włącz_
POPOJUTRZE

Numer innowacji	**180_WŁĄCZ_POPO_2025**
Nazwa innowacji	**“Akademia Umysłu: Moc w Tobie”**

Użytkownicy *(kto będzie używał innowacji?)*

Użytkownikami są to nauczyciele i nauczycielki edukacji wczesnoszkolnej i klas IV–VI, nauczyciele zajęć świetlicowych, czy też zajęć specjalistycznych typu zajęcia rewalidacyjne lub korekcyjno-kompensacyjne oraz rodzice dzieci w wieku 7-12 lat.

Odbiorcy *(kogo problem rozwiązuje innowacja?)*

Odbiorcy to dzieci w wieku 7–12 lat doświadczający niepowodzeń edukacyjnych, problemów z koncentracją i niskim poczuciem własnej wartości oraz dzieci, które nie potrafią radzić sobie z porażkami i nie znają strategii efektywnego uczenia się.

Problem
(na jaki problem odpowiada innowacja?)

- problemy z koncentracją i przebodźcowaniem
- nieumiejętność radzenia sobie z porażkami
- niskie poczucie własnej wartości
- nieznajomość strategii efektywnego uczenia się
- brak nastawienia na rozwój

Unikalna wartość
(czemu użytkownicy wybiorą to rozwiązania zamiast konkurencyjnych? Co ich przyciągnie?)

- Struktura książki dla dzieci przypomina grę lub przygodę, a nie tradycyjne zadania edukacyjne.
- Innowacja ma charakter holistyczny (łączy kilka ważnych problemów oraz skierowana jest zarówno do dziecka, jak i rodzica/nauczyciela)

Rozwiązanie
(z jakich produktów będzie składała się innowacja?)

- Interaktywna książeczka edukacyjno-przygodowa dla dzieci
- Mini poradnik dla rodzica i nauczyciela
- instrukcja wdrażania

Kluczowi interesariusze
(jakie są kluczowe osoby, organizacje, instytucje, które muszą być zaangażowane w to, żeby innowacja odniosła sukces w skali kraju?)

- Kluczowe jest dotarcie do zaangażowanych nauczycieli/ nauczycielek, którzy będą polecać innowację na szerszą skalę
- Dużą rolę mogą odegrać tzw. influencerzy edukacyjni
- Pomocne w promocji innowacji mogą być ośrodki doskonalenia nauczycieli oraz kuratoria

Kanały dotarcia
(jak dotrzeć z innowacją do użytkowników, odbiorców i innych kluczowych interesariuszy?)

- Poprzez promocję w mediach społecznościowych
- Prezentacja innowacji podczas szkoleń dla nauczycieli, konferencji, itp.
- Artykuły w prasie branżowej nawiązujące do ww. problemów, równocześnie promujące innowację

	- Nawiązanie współpracy z ośrodkami doskonalenia nauczycieli