



## Metodologie validace produktů



*Vytvoření metodologie validace nejlepších výstupů a výsledků projektu*

**Zpracovatel:**

**COMÉNIA CONSULT MOST s.r.o.**  
Báňská 287  
434 01 Most  
IČO: 250 15 150

*Říjen 2008*





## Obsah

Úvod.....	3
1. Základní pojmy nutné k pochopení procesu validace: .....	3
Validace – proces, který je základem úspěšného šíření produktu .....	4
Hodnotící vlastnosti produktu: .....	5
<i>Analytické okruhy kvality pro produkty:</i> .....	5
<i>Časový rámec validačního procesu:</i> .....	10
B. Fáze validačního jednání: .....	12
Příloha č. 1 - Vzor pozvánky na validační jednání: .....	18
Příloha č. 2: .....	19
Potvrzení účasti na validačním jednání: .....	19
Příloha č. 3 .....	20
Strukturovaný životopis externího experta a kompetence v problematice týkající se validovaného produktu.....	20
Příloha č. 4 .....	21
Tabulka PP – Představení produktu .....	21
Příloha č. 5 .....	22
Tabulka PPP – Podrobný popis produktu .....	22
Příloha č. 6 .....	24
Tabulka PPPP - Podrobné posouzení prezentovaného produktu.....	24
Příloha č.7 .....	25
Vzor zprávy z validačního jednání.....	25





## Úvod

Předkládaný projekt „KARIÉRA“ nejen, že vytvoří systémový jednotný rámec pro kariérové rozhodování v Ústeckém kraji, ale vytvořené poradenské nástroje projdou procesem validace, tedy procesem všeobecného uznání kvality vytvořených produktů a budou představovat jednotný metodologický základ pro poskytování kariérového poradenství v Ústeckém kraji. Za účelem ověření kvality výstupních dokumentů projektu „KARIÉRA“ bude vypracována podrobná metodika validačního procesu jako nástroje pro ověření kvality ze strany autorů produktů, peers, externích expertů, potencionálních uživatelů, cílových skupin a tvůrců politik. Validace produktů je významným krokem v rámci vývoje a prosazování inovativních nástrojů, protože umožňuje identifikovat důkazy o kvalitě produktu z několika hledisek (inovativnost, společné rozhodování - zapojení cílových skupin, vhodnost, užitečnost, přístupnost, rovnost a přenositelnost), která bude sloužit jako zpětná vazba těm, kdo produkt vyvíjeli a aby konečná podoba produktu co nejvíce odpovídala potřebám cílových skupin.

### 1. ZÁKLADNÍ POJMY NUTNÉ K POCHOPENÍ PROCESU VALIDACE:

**Verifikace** – proces ověření správnosti vzhledem k formulovaným požadavkům

**Evaluace** – znamená celý proces systematického plánování, kontrolování a hodnocení výsledků nějaké činnosti či souboru činností předmětu zájmu. V případě projektu jde o stanovení cílů, o průběžnou kontrolu projektu a průběžné hodnocení výstupů. To znamená, že evaluace je průběžný (často opakovaný) cyklický proces, který má vést ke zlepšení projektové činnosti a výstupů a zároveň ke zlepšení řízení a dopadu projektu.

**Validace** - proces ověření vzhledem k reálným požadavkům, jedná se o hodnocení kvality produktu z několika hledisek (např. inovativnost, relevance, přenositelnost atd.) a tím poskytuje záruku, že inovativní produkt má potenciál novým způsobem řešit problémy cílových skupin a dále, že produkt je využitelný jinými organizacemi a v jiném kontextu.





**Diseminace** – část publicity projektu, tedy rozšiřování informací o projektu (např. informování partnerů o průběhu realizace jednotlivých aktivit, nebo seznamování cílové skupiny s aktivitami projektu).

**Publicita a propagace** – prosazení informování všech subjektů zapojených do projektu, odborné a laické veřejnosti prostřednictvím informačních médií, propagačních materiálů apod., jejímž cílem je zvýšení povědomí veřejnosti o programech samotných a také o pomoci ze strukturálních fondů EU.

**Mainstreaming** – prosazování a šíření vyvinutých inovací do politik a praxe, má za cíl umožnit prosazení nově vyvinutých úspěšných nástrojů do politiky a praxe na místní, regionální, národní a evropské úrovni. Mainstreaming tedy představuje koordinované šíření dobrých zkušeností a zajištění vlivu na politiku. Jednotlivá RP, která chtějí své produkty validovat, musí prokázat kvalitu – přidanou hodnotu produktů svým oponentům (např. formou analýz, pilotního ověření, vyjádření cílových skupin, sebehodnocení, diskusí na seminářích a workshopech apod.) Důkazy o všeobecné užitečnosti a kvalitě produktu pak RP využívá při diseminačních a mainstreamingových aktivitách. Po porozumění základních pojmů není těžké objasnit proces validace.

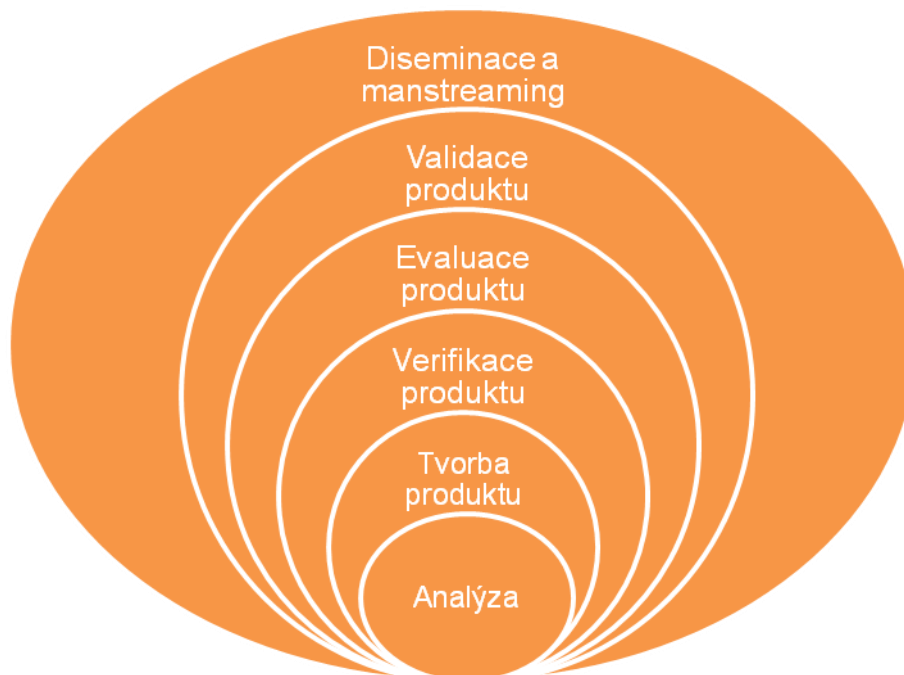
### **VALIDACE – PROCES, KTERÝ JE ZÁKLADEM ÚSPĚŠNÉHO ŠÍŘENÍ PRODUKTU**

Realizace projektu vede k naplnění jeho cílů. Naplnění cílů je tedy možné dosáhnout stanovenými, pevně popsány a plněnými projektovými aktivitami. Realizace jednotlivých aktivit vede k tvorbě konkrétních a hmatatelných produktů, které budou všeobecně uznané. Jak získat pro produkty všeobecné uznání? Nikdo nebude mít zájem o produkty, které nenabízejí nic nového a nejsou užitečné. Pro úspěšnou diseminaci je nutné tedy vlastnit dobrý produkt. Bez něj nemůže být správně realizována žádná strategie šíření. A současně bez validace nebudou vytvořeny dobré produkty.

Smyslem procesu validace je tedy zjistit kvalitu a užitečnost produktu, který byl v daném projektu vytvořen. Pokud je výsledkem validace kvalitní a užitečný produkt, který je navíc všeobecně uznávaný, nemá překážky ve svém šíření



a přenosu k jeho využití do jiných organizací. Validace tedy předchází diseminaci a mainstreamingu produktů.



#### **HODNOTÍCÍ VLASTNOSTI PRODUKTU:**

Rozvojové partnerství zvolí produkty, které mají projít validačním procesem. Je nutné dodržet zásadu vytvoření produktů, které mají hmatatelnou a konkrétní podobu, které odpovídají vývoji nových řešení s přidanou hodnotou a u kterých je předpoklad všeobecného uznání. Produkty musí být užitečné a přizpůsobitelné v širším prostředí, tedy evoluční a dynamické. Pro úspěšnou validaci produktů by měly zohledňovat analytické okruhy kvality pro produkty a následující kritéria hodnocení produktu:

#### **Analytické okruhy kvality pro produkty:**

##### **Inovativnost:**

- jak se produkt liší od již existujících, stávajících řešení, nové nápady, rozmanitost, flexibilita, nový, pozitivní přínos pro cílové skupiny, nové



formy vzdělávání, poradenství, zaměstnatelnosti a jiné, obsahová inovativnost, inovativnost formy, přidaná hodnota produktu ve vztahu ke konvenčním řešením a rozvoji nových dovedností.

#### **Přístupnost:**

- jak je produkt přístupný všem cílovým skupinám, jazyková srozumitelnost, obsahová srozumitelnost, hledisko technologie.

#### **Přenositelnost:**

- jak je produkt přenositelný (jednoduchost a rychlost přenosu a osvojení produktu jinými organizacemi a odborníky), možnosti a jednoduchost transferu, jednoduchost v zaškolení apod.

#### **Rovnost:**

- jak produkt respektuje rovné příležitosti obecně, z hlediska cílových skupin i osob zapojených do projektu, zda řeší rovnost např. etnických menšin, zdravotně postižených, jak vytváří situace, které napomáhají začleňování a jaké aktivity vytváří vzhledem k začleňování, jak respektuje rovnost mužů a žen a jiné.

#### **Společné rozhodování :**

- jak produkt respektuje zapojení cílových skupin při jeho využívání z hlediska jejich sociální adaptace a zařazení, jak bylo respektováno společné rozhodování při jeho tvorbě, a to z různých hledisek..... uvnitř RP, vně RP, cílové skupiny.

#### **Užitečnost:**

- jak produkt umožňuje cílové skupině řešit své problémy, v čem je užitečný z hlediska získaných dovedností, sociálních hodnot nebo osobní samostatnosti, v čem jim pomohl a jak.





### Vhodnost:

- jak je produkt ušitý na míru potřebám cílových skupin, srozumitelnost, tempo výuky, vhodnost z hlediska jejich začlenění, multikulturalita a jak odpovídá na jejich integrační a kvalifikační problémy a potřeby.

### Možná kritéria pro hodnocení produktu:

#### Inovativnost:

- Co dělá produkt unikátním a osobitým ve srovnání s jinými řešeními?
- Jaká je přidaná hodnota produktu ve srovnání s konvenčními řešeními?
- Zvyšuje a rozvíjí produkt nové dovednosti uživatelů a konečných příjemců?
- Podporuje a/nebo mobilizuje produkt nové způsoby učení?
- Je produkt výsledkem různých a vzájemně se doplňujících příspěvků různých partnerů?

#### Přístupnost:

- Má produkt charakteristiky, které budou zvyšovat jeho dosažitelnost a přijetí v odlišných kontextech, regionech a organizacích uživatelů a cílových skupin?
- Je produkt flexibilní s ohledem na zvyky a postupy uživatelů a cílových skupin?
- Obsahuje produkt zprostředkující a podpůrné mechanismy, které by usnadnily jeho užívání?
- Je jeho součástí příručka či metodické materiály pro uživatele?
- Je produkt prezentován a napsán způsobem, který oslovuje potřeby a záměry uživatelů?

#### Přenositelnost:

- Má produkt univerzálnost a flexibilitu, které umožní jeho využitelnost v odlišných kontextech a prodlouží jeho "život"?
- Obsahuje produkt zkušenosti a "příběhy", které umožňují kritickou reflexi a demonstrují, jak může být produkt využíván a adaptován v odlišných kontextech?
- Má produkt potenciál působit změny v organizačních postupech a v sociálních, vzdělávacích a zaměstnaneckých přístupech či politikách?





- Vyplatí se cenové náklady spojené s předáváním a využíváním produktu? Jsou reálné?
- Umožňují vlastnosti produktu a související materiály jeho snadný transfer/přijetí bez podpory autorů produktu?

#### **Rovnost:**

- Respektuje, cení si a podporuje produkt rovnost pohlaví?
- Podporuje produkt hodnoty občanské a hodnoty lidských práv?

#### **Společné rozhodování :**

- Účastnili se aktivně uživatelé a cílové skupiny na tvorbě a pilotním ověření produktu?
- Podněcuje, mobilizuje a zvyšuje produkt schopnost vlastního rozhodování u uživatelů a cílových skupin?
- Podporuje produkt samostatnost a zodpovědnost na straně uživatelů a cílových skupin?

#### **Užitečnost:**

- Přispívá produkt aktivně k řešení problémů a potřeb uživatelů a cílových skupin?
- Jsou výhody produktu uznávány a ceněny uživateli a cílovými skupinami?
- Budou dovednosti, které jsou produktem podporovány, společensky uznatelné a certifikovatelné?

#### **Vhodnost:**

- Jaká je flexibilita a možnost modifikace produktu s ohledem na různé potřeby uživatelů a cílových skupin?
- Vyhovuje produkt potřebám a schopnostem uživatelů a cílových skupin?
- Respektuje produkt kulturní zázemí uživatelů a cílových skupin?







Validační metodologie musí umožňovat různé úhly pohledu na produkt. Kvalita produktů bude tedy hodnocena ze strany autorů produktů, peers, externích expertů, potencionálních uživatelů, cílových skupin a tvůrců politik. Je nutné věnovat výběru účastníků velkou pozornost. Čím větší bude jejich erudovanost, tím víc Vám pomůžou při ověřování kvalit produktu.

#### **„Autoři produktu“:**

partneři rozvojového partnerství BAD-ART, v rámci kterého byl produkt vytvořen - budou jej muset předvést a „obhájit“ z perspektivy tvůrců. Tyto produkt/y prezentují a jsou připraveni a povinni odpovídat na otázky, které se produktu týkají tak, aby přesvědčili své oponenty o jeho důležitosti a kvalitě v rámci výše uvedených vlastností produktu. Jsou to tzv. **obhájci produktu**.

#### **„Peers“:**

rozvojové partnerství nebo další partneři, kteří nejsou zapojeni do rozvojového partnerství, ani nebyli zahrnuti do vývojového procesu produktu - jsou schopni přispět informacemi o použitelnosti produktu pro potenciální uživatele z hlediska technického a kvalitativního. Mohou přispět cennou radou osvojitelům produktu. Jsou to tzv. **poradci produktu**.

#### **„Potencionální uživatelé“:**

subjekty, které mají zájem na osvojení a využití produktu, mohou mít i nápady na mainstreamingovou strategii a na aktivity, které podpoří osvojení produktu v budoucnosti. Hodnocení produktu a jejich případné připomínky jsou z hlediska kvality velmi přínosné. Umí podat připomínky produktu při jeho konkrétní diseminaci, znají prostředí, kde by se potencionálně produkt mohl implantovat. Jsou to tzv. **osvojitelé produktu**.

#### **„Externí experti“:**

alespoň dvě osoby, které nebyly přímo zapojeny do vývoje produktu a jsou schopni porovnat produkt s ostatními řešeními nebo produkty dostupnými na trhu. Předpokládá se jejich výborná znalost dané problematiky. Existuje možnost, aby byli ze stejného RP, ale nesmí být v žádném případě současně autory produktu.





Proto doporučujeme výběr externích expertů vně RP. Jsou to tzv. **opONENTI produktu**.

#### **„Tvůrci politik“:**

zajišťují, že produkt je vytvořen v souladu s vládními prioritami a strategiemi tak, aby inovace představovaná produktem mohla být využita v rámci nových opatření pro zlepšení „systémů“ a ve prospěch většího počtu občanů. Jejich zastoupení je vhodné jednak z hlediska dalšího možného vertikálního mainstreamingu jako i z hlediska posouzení produktu při jeho přenositelnosti pro větší počet uživatelů v souladu se zvolenou politikou a strategií, tzv. **posuzovatelé produktu**. Jejich účast při validačním jednání je nepovinná, leč velmi přínosná.

#### **„Cílové skupiny“:**

ve shodě s principem společného rozhodování (zapojení cílových skupin) mohou vyjádřit svůj názor na použitelnost produktu a zajistit, že jakékoliv představené modifikace produktu jsou v souladu s jejich vlastními potřebami. Jejich účast při validačním jednání je nepovinná, leč velmi přínosná, protože znají produkt z pilotního ověření, tzv. **příjemci produktu**.

### **Časový rámeček validačního procesu:**

#### **A. Přípravná fáze:**

Přípravná fáze zahrnuje několik kroků. Je vhodné si zajistit dostatečný časový předstih před samotným validačním jednáním, protože celý validační proces je náročný a zdlouhavý.

#### **Volba produktu/ů**

RP se na základě zkušeností z realizace projektu na svém koordinačním jednání rozhodne, které produkty bude validovat. Je vhodné vést diskusi, podrobně si promyslet, zda validovat všechny produkty nebo jen část produktů. Důležité je určit klíčový produkt a rodinu produktů kolem klíčového produktu, které mohou





projít validačním procesem jako celek anebo rovnocenné produkty, které projdou validačním procesem zvlášť.

### Účastníci

V přípravné fázi dále RP BAD - ART rozhodne o účastnících validačního jednání. Tyto osloví v dostatečném časovém předstihu – nejlépe předem telefonicky nebo osobně, dodatečně zašle pozvánku ( vzor viz. příloha č. 1). RP získá příslib účasti na validačním jednání (viz.příloha č. 2). V této fázi bude RP BAD – ART věnovat významnou pozornost volbě externích expertů. Po jejich příslibu účasti na validačním jednání jim zašle požadavek na zaslání strukturovaného životopisu včetně tabulky kompetencí experta (vzor viz.příloha č. 3) této metodologie. Je vhodné si zajistit účast náhradníků pro případ, že oslovené osoby svou přislíbenou účast z vážných důvodů odvolají.

### Představení produktu/ů

RP BAD ART vyplní tabulku **PP – Představení produktu** (vzor viz příloha č. 4). Tuto zašle všem účastníkům validačního jednání současně s touto metodologií validace, a to nejméně měsíc před plánovaným validačním jednáním. Pokud se RP BAD – ART rozhodne pro validaci více rovnocenných produktů, vyplní tabulku PP za každý produkt zvlášť.

### Příprava produktu

RP musí produkt/y předem včas připravit do vhodné podoby (elektronické, tištěné) tak, aby produkt představili v kvalitní a reprezentativní formě. Dále RP BAD – ART vyplní tabulku **PPP – Přesný popis produktu** (vzor viz.příloha č. 5) a takto připravený produkt spolu s vyplněnou tabulkou PPP zašle účastníkům validačního jednání nejméně 14 dnů před plánovaným validačním jednáním.





## B. Fáze validačního jednání:

Validační jednání probíhá v předem stanovený a oznámený den. Jednání je náročné, proto je nutné ho rozdělit do několika etap a každé etapě vymezit časový limit.

### 1. etapa validačního jednání – Vysvětlení metodologie validace

Zástupce RP BAD – ART formou prezentace zúčastněným objasní pojem metodologie validace a vysvětlí a nastíní jednotlivé etapy validačního jednání. Předpokládaná délka: cca 15 minut.

### 2. etapa validačního jednání – Prezentace validovaného produktu

Autoři produktu si vytvoří jasnou a srozumitelnou prezentaci produktu, která musí splňovat následující kritéria:

- nesmí přesáhnout délku 45 minut
- musí v ní být přesně definovaný produkt
- musí v ní být přesně definovaná cílová skupina, které pomáhá a slouží
- musí být položen důraz na jeho přidanou hodnotu – porovnání s ostatními již existujícími podobnými produkty
- zachycuje postupně všechny hodnotící vlastnosti produktu, vysvětluje je a tím usnadňuje účastníkům validačního jednání následné připomínky a hodnocení
- obsahuje možnosti a důvody jeho diseminace a mainstreamingu
- závěrem vyzdvihuje silné stránky produktu a současně upozorňuje na nedostatky a rizika, tedy slabé stránky produktu, které se mohou vyskytnout při jeho další diseminaci a mainstreamingu
- je vhodné vyjádření CS

Autoři prezentace ji musí tvořit s rozmyslem, jasně, přesvědčivě, výstižně a důkladně, vzhledem k tomu, že účastníci validace mají možnost hodnotit





produkt škálou bodového hodnocení, mohou klást při nejasnosti dotazy a každé zaváhání může stát autory produktu ztrátu bodového ohodnocení.

### 3. etapa validačního jednání – Diskuze o validovaném produktu

Po prezentaci je vhodná krátká přestávka, cca 5 minut, kdy si účastníci mohou rozmyslet otázky a připomínky. Poté se rozběhne diskuse, účastníci dostávají prostor ke svým dotazům, připomínkám, výhradám. V této etapě autoři odpovídají na otázky, obhajují produkt, vyvracejí případné výhrady, předkládají a navrhuji možná řešení. Doplňující otázky z hlediska hodnocení kladou ostatní účastníci autorům produktu vzhledem na výše uvedený okruh hodnotících vlastností, tento fakt musí mít autoři produktu neustále na zřeteli. Délka diskuze: cca 30 minut.

V této etapě je vhodné zařadit delší přestávku, cca 15 minut, vzhledem k tomu, že validační jednání trvá nepřetržitě již hodinu a půl.

### 4. etapa validačního jednání – Práce v jednotlivých skupinách, analýza a hodnocení produktu formou vyplnění tabulky „PPPP – Podrobné posouzení prezentovaného produktu“

Všichni účastníci validačního jednání rozdělení do jednotlivých skupin ( min. autoři produktu, peers, externí experti, potencionální uživatelé) analyzují všechny získané informace o produktu. Posuzují jej dle hodnotících vlastností produktu a výsledky své analýzy zapisují do tabulky PPPP (příloha č. 6) formou bodového hodnocení produktu. Ztrátu bodů musí důkazně vysvětlit. Jejich úkolem je přesná formulace případných nedostatků a návrh postupů řešení při jejich odstraňování. Vzhledem k důležitosti této etapy validačního procesu, kdy účastníci podrobně produkt hodnotí a v druhé části navrhuji možná řešení vylepšení produktu, je nutné této etapě přiřadit délku trvání také 45 minut.





## 5. etapa validačního jednání – Výsledky podrobného posouzení produktu v jednotlivých skupinách, závěry a navrhovaná případná doporučení

V této etapě jednotlivé skupiny, resp. Zvolený zástupce z každé skupiny prezentuje své posouzení produktu, vysvětluje své bodové ohodnocení, v případě výtky vysvětluje své důvody založené na konkrétní skutečnosti a navrhuje případná vylepšení produktu, taky v konkrétní a věcné formulaci. Autoři mají právo komentovat posouzení jednotlivých skupin a také věcně argumentovat případné vyslovené nedostatky či výtky a navrhovaná řešení.

## 6. etapa validačního jednání – Závěr

Dle bodového ohodnocení ve vyplněné tabulce PPPP - Podrobné posouzení prezentovaného produktu mohou dospět účastníci validačního jednání ke třem možným závěrům:

1. Produkt prošel procesem validace, a to bez ztráty bodového ohodnocení nebo s povolenou ztrátou bodů, kdy šlo jen o připomínky nevýznamného rázu, tedy: **produkt byl úspěšně validován**. Pro jejich autory z toho plynou výhody spojené s validací (např. produkt je vyhodnocen jako dobrá praxe, může být umístěn do evropské databáze dobré praxe, mainstreaming produktu bude podporován řídicím orgánem, produkt bude moci být prezentován na různých konferencích atd.).
2. Produkt prošel procesem validace, a to s určitou ztrátou bodového ohodnocení, kdy šlo o připomínky významné, které autoři musí zimplementovat do produktu, tedy: **produkt byl validován s připomínkami** a autoři musí v době do 1 měsíce připomínky a navrhovaná doporučení do produktu implementovat.





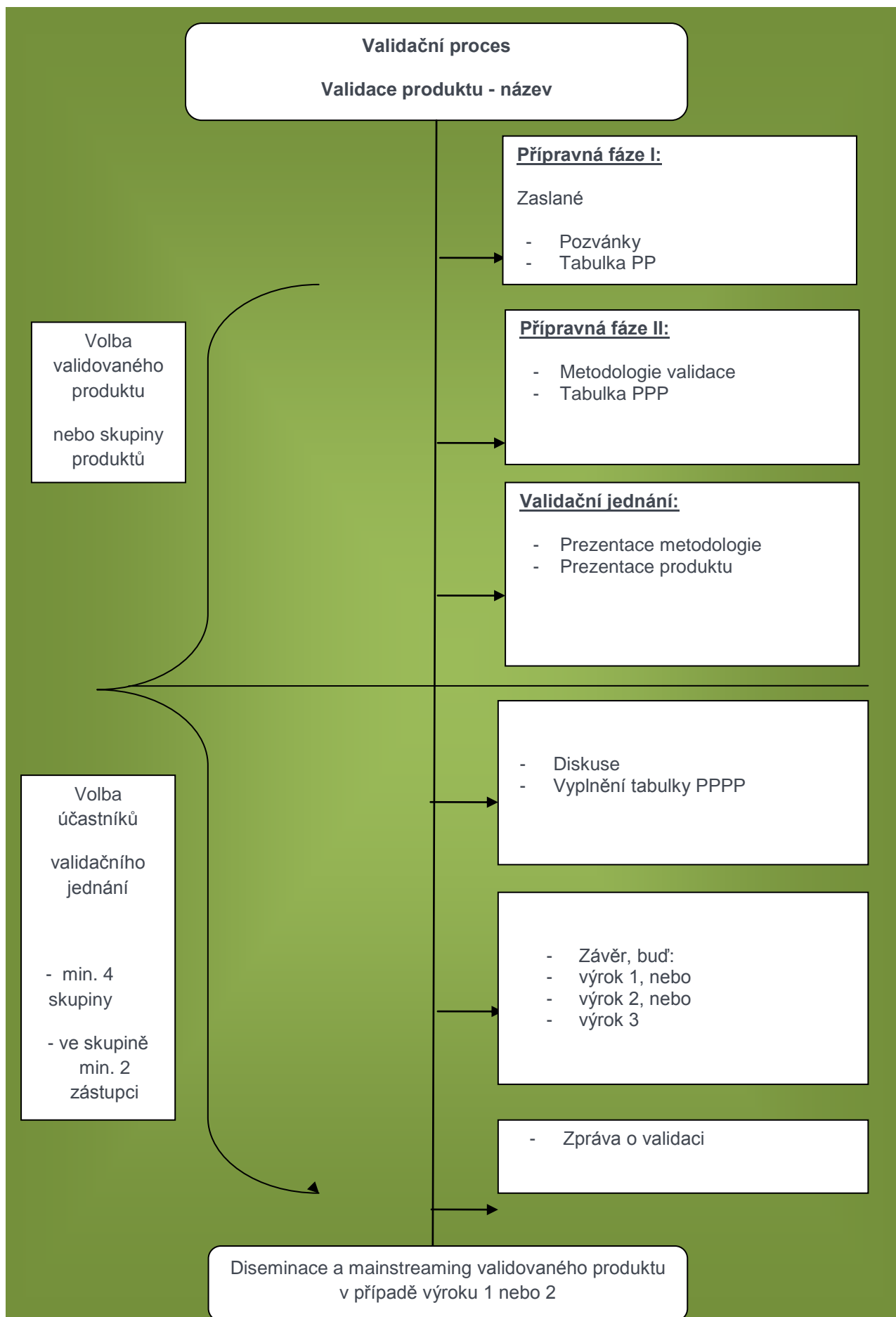
3. Produkt prošel procesem validace, a to s takovou ztrátou bodového ohodnocení, kdy šlo o připomínky zásadní, tedy: **produkt nebyl validován**. Autoři mají možnost produkt upravit tak, aby odstranili zásadní připomínky a výtky a respektovali navrhovaná doporučení a po této úpravě produktu mohou validační jednání po uvážení zopakovat.

### Výsledky validace

**Po ukončení validačního jednání** - autoři produktu shromáždí dokumentaci k validačnímu jednání, která by měla obsahovat:

- ✓ stručnou zprávu z validačního procesu (výsledek validace s přehledem případných připomínek a doporučení a indikací úprav produktu na základě doporučení, kdo se zúčastnil, kde a kdy validace proběhla, prezenční listinu, životopisy a vyplněný dotazník kvalifikace externích expertů, jaká byla použita metoda validace atd.)
- ✓ minimálně 4 vyplněné validační tabulky PPPP (vyplněné autory produktu, peers, experty a potenciálními uživateli)
- ✓ tabulku PPP – Přesný popis produktu
- ✓ mainstreamingový plán produktu









# PŘÍLOHY METODOLOGIE VALIDACE PRODUKTŮ



EVROPSKÁ UNIE





## PŘÍLOHA Č. 1 - VZOR POZVÁNKY NA VALIDAČNÍ JEDNÁNÍ:

V Mostě, dne .....

Vážená paní / Vážený pane,

zveme Vás na validační jednání k produktům projektu „KARIÉRA“, který je v rámci OP VK realizován Rozvojovým partnerstvím BAD – ART.

Projekt KARIÉRA v rámci OP VK jsme orientovali na tvorbu hmatatelných produktů, tj. testování a vývoj nových kvalitních řešení s určitou přidanou hodnotou, a na dosažení všeobecného uznání těchto produktů. Za účelem jejich další diseminace a implementace do dalších organizací a jejich reálnému využití těmito organizacemi (vzdělávacími a školícími, poradenskými atd.), je naší snahou získat pro produkty uznávanou vážnost a ocenění kvality.

K tomu slouží plánovaný proces validace. Tento dává možnost a příležitost vylepšit a zdokonalit produkty, případně je doladit do takové podoby, aby byly funkční a použitelné ostatními organizacemi, které mají takto možnost využít nové aplikace anebo si přejí rozšířit své stávající aktivity.

Z výše uvedených důvodů si Vás dovoluujeme pozvat jako zástupce skupiny ..... na validační jednání k produktu s názvem „.....“, jež obsahuje.....

Informace o produktu jsou v tabulce PP - Představení produktu, která je jako příloha součástí této pozvánky. V příloze Vám také zasíláme podrobnou metodologii validačního procesu.

Validační jednání se uskuteční v ....., dne ..... 2008 od .....hodin, v ..... prostorách ..... se sídlem .....

Prosíme o zpětné potvrzení Vaší účasti na validačním jednání, konaném dne.....

Děkujeme za spolupráci.

Mgr. Jiří Škrábal

S přátelským pozdravem

manažer projektu





## PŘÍLOHA Č. 2:

### **POTVRZENÍ ÚČASTI NA VALIDAČNÍM JEDNÁNÍ:**

Potvrzuji svou účast na validačním jednání k produktu/ům  
....., vytvořeném/ých v projektu KARIÉRA v rámci  
OP VK, které se koná dne..... v prostorách Střední školy  
technické, Most – Velebudice, Dělnická 21, příspěvkové organizaci.

Svou účast potvrzuji jako zástupce skupiny  
.....

Jméno, příjmení, organizace

Datum

Podpis

### **Odmítnutí účasti na validačním jednání:**

S politováním Vám oznamuji, že se nemůžu zúčastnit validačního jednání  
k produktu/ům ..... vytvořeném/ých v projektu  
KARIÉRA v rámci OP VK, které se koná dne.....  
v prostorách Střední školy technické, Most – Velebudice, Dělnická 21,  
příspěvkové organizaci.

Jako náhradníka navrhuji pana/paní.....jako zástupce  
skupiny .....

Jméno, příjmení, organizace

Datum

Podpis





### PŘÍLOHA Č. 3

#### **STRUKTUROVANÝ ŽIVOTOPIS EXTERNÍHO EXPERTA A KOMPETENCE V PROBLEMATICE TÝKAJÍCÍ SE VALIDOVANÉHO PRODUKTU**

Jméno, příjmení:

Datum narození:

Státní příslušnost:

Trvalé bydliště:

Vzdělání:

Zaměstnání:

Přednášková činnost:

Publikační činnost:

Znalosti, schopnosti a předpoklady:

Schopnost orientovat se v problematice, kterou řeší navrhovaný produkt

k validaci:

Znalosti podobných produktů:

Schopnost hodnotit prostředí, v kterém se produkt vyvíjel:

Schopnost formulovat a navrhovat případná nová řešení nebo zdokonalení

stávajících řešení:

Podpis





## PŘÍLOHA Č. 4

### TABULKA PP – PŘEDSTAVENÍ PRODUKTU

Představení produktu	
Příjemce:	
Číslo projektu:	
Název projektu:	
Datum zahájení projektu	
Název Operačního programu:	
Název oblasti podpory:	
Číslo prioritní osy:	
Číslo oblasti podpory:	
Stručný popis produktu:	





## PŘÍLOHA Č. 5

### TABULKA PPP – PODROBNÝ POPIS PRODUKTU

Podrobný popis produktu	
Příjemce:	
Číslo projektu:	
Název projektu:	
Datum zahájení projektu	
Název Operačního programu:	
Název oblasti podpory:	
Číslo prioritní osy:	
Číslo oblasti podpory:	

Identifikace produktu	
Název produktu:	

Autoři produktu	
Jméno:	

Technická specifikace produktu:	
Aktivita:	
Formát produktu:	
Cílové skupiny:	
Uživatelé produktu:	
Cíle produktu:	
Popis produktu:	
Formální/technická specifikace (součástí) produktu:	
Metodologie/pokyny pro aplikaci a/nebo zaškolení do produktu	





<b>Kontaktní údaje pro další informace ohledně produktu:</b>	
<b>Mainstreamingová strategie produktu</b>	
<b>Další specifikace:</b>	





## PŘÍLOHA Č. 6

### TABULKA PPPP - PODROBNÉ POSOUZENÍ PREZENTOVANÉHO PRODUKTU

Ohodnoťte prezentovaný produkt na základě všech informací, které jste slyšeli dle níže uvedených okruhů hodnotících vlastností:

Název hodnoceného produktu		
Hodnotící okruhy	<b>Hodnocení</b>  <b>Bodové hodnocení 5 – nejlepší hodnocení, vysoká kvalita</b>  <b>Bodové hodnocení 1 – nejhorší hodnocení, nedostačující kvalita</b>	<b>Komentáře, připomínky, navrhovaná řešení, doporučení:</b>
Inovativnost		
Přístupnost		
Společné rozhodování		
Užitečnost		
Vhodnost		
Přenositelnost		
Silné stránky	<b>Vyjmenujte:</b>	<b>Komentáře, připomínky, navrhovaná řešení, doporučení:</b>
Slabé stránky	<b>Vyjmenujte:</b>	<b>Komentáře, připomínky, navrhovaná řešení, doporučení:</b>
Hodnotil: Jméno, příjmení	<b>Celkový počet dosažených bodů:</b>	<b>Podpis</b>







## PŘÍLOHA Č.7

### VZOR ZPRÁVY Z VALIDAČNÍHO JEDNÁNÍ

Zpráva z validačního jednání konaného dne ..... v .....hodin  
prostorách Střední školy technické v Mostě - Velebudicích

Projekt „KARIÉRA“ – Systém kariérového poradenství v počátečním vzdělávání  
v Ústeckém kraji

Registrační číslo projektu: CZ.1.07/1.1.13/11.0001

Produkt: .....

Validační jednání se konalo dne ..... od ..... hodin v prostorách  
Střední školy technické v Mostě – Velebudicích, v AB v .....

Přítomni: viz prezenční listina

Zahájení validačního jednání:

Pan/í ....., zástupce předkladatele projektu přivítala za RP  
BAD-ART všechny zúčastněné validačního jednání a seznámila je s programem  
validačního jednání. Validačního jednání se zúčastnili:

1. skupina externích expertů ( oponentů produktu):

- ..... (jméno, příjmení)

- ..... (jméno, příjmení)





2. skupina peers ( poradci produktu):

- ..... (jméno, příjmení)

- ..... (jméno, příjmení)

3. skupina potencionálních uživatelů (osvojitelů produktu):

- ..... (jméno, příjmení)

- ..... (jméno, příjmení)

4. skupina autorů RP BAD – ART ( obhájci produktu):

- .....(jméno, příjmení)

- .....(jméno, příjmení)

- ..... (jméno, příjmení)

- .....(jméno, příjmení)

Všichni zúčastnění obdrželi již předem emailovou poštou a v tento jednací den i tištěné jednací materiály, jejímž obsahem bylo:

- Pozvánka
- Program validačního jednání
- Tabulka PP
- Tabulka PPP
- Metodologie validačního procesu
- Produkty
- Mainstreamingový plán produktu





## Program jednání:

### 1. Prezentace metodologie validačního procesu

Pan/í.....seznámil/a zúčastněné s metodologií validačního procesu, která obsahovala:

A. Produkty v kontextu OP VK - 7 kritérií kvality – validační tabulka PPP

B. Etapy validačního jednání:

- 1.etapa: metodologie validace
- 2.etapa: prezentace produktu jeho autory – cca 45 minut
- 3.etapa: diskuze o validovaném produktu - autoři odpovídají na otázky účastníků ve vztahu k 7 kritériím kvality – cca 30 minut
- 4.etapa: práce v jednotlivých skupinách, analýza a hodnocení produktu formou vyplnění tabulky „PPPP – Podrobné posouzení prezentovaného produktu“
- 5.etapa: Výsledky podrobného posouzení produktu v jednotlivých skupinách, závěry a navrhovaná případná doporučení - cca 30 minut

C. Účastníci validačního procesu – povinné skupiny, nepovinné skupiny

D. Výsledky validace – 3 možné výsledky:

- produkty bez připomínek validačních skupin
- produkty s připomínkami a doporučeními, které nejsou zásadního charakteru
- produkty se zásadními připomínkami
- závěr včetně stručné zprávy z validačního procesu





2. Skupina autorů představila všem zúčastněným produkt s názvem  
..... jež obsahuje:

.....

.....

Tyto prezentace byly autory RP BAD-ART prezentovány v délce 45 minut.

3. V této fázi měli všichni zúčastnění validačního jednání možnost zeptat se autorů produktu na jakékoliv doplňující informace ve vztahu k 7 kritériím kvality produktu – tabulka PPPP. Všem zúčastněným byl dán časový prostor 30 minut na doplňující informace. Tento časový prostor byl zcela využit k doplňujícím otázkám, vztahujícím se k 7 kritériím kvality.

4. Poté došlo k analýze produktu v jednotlivých podskupinách, každá podskupina za sebe společně vyplnila jednu validační tabulku C a to následovně:

- 1x za externí experty
- 1x za peers
- 1x za uživatele
- 1x za autory
- 

Při svém hodnocení vycházeli účastníci v jednotlivých podskupinách z informací, které byly prezentovány autory produktu. Každá podskupina vyplnila kompletně tabulku PPPP, tzn. první část bodového ohodnocení s odůvodněním a druhou část – silné a slabé stránky, navržená zlepšení, doporučení a závěry ve vztahu k validaci a mainstreamingovému plánu produktu. Toto hodnocení bylo realizováno v čase 45 minut.

5. V další fázi došlo k prezentaci závěrů každé podskupiny, k bodovému ohodnocení i k detailnímu zdůvodnění uděleného počtu bodů. Hodnocení bylo následovně:





- 1x za externí experty – produkt získal ..... bodů, navržená zlepšení a doporučení – .....

- 1x za peers - produkt získal .....bodů, navržená zlepšení a doporučení  
-.....

- 1x za potencionální uživatele - produkt získal .....bodů, navržená zlepšení a doporučení – .....

- 1x za autory - produkt získal ..... bodů, navržená zlepšení a doporučení  
- .....

Tato fáze byla realizována v čase .....minut.

Tabulka hodnocení:

Analytické okruhy kvality pro produkty OP VK	Bodové ohodnocení podskupiny externích expertů	Bodové ohodnocení podskupiny peers	Bodové ohodnocení podskupiny potencionálních uživatelů	Bodové ohodnocení podskupiny autorů produktu
Inovativnost				
Společné rozhodování (zapojení cílových skupin)				
Vhodnost				
Užitečnost				
Přístupnost				
Rovnost				
Přenositelnost				
Celkem počet přidělených bodů				





Závěr validačního jednání:

Produkt:.....byl  
všemi podskupinami validován s tímto výsledkem:.....

6. Na závěr tohoto validačního jednání došlo ke zpracování zprávy z validačního jednání.

Přílohou tohoto zápisu je:

- 4 x tabulka PPPP
- Pozvánka
- Prezenční listina
- Životopisy externích expertů
- Vyplněný dotazník kvalifikace externích expertů
- Metodologie validačního procesu

Na závěr validačního jednání bylo všem zúčastněným poděkováno za účast při dnešním jednání.

V Mostě, dne .....

Zapsala:.....

Podpis odpovědné osoby





Použité zdroje:

[www.equalcr.cz](http://www.equalcr.cz)



EVROPSKÁ UNIE

