÁCTICAS
*Asociaciones estratégicas en el ámbito de la educación, la formación y la
juventud*



Unidad de Educación Escolar y de Personas Adultas
Madrid, 6-7 de octubre de 2015

ÍNDICE DE CONTENIDOS:

1. GLOSARIO: IMPACTO, DIFUSIÓN, EXPLOTACIÓN Y SOSTENIBILIDAD
2. ALGUNAS CARACTERÍSTICAS
 - ❖ El impacto y difusión en las propuestas
 - ❖ Análisis y criterios
 - ❖ Difusión y explotación de resultados
 - ❖ Resultados
 - ❖ Productos intelectuales
3. HERRAMIENTAS EUROPEAS de difusión y valorización

1

GLOSARIO

1. IMPACTO - ¿QUÉ?

IMPACTO

Efecto que tienen las actividades llevadas a cabo en un proyecto y sus resultados en los participantes, prácticas, organizaciones y sistemas.

- ❖ Se prevé
- ❖ Se evalúa

2. DIFUSIÓN- ¿QUÉ?

□ DIFUSIÓN

Propagar, esparcir, divulgar, extender, sembrar...los éxitos y resultados de un proyecto tanto como sea posible con el fin de impactar en otras organizaciones y de mejorar la imagen de la institución que lo lleva a cabo.

- ❖ Programada desde el principio
- ❖ Evaluable

3. EXPLOTACIÓN- ¿QUÉ?

EXPLOTACIÓN

Maximizar el potencial de las actividades de manera que los resultados se usen más allá de la vida del proyecto.

- ❖ Resultados transferibles a otros, a nuevas áreas, potencialmente utilizables para influenciar políticas y prácticas educativas.

4. SOSTENIBILIDAD - ¿QUÉ?

SOSTENIBILIDAD

Cuando parte o todos los resultados del proyecto se difunden y explotan de manera progresiva más allá del fin del periodo contractual y hacia el futuro.

- ❖ Comercialización
- ❖ Acreditación
- ❖ Generalización



2

ALGUNAS
CARACTERÍSTICAS



El **IMPACTO** y la **DIFUSIÓN** en las propuestas

1. Parte importante de la solicitud (30 p.).

2. Información sobre actividades llevadas a cabo para compartir resultados dentro y fuera de la institución.

3. Plan detallado: destinatarios, herramientas, resultados.

Asociaciones Estratégicas

Se unen recursos y experiencias

Se crean sinergias de grupo

Se adquieren nuevas competencias

Se favorece la modernización, innovación y creatividad

Se producen cambios sistémicos

Se optimiza la difusión

IMPACTO: ANÁLISIS Y CRITERIOS

1. Aumento de competencias, cambio de actitudes, mejoras en el proceso de aprendizaje.
❖ INDIVIDUOS

2. Mejora en la gestión, marco pedagógico/curricular, práctica de la organización.
❖ ORGANIZACIONES

3. Efectos duraderos, transferencia de innovación, creación de sinergias, influencia en toma de decisiones, creación de redes.
❖ OTROS

IMPACTOS ESPERADOS: KA204 EJEMPLOS

- Hacer efectivo el acceso a los recursos educativos de la población adulta desfavorecida.
- Aumento de la motivación de las personas adultas por el aprendizaje.
- Realización de experiencias de aprendizaje de lenguas extranjeras en contextos reales.
- Crear redes de apoyo de educadores y formadores de personas adultas.
- Elaboración de materiales y formación específicos.
- Creación de instrumentos de reconocimiento de los aprendizajes no formales e integrarlos en el currículo de las personas adultas.
- Mejora (constatada) de las competencias base de las personas adultas tanto en la red pública como en la no formal.
- ETC.

IMPACTOS ESPERADOS: KA201 EJEMPLOS

- Establecimiento de sinergias entre el sector educativo y otros sectores.
- Creación de materiales, metodologías, formación para el sector escolar contando con la participación activa de centros escolares.
- Establecimiento de líneas políticas educativas de aplicación local o regional.
- Optimización de recursos y aproximación holística a los problemas educativos de un barrio, localidad, región.
- ETC.

IMPACTOS ESPERADOS: KA219 EJEMPLOS

- Mejora (constatada) de las competencias del alumnado mediante el uso de una nueva y más adecuada metodología.
- Creación de un nuevo departamento de internacionalización del centro.
- Mejoras en el conocimiento y aplicación de las TIC.
- Mejoras en el tratamiento transversal de determinados temas. Coordinación y cooperación a través de estructuras organizativas multidisciplinares.
- Creación o mejora de cauces de coordinación y participación de las familias.
- Mejora en el uso de los espacios para el aprendizaje.
- Apertura de los centros al medio local.
- Establecimiento de cauces de participación del alumnado en el proceso de aprendizaje.
- ETC.

DIFUSIÓN Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS

METAS

- ❑ DIFUNDIR E INTEGRAR los resultados
- ❑ Contribuir a IMPLEMENTAR Y COMPARTIR POLÍTICAS Y sistemas a nivel nacional y europeo

¿QUÉ “RESULTADOS” de la actividad? (I)

1. RESULTADOS TANGIBLES:

- Enfoques o modelos para resolver problemas.
- Herramientas prácticas: manuales, planes de estudios, herramientas de aprendizaje on-line, etc.
- Informes o estudios de evaluación.
- Guías de buenas prácticas o estudios de casos.
- Informes de evaluación.
- Boletines o folletos informativos.

DOCUMENTAR LOS RESULTADOS - VISIBILIDAD Y TRANSPARENCIA

¿QUÉ “RESULTADOS” de la actividad? (II)

1. RESULTADOS INTANGIBLES:

- Conocimientos o experiencias adquiridos por los participantes, público objetivo o cualquier agente activo de la comunidad educativa.
- Mejoras en las competencias y los logros.
- Mayor sensibilización cultural.
- Mejores conocimientos lingüísticos.

MEDICIÓN: entrevistas, cuestionarios, pruebas, observaciones, etc.

PRODUCTOS INTELECTUALES - ¿QUÉ?

PRODUCTOS INTELECTUALES

Son resultados tangibles definidos e incluidos en el plan de trabajo, materiales elaborados en el marco de un proyecto de cooperación y que requieren un ACABADO PROFESIONAL.

- ❖ Deben tener entidad suficiente en calidad y/o cantidad para ser tenidos en cuenta como costes elegibles.

PRODUCTOS INTELECTUALES - ¿CUÁLES?

NO SON PRODUCTOS INTELECTUALES:

- ✓ Blogs, wikis, web del proyecto
- ✓ Folletos y materiales divulgativos o de sensibilización
- ✓ Libros de imágenes de las actividades
- ✓ Libros recopilatorios del trabajo del alumnado o aprendices
- ✓ CD y/o DVD de recopilación de trabajos y actividades
- ✓ Colecciones de PowerPoint de trabajos de alumnado o aprendices
- ✓ Recopilaciones de artículos o trabajos previos a la elaboración del producto
- ✓ Newsletters, boletines, etc.

PRODUCTOS INTELECTUALES - ¿CUÁLES?

SÍ SON PRODUCTOS INTELECTUALES:

- ✓ Bases de datos informatizadas
- ✓ El desarrollo de una parte o un currículo completo
- ✓ Materiales pedagógicos para el alumnado susceptibles de ser publicados
- ✓ Un portal educativo
- ✓ Un curso de formación
- ✓ Una guía metodológica susceptible de ser publicada
- ✓ Un software específico

PRODUCTOS INTELECTUALES - ¿CUÁLES?

- ✓ Herramientas TIC originales, creadas en el proyecto.
- ✓ Estudios y análisis susceptibles de ser publicados.
- ✓ Creación de métodos de aprendizaje entre iguales.
- ✓ Materiales educativos abiertos: materiales multimedia para la enseñanza y aprendizaje de acceso libre bajo licencia abierta, REA en castellano, OER en inglés.
- ✓ Una investigación compleja que dé lugar a la continuación de una línea de trabajo.
- ✓ Producciones artísticas de calidad comercial: cortometrajes, largometrajes, representaciones teatrales, conciertos, videoinstalaciones, etc.

PRODUCTOS INTELECTUALES - CARACTERÍSTICAS

c
a
r
a
c
t
e
r
í
s
t
i
c
a
s

Facilitar el acceso a los materiales a través de Internet, sin cargo alguno y en régimen de **licencia abierta (ol)**

Licencia abierta: El propietario de un trabajo (beneficiario) de permiso a otros para que puedan conocer y utilizar el recurso (Agencia Nacional y otros)

Cada recurso debe llevar una licencia abierta.

No es una cesión de los derechos de autor ni de los derechos de propiedad intelectual.

Se especifica en el contrato

3

Algunas CARACTERÍSTICAS:
¿quiénes, cuándo, cómo?

¿QUIÉNES forman el público destinatario?

- Es esencial la identificación de los grupos destinatarios. Las actividades y resultados deben adaptarse según el público objetivo:
- ❖ Usuarios finales de las actividades y productos.
- ❖ Agentes educativos, expertos y profesionales en el campo de actuación en otros relacionados.
- ❖ Responsables de las toma de decisiones a nivel local, regional, nacional y/o europeo.
- ❖ Prensa y medios de comunicación.
- ❖ Público en general.

¿CÓMO se evalúa? Instrumentos de apoyo al Proyecto de difusión

☐ MECANISMOS – Creativos y novedosos (Erasmus +):

- ❖ La plataforma de difusión de la UE.
- ❖ ETwinning
- ❖ Sitios web del proyecto o la propia institución.
- ❖ Oportunidades de debate: sesiones informativas, talleres, seminarios, cursos, grupos de trabajo, exposiciones, jornadas, etc.
- ❖ Material escrito: Informes, artículos en la prensa, prospectos, folletos, etc.
- ❖ Medios y productos audiovisuales: radio, televisión, YouTube, redes sociales, apps, etc.
- ❖ Actos públicos.
- ❖ Contactos y redes corporativos.
- ❖ Uso directo en una situación de aprendizaje.

¿CUÁNDO realizamos? Momentos de la DIFUSIÓN (I)

ANTES de comenzar el proyecto:

- ❖ Hacer un BORRADOR del Plan de DIFUSIÓN.
- ❖ DEFINIR impacto y resultados esperados.
- ❖ DETERMINAR a quién irá dirigido.

CRITERIOS DE CONCESIÓN (Formulario de solicitud: 30p.)

¿CUÁNDO realizamos? Momentos de la DIFUSIÓN (II)

DURANTE el proyecto:

- ❖ ACTUALIZAR la plataforma de difusión con información reciente sobre el proyecto y los resultados.
- ❖ CONTACTAR con los medios de comunicación locales y/o regionales.
- ❖ LLEVAR A CABO actividades regulares.
- ❖ EVALUAR el impacto en los grupos destinatarios.
- ❖ INVOLUCRAR a los agentes educativos con vistas a la transferencia de resultados.

¿CUÁNDO realizamos? Momentos de la DIFUSIÓN (II)

DESPUÉS del proyecto:

- ❖ CONTINUAR la difusión.
- ❖ Desarrollar ideas para una FUTURA COOPERACIÓN.
- ❖ EVALUAR logros y el impacto.
- ❖ CONTACTAR con medios y autoridades educativas.

MEMORIA FINAL: NOTIFICACIÓN actividades llevadas a cabo para compartir los resultados DENTRO y FUERA de la propia organización.

¿CÓMO se evalúa? EVALUACIÓN del ÉXITO / IMPACTO

TIPOS DE INDICADORES

CUANTITATIVOS

- Hechos y cifras relativas a sitios web.
- Número de reuniones con los participantes y otras partes interesadas.
- Número de participantes que intervienen en los debates y sesiones informativas.
- Producción y circulación de los productos.

CUALITATIVOS

- Cobertura mediática (artículos en prensa, comunicados, entrevistas, etc.)
- Visibilidad en las redes sociales.
- Participación en actos públicos.
- Vínculos con redes y socios transnacionales, transferencia de información y conocimientos prácticos.
- Impacto en las medidas políticas regionales, nacionales y de la UE.
- Feedback de los destinatarios, compañeros, autoridades educativas, etc.



Erasmus +. HERRAMIENTAS europeas de DIFUSIÓN y valorización

Herramientas de difusión:

- Plataforma de difusión de Erasmus+ VALOR
- <http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects/>
- eTwinning: plataforma informática para la cooperación escolar
- ❖ <http://www.etwinning.net/es/pub/index>.
- EPALE: comunidad plurilingüe de profesionales del aprendizaje de adultos
- ❖ http://ec.europa.eu/education/opportunities/adult-learning/epale_es.htm

Erasmus+. Más información

- ❑ Información sobre Erasmus + (convocatoria europea, guía del programa, borradores de formularios, etc.):
 - www.sepie.es
 - www.erasmusplus.injuve.es
 - <http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/>
- ❑ Presencia en redes sociales:



@oapee.gob



Organismo Autónomo Programas Educativos Europeos



Canal MECD



*¡MUCHAS GRACIAS
POR SU ATENCIÓN!*

www.sepie.es

asociaciones.escolar@sepie.es

asociaciones.adultos@sepie.es

sepie
SERVICIO ESPAÑOL PARA LA
INTERNACIONALIZACIÓN DE LA
EDUCACIÓN

C./ General Oráa, 55
28006 - Madrid