



Priloga A k Prijavnici in elaboratu

Javni razpis za izpopolnjevanje strokovnih delavcev v višjem strokovnem izobraževanju in izobraževalcev v neformalnih programih za odrasle od 2020 do 2022

Program izpopolnjevanja za udeležence VIŠ ali udeležence NIPO

Obkrožite sklop na katerega prijavljate program izpopolnjevanja	A (program izpopolnjevanja za udeležence VIŠ)	B (KRVZ) (program izpopolnjevanja za udeležence NIPO)	B (KRZS) (program izpopolnjevanja za udeležence NIPO)
Ime programa izpopolnjevanja (program izpopolnjevanja, ki ga prijavljate naj ne bo krajši od desetih strani).			
PROMOCIJA IN TRŽENJE V IZOBRAŽEVANJU ODRASLIH			
Elementi programa izpopolnjevanja			
a.	Namen programa izpopolnjevanja		
Pri izobraževalcih odraslih še vedno prevladuje negativna predstava o promociji, marketingu kot o nečem, kar je v neposrednem nasprotju z osnovnim poslanstvom izobraževalnih institucij, to je prenašanje znanja, oblikovanje celostne osebnosti in podobno. Razlog takšnih negativnih predstav je predvsem slabo poznavanje in razumevanje promocije, marketinga. Promocija v izobraževanju odraslih je povezana predvsem z raziskovanjem izobraževalnih potreb, želja in s predvidevanjem morebitnih potreb ciljnih skupin, z namenom, da bi lahko izobraževalna organizacija ob pravem času razvila kakovostne izobraževalne programe. Promocija, če jo razumemo na ta način, pa lahko pripomore k razvoju in h kakovosti izobraževanja odraslih. Cilj vsake izobraževalne ustanove je v svoje izobraževalne programe pridobiti čim več udeležencev, kar pa lahko uresničijo predvsem z doslednim upoštevanjem marketinških elementov, med katerimi lahko še posebej izpostavimo poznavanje potreb ciljnih skupin, zadovoljevanje potreb, želja in zahtev uporabnikov izobraževalnih storitev, skrb za njihovo zadovoljstvo in dobro počutje med izobraževanjem, usposobljenost in motiviranost zaposlenih v izobraževalni organizaciji ter ustvarjanje pozitivnega ugleda v javnosti oziroma okolju, v katerem organizacija deluje. Uspešnost izobraževalne ustanove pa je odvisna tudi od načina komuniciranja z javnostmi ter od obveščanja morebitnih uporabnikov izobraževalnih storitev. Nič nam ne pomaga še tako dober izobraževalni program, če ljudje ne vedo, da obstaja. Javnost mora biti najprej dobro seznanjena z možnostmi izobraževanja, različnimi izobraževalnimi vsebinami in različnimi načini pridobivanja znanja. Šele vse te informacije posamezniku omogočijo, da sprejme zase najboljšo »izobraževalno« odločitev. Marketing kot obveščanje pravzaprav izpolnjuje osnovno demokratično poslanstvo, ki se glasi: pravica vedeti. Navodil za pravilno ravnanje pri promociji izobraževalnih storitev, ki se danes kaže kot nujno, pa seveda ni. Velikokrat prihaja tudi do napak, zlorab in poskusov manipulacije z ljudmi. Zaradi tega se vse bolj pojavljajo tudi dileme o etičnosti promocije in trženja v izobraževanju. Nekaj pa za gotovo drži. Čim bolje bomo poznali teorijo trženja in njene konkretne aplikacije in izpeljave, lažje se bomo lahko izognili velikim zmotam. (povzeto po Brečko, članek Marketinški pristop v izobraževanju odraslih, 1996, str. 18).			

V Sloveniji veliko izobraževalnih institucij za odrasle že promovira in trži svoje izobraževalne programe in jim marketinško razmišljanje ne pomeni nekaj povsem novega. Je pa področje marketinga tisto, za katero izobraževalci odraslih nismo usposobljeni že v osnovi, ampak se navadno s promocijo in trženjem spoprijemamo vsak na svoj način.

Za potrebe izobraževalnih institucij je najprimernejša Kotlerjeva definicija marketinga, ki pravi, da je marketing "analiziranje, planiranje, uresničevanje in nadzor nad skrbno pripravljenimi programi, oblikovan tako, da doprinese k prostovoljni menjavi vrednosti s ciljnim tržiščem z namenom, da se dosežejo cilji institucije. Marketing se ukvarja z oblikovanjem izobraževalne ponudbe, ki mora zadovoljevati tržne potrebe in želje, pri tem pa mora vsebovati in uporabljati učinkovito cenovno politiko, komunikacijo in distribucijo z namenom informiranja, motiviranja in svetovanja potencialnim udeležencem." (povzeto po Brečko, članek Marketinški pristop v izobraževanju odraslih, 1996, str. 10).

Izobraževalci odraslih se dobro zavedamo, da se vrednote in potrebe potencialnih udeležencev programov izobraževanja spreminjajo, zato je pomembno, da obvladamo marketinške aktivnosti, da bi lahko kar najbolj zadostili tem potrebam in željam. Splošna dejstva namreč so, da se odrasli za izobraževanje največkrat odločajo prostovoljno, da število izobraževalnih organizacij in programov narašča in da odrasli prosto izbirajo, v kateri organizaciji in v katerem programu se bodo izobraževali.

V programu promocija in trženje v izobraževanju odraslih bodo udeleženci spoznali in opredelili ciljne skupine, ki jih nagovarjajo, ugotovili, kateri kanali so najbolj primerni za promocijo njihove dejavnosti, se informirali o tem, kakšni so trendi na področju izobraževanja odraslih, okrepili svoje kompetence za uporabo družbenega omrežja LinkedIn kot pomembnega kanala za promocijo izobraževalnih storitev, znali učinkovito uporabljati video v izobraževanju odraslih, se spopadli z izzivom trženja brezplačnih izobraževanj, se naučili, kako sestaviti učinkovito promocijsko besedilo in izdelali strategijo za marketing izobraževalnih programov.

Udeleženci se bodo naučili prepoznati in razumeti zahteve in želje potencialnih udeležencev izobraževanja odraslih, kar je ključno pri zagotavljanju kakovostnih izobraževalnih storitev, ki jih trg oz. kupci zahtevajo. Pozornost bo posvečena predvsem ugotavljanju izobraževalnih potreb ranljivih skupin odraslih in hkrati ugotavljanju značilnosti različnih ciljnih skupin, za kar najbolj smiselno izbiro in uporabo andragoških metod in didaktičnih pristopov.

Namen izobraževalnega programa je hkrati, da izobraževalci odraslih okrepijo veščine, ki jih mora ponudnik izobraževanja imeti, da potencialnim udeležencem posreduje vse informacije v zvezi z izobraževanjem, ki jih zahteva. Pogoji za to so znanje, ustvarjalnost, inovativnost, sposobnost prepoznavanja in kreiranja pravih priložnosti, načrtovanja in vodenja izobraževalnih programov.

Internet je danes poceni in učinkovita možnost promocije in trženja. Tekom programa se bodo udeleženci osredotočali tudi na spletni marketing in orodja, ki jih splet ponuja kot pomembne informacijske vire.

Z namenom kakovostnega oblikovanja in ponudbe programov, ki bodo prilagojeni trenutnemu povpraševanju, ter z namenom, da res dosežemo vse ciljne skupine odraslih, ki takšna izobraževanja potrebujejo, želimo s programom Promocija in trženje v izobraževanju odraslih izobraževalce odraslih opolnomočiti s potrebnimi kompetencami za kakovostno promocijo in trženje izobraževalnih programov.

V okviru JR za izpopolnjevanje strokovnih delavcev v višjem strokovnem izobraževanju in izobraževalcev v neformalnih izobraževalnih programih za odrasle od 2020 do 2022 program izpopolnjevanja vključuje spodaj navedeni vsebini:

f) značilnosti različnih ciljnih skupin (sociološki in antropološki vidik)

h) izvedbeno načrtovanje na ravni skupine in posameznika, ki upošteva značilnosti ranljivih ciljnih skupin in odpravlja ovire teh skupin v izobraževanju.

b. Ciljna skupina programa izpopolnjevanja

Ciljna skupina predlaganega projekta (udeleženci NIPO) so zaposleni, ki so prepoznani kot ustrezen kader za opravljanje izobraževalnega dela v neformalnih izobraževalnih programih za odrasle ter potrebujejo izpopolnjevanje znanja zaradi razvojnih potreb delodajalcev, zmanjšanja neskladji med usposobljenostjo in potrebami trga dela ter razvoja svoje kariere, osebnega razvoja in delovanja v sodobni družbi.

V skladu z ZIO-1 so sicer neformalni izobraževalni programi za odrasle programi za

- 1) pridobivanje in zviševanje ravni pismenosti in temeljnih zmožnosti,
- 2) izboljšanje splošne izobraženosti,
- 3) medgeneracijsko sodelovanje,
- 4) spodbujanje aktivnega državljanstva in družbeno odgovornega ravnanja,
- 5) graditev skupnosti in delovanja v njej,
- 6) skupnostno učenje, ki omogočata povezanost učenja s spremembami v okolju,
- 7) trajnostni razvoj in zeleno gospodarstvo,
- 8) zdrav življenjski slog,
- 9) ohranjanje in krepitev nacionalne identitete,
- 10) krepitev kulturne zavesti in izražanja, medkulturnega dialoga in sobivanja različnih kultur ter
- 11) druge vsebine, ki jih opredeli nacionalni program izobraževanja odraslih.

Kot pa smo v elaboratu projekta že zapisali, smo ciljno skupino razdelili v podskupine:

- zaposlene izobraževalce odraslih v neformalnih izobraževalnih programih;
- sodelavci v projektih (LAS, ESS projekti, Erasmus+ projekti, Evropa za državljane, Norveški finančni mehanizem), ki v okviru projektov izvajajo krajša neformalna usposabljanja in delavnice;
- sodelavci v okviru aktivnosti, kot so Teden vseživljenjskega učenja, Teden trajnostnega razvoja, Parada učenja, ki izvajajo krajše tečaje, delavnice za odrasle;
- mentorji študijskih krožkov in krožkov Univerze za tretje življenjsko obdobje;
- osebe, ki so zaposlene v podjetjih, javnih ustanovah, nevladnih organizacijah

Izvedba programa izpopolnjevanja bo posredno vplivala še na 2 drugi ciljni skupini. To so:

- DELODAJALCI izobraževalcev odraslih, ki jih bomo vključili v predlagani projekt (javne in zasebne organizacije za izobraževanje odraslih, ki so registrirane za opravljanje izobraževalne dejavnosti; društva, katerih glavna dejavnost je strokovno delo na področju izobraževanja odraslih in ki imajo dejavnost izobraževanja odraslih opredeljeno v svojem temeljnem aktu in imajo status društva v javnem interesu na področju vzgoje in izobraževanja; druga podjetja in nevladne organizacije, v okviru katerih so zaposleni udeleženci NIPO). Delodajalci bodo pridobili digitalno kompetentnejše in bolj usposobljene sodelavce.

- UDELEŽENCI neformalnih izobraževalnih programov, ki jih bodo izvajali tisti izobraževalci odraslih, ki jih bomo vključili v predlagani projekt. Ti udeleženci bodo zaradi izvedbe predlaganega programa izpopolnjevanja deležni kakovostnejšega izobraževanja, zmanjšal se bo tudi razkorak med potrebami delodajalcev in ponudbo na trgu dela.

c. Cilji programa izpopolnjevanja

Udeleženci programa Promocija in trženje v izobraževanju odraslih bodo v programu krepili različne temeljne in specifične kompetence za kakovostnejše delo v izobraževalni instituciji.

SPLOŠNI cilji programa so:

- izobraževalci odraslih, ki delujejo na področju neformalnega izobraževanja odraslih, bodo okrepili znanje na področju temeljne pismenosti s področja marketinga;
- izobraževalci odraslih bodo znali izvesti kratko predstavitev svoje organizacije/podjetja/društva potencialnim strankam in udeležencem;
- izobraževalci odraslih usvojijo izbrano terminologijo s področja marketinga in promocije v izobraževanju odraslih;
- izobraževalci odraslih bodo bolj usposobljeni za marketinško delovanje v svojih organizacijah;
- izobraževalci odraslih bodo okrepili kompetence podjetnosti in samoiniciativnosti;
- izobraževalci odraslih bodo okrepili veščine, ki jih mora ponudnik izobraževanja imeti, da potencialnim udeležencem posreduje vse informacije v zvezi z izobraževanjem, ki jih zahteva;
- izobraževalci odraslih v neformalnem izobraževanju bodo izboljšali svoje strokovne kompetence zaradi potreb na trgu dela, večje zaposljivosti in mobilnosti med področji dela, osebnega razvoja in delovanja v sodobni družbi.

Udeleženci v programu bodo dosegli naslednje cilje:

- Spoznali bodo pomen promocije, marketinga za doseganje ciljev pri prodaji produktov, marketinške elemente.
- Spoznali bodo različne marketinške definicije in pomen analiziranja, planiranja, uresničevanja in nadzor nad pripravljenimi programi za uspešno realizacijo izobraževalnih programov v izobraževanju odraslih.
- Spoznali bodo pomen promocije, marketinga v izobraževanju odraslih.
- Spoznali bodo specifične pri izvajanju promocije, marketinga pri izobraževanju odraslih.
- Spoznali bodo pomen raziskovanja izobraževalnih potreb, želja udeležencev različnih ciljnih skupin v izobraževanju odraslih.
- Spoznali bodo pomen učeče se organizacije.
- Razumeli bodo specifične zadovoljevanja potreb, želja in zahtev uporabnikov izobraževalnih storitev, skrbi za dobro počutje udeležencev.
- Znali bodo definirati različne ciljne skupine v izobraževanju odraslih, njihove potrebe, želje, vrednote, ovire, specifične odločanja za vseživljenjsko učenje.
- Znali bodo uporabiti vedenje o specifičnih ciljnih skupinah za namene promocije ustreznih izobraževalnih programov za te ciljne skupine.
- Znali bodo nagovoriti ciljne skupine za večje prostovoljno vključevanje v različne izobraževalne programe.
- Spoznali bodo možnosti izbire ustrezne promocije/trženja za določene ciljne skupine in specifične doseganje ciljne skupine.
- Spoznali bodo elemente marketinškega spleta in pasti pri uporabi le-tega.
- Spoznali bodo specifično spletnega marketinga izobraževalnih storitev v izobraževanju odraslih.
- Spoznali bodo različne definicije ustreznih tržnih poti na spletu in izbirali strategije promocije.
- Naučili se bodo uporabljati različna orodja za spletno promocijo svojih izobraževalnih programov (LinkedIn ...).
- Teoretične vsebine bodo znali prenašati v prakso.
- Naučili se bodo izvajati dejavnosti trženja v izobraževanju odraslih za različne izobraževalne programe.
- Naučili se bodo izvajati dejavnosti trženja v izobraževanju odraslih za različne ciljne skupine.
- Izvedli bodo promocijo v realnem okolju.
- Spremljali bodo razvoj in učinke promocije.

- Evalvirali bodo učinke z namenom načrtovanja boljših načinov promocije in razvoja ustreznih izobraževalnih programov za različne ciljne skupine.

d.	Vsebina programa izpopolnjevanja
	Program Promocija in trženje v izobraževanju odraslih bomo izvedli v kombinaciji online izobraževanja (20 andragoških ur) in samostojnega dela (10 andragoških ur). V okviru programa bo organiziranih 5 online srečanj (skupaj 20 andragoških ur). 1. srečanje: Določitev ciljev po metodi S.M.A.R.T. Opredelitev ciljnih skupin, ki jih nagovarjajo izobraževalci odraslih. 2. srečanje: Kateri kanali so najbolj primerni za promocijo izobraževalne dejavnosti (učinkovitost tradicionalnega vs. digitalnega marketinga)? Kakšni so trendi na področju izobraževanja odraslih? Kako sestavite učinkovita promocijska besedila po meri uporabnikov? Izdelava strategije za marketing 3. srečanje: LinkedIn kot pomemben kanal za prodajo izobraževanj podjetjem (1. del). 4. srečanje: LinkedIn kot pomemben kanal za prodajo izobraževanj podjetjem (2. del). Kakšni so trendi na področju izobraževanja odraslih. 5. srečanje: Učinkovita uporaba videa v izobraževanju odraslih. Kako tržite brezplačna izobraževanja? 6. srečanje (po oddanih nalogah): Izdelava strategije za marketing Evalvacija nalog in programa. Preostalih 10 andragoških ur bo izvedenih kot samostojno delo. V okviru tega ur bodo udeleženci programa pridobljeno znanje prenesli, aplicirali v prakso, v svoja delovna okolja. Po izvedenih 5 online srečanjih bodo udeleženci pripravili samostojne naloge, in sicer - izbrali si bodo določen izobraževalni program in zanj izdelali strategijo za marketing, pripravili opredelitev ciljne skupine, ki jo nagovarjajo, izbrali najbolj primerne kanale za promocijo, predlagali način za najbolj učinkovito uporabo videa (lahko tudi posneli svoj video) ali pripravili in objavili prispevke na družbenem omrežju LinkedIn ter oblikovali učinkovito promocijsko besedilo po meri uporabnikov. Udeleženci bodo pripravljene naloge oddali na daljavo, na zadnjem srečanju pa bo za vse naloge podana povratna informacija. To srečanje bo namenjeno tudi evalvaciji programa.
e.	Kompetence, ki jih udeleženci VIŠ ali udeleženci NIPO pridobijo s programom izpopolnjevanja

Udeleženci programa Promocija in trženje v izobraževanju odraslih bodo pridobili naslednje kompetence (v skladu s srečanji):

1. srečanje

- Znali bodo natančno opredeliti cilje po metodi S.M.A.R.T.
- Vedeli bodo, katere podatke potrebujejo in kako jih pridobijo, da lahko natančno opredelijo ciljne skupine, ki jih nagovarjajo.

2. srečanje:

- Izbrali bodo kanale, ki so najbolj primerni za učinkovito nagovarjanje specifičnih ciljnih skupin.
- Na podlagi trendov iz področja izpolnjevanja odraslih, bodo po potrebi dopolnili obstoječo ponudbo in jo še dodatno približali ciljnim skupinam.
- Seznanili se bodo z učinkovito strukturo za pisanje promocijskih besedil.
- Dobili bodo motivacijo, da se začnejo posluževati bolj inovativnih ter predvsem učinkovitih pristopov pisanja.

3. in 4. srečanje:

- Določili bodo ciljno skupino, ki jo želijo nagovoriti preko LinkedIna.
- Svoj LinkedIn profil in profil organizacije bodo prilagodili ciljni skupini, ki jo nagovarjajo.
- Izdelali bodo strategijo objav ter določili tipe objav, ki so zanje najbolj primerni.
- Spoznali se bodo z algoritmi in metriko, kar je ključna za uspešen nastop na LinkedInu.

5. srečanje:

- Seznanili se bodo z učinkovito uporabo videa v promocijske namene.
- Ustvarili bodo kratek predstavitveni video ter ga objavili na družbenem omrežju.
- Poznali bodo celoten proces kreiranja videa.
- Vedeli bodo, kako privabiti udeležence brezplačnih izobraževanj na plačljiva.

Če povzamemo kompetence za celoten program izpopolnjevanja, bodo udeleženci ob zaključenem izobraževanju pridobili:

- Kompetence za učinkovito prodajo svojih produktov končnim uporabnikom.
- Poznali bodo različne faze v prodajnem procesu.
- Pridobili bodo znanje o tem, kako povečati prepoznavnost svoje organizacije in sebe ter privabiti več uporabnikov.
- Vedeli bodo, kako zgraditi zaupanje in ustvariti okoliščine, da se uporabniki prej odločijo za zakup ponujenih storitev/produktov.

f.

Trajanje programa izpopolnjevanja

Program izpopolnjevanja bo trajal 30 andragoških ur.

Program izpopolnjevanja bomo izvedli na klasičen način ali na kombiniran način: vsaj 30 % programa bo izvedenega na daljavo, preostali del pa na klasičen način v učilnici ali na daljavo.

g.	Pogoji za vključitev v program izpopolnjevanja
Pogoji za vključitev v program so naslednji: - potrdilo, da je udeleženec ob prijavi na program izpopolnjevanja zaposlen in potrdilo izvajalca neformalnih izobraževalnih programov, da so v zadnjem letu pred vključitvijo v program izpopolnjevanja izvajali neformalni izobraževalni program ali da ga še izvajajo oziroma so potencialni izobraževalci odraslih za izvajanje teh programov v skladu z letnim delovnim načrtom izvajalca (priloga 9); - udeleženec predhodno izpolni spletni vprašalnik o vrednotenju predznanja na področju tujega jezika	
h.	Pogoji za zaključek programa izpopolnjevanja
Program izpopolnjevanja je uspešno zaključen, če je udeleženec NIPO prisoten najmanj 80 % trajanja programa izpopolnjevanja.	
i.	Organizacija programa izpopolnjevanja (oblike, metode, minimalni obseg individualnega in skupnega dela idr.)
Organizacija programa obsega naslednje aktivnosti: 1. Promocija in animacija programa 2. (Organizacijska) priprava programa in vpis v program izpopolnjevanja 3. Izvedba programa izpopolnjevanja 4. Evalvacija programa izpopolnjevanja 1. PROMOCIJA PROGRAMA IN ANIMACIJA UDELEŽENCEV Izobraževalni program bomo promovirali med javnimi, zasebnimi, nevladnimi organizacijami ter društvi in strokovnimi združenji (ZiSS, ZLUS) na področju neformalnega izobraževanja odraslih ter ostalimi ključnimi deležniki. Promocija in animacija bosta sledili načrtu aktivnosti spodbujanja vključevanja udeležencev NIPO v program izpopolnjevanja, kot smo ga zapisali v elaboratu tega projekta (točka 2.2.2. elaborata). Promocija in animacija udeležencev NIPO za udeležbo v programu izpopolnjevanja bo tako potekala preko: - konzorcijskih partnerjev in njihovih zaposlenih (interne predstavitve projekta); - spletnih strani konzorcijskih partnerjev, kjer bodo vzpostavljene spletne podstrani projekta, tam pa bodo poleg temeljnih informacij o samem projektu ažurno objavljene informacije o programu izpopolnjevanja (ime programa, ciljna skupina programa, podatki o vpisu, kraj in urnik izvajanja); - družbenih omrežij Facebook, Twittter, Instagram (najave izobraževanj, animacija preko slikovnega in video gradiva); - spletnih časopisov in portalov, katerih ciljna skupina so izobraževalci odraslih in strokovna javnost nasploh (E-Novičke Andragoškega centra Slovenije, portal Epale); - promocijskih gradiv, kot je virtualni letak o programu izpopolnjevanja; - distribucijske liste, ki bo sestavljena iz distribucijskih list vseh konzorcijskih partnerjev ter vsebuje e-naslove ključnih deležnikov v okviru projekta, katerim bomo pošiljali aktualne informacije o programu. Ključni deležniki so podrobno opredeljeni v elaboratu projekta in bodo s pomočjo distribucijske liste ažurno obveščeni o projektnih aktivnostih, vpisu v programe, začetkih programov ipd.; - podelitve zaključnih potrdil o uspešno opravljenem programu usposabljanja in s primeri uspešnih zgodb. Promocijo in animacijo bomo izvajali s pomočjo pristopa REACH OUT, ki pomeni animiranje	

udeležencev na terenu, tam, kjer udeleženci NIPO delujejo. Za to bomo izkoriščali dogodke, kot so letni posveti izobraževalcev odraslih, Dnevi svetovalnih središč 2020, andragoški zbori, Teden vseživljenjskega učenja, Teden trajnostnega razvoja, strokovna srečanja izobraževalcev odraslih ...

Poleg navedenega bomo strokovni delavci projekta interesentom za udeležbo v programu za dodatne informacije na voljo osebno, preko e-pošte in po telefonu.

2. (ORGANIZACIJSKA) PRIPRAVA PROGRAMA IN VPIS

Prijave za program bomo sprejemali preko e-obrazca, ki ga bomo objavili na spletnih podstraneh projekta in na spletnem portalu konzorcijskega partnerstva, kjer bodo navedene vse aktualne informacije v zvezi s programom, kot so pogoji za vpis in zaključek izobraževanja, načrt izobraževanja, urnik izvedbe ipd. Ob spletni prijavi bomo preverili, ali so kandidati zaposleni, najkasneje do prvega srečanja pa bodo prinesli še prilogo 9. Spletne prijave bomo zbiral preko sistema SNIPI, s katerim imamo odlične izkušnje iz ESS projekta TPK 2018-2022, prijavitelj, pa tudi večina konzorcijskih partnerjev, pa ga že vrsto let uporablja za vodenje evidenc o udeležencih in izvedenih izobraževalnih programih.

Pred dejanskim začetkom izvajanja programa bomo pripravili vso zahtevano učno dokumentacijo (prijavnice, vprašalnike, liste prisotnosti, dnevnik izobraževanja, načrt izobraževanja). Pripravili bomo pripravljeno gradivo za udeležence, ki bo opremljeno z ustreznimi logotipi, navedbo projekta in sofinancerjev. Pripravili bomo online učno okolje, v katerem bo program izpopolnjevanja potekal.

3. IZVEDBA IZOBRAŽEVALNEGA PROGRAMA

Program izpopolnjevanja traja 30 andragoških ur. v kombinaciji online izobraževanja (20 andragoških ur) in samostojnega dela (10 andragoških ur).

20 andragoških ur programa je razdeljenega po vsebinskih sklopih. Program bo predvidoma potekal 8-10 tednov po vnaprej določenem razporedu, predvidoma enkrat tedensko, po največ 3 pedagoške ure, v popoldanskem ali dopoldanskem času.

Zagotavljanje pogojev za izvedbo programa bomo pred začetkom izvajanja podrobneje načrtovali v sodelovanju z vodstvom organizacije, v kateri se bo program izvajal.

Program se izvaja v tečajni obliki, kombinirani z drugimi oblikami (delavnica, seminar ...) in sodobnimi metodami. Okvirna vsebina tematskih sklopov je opredeljena, vendar program omogoča tako prilagajanje sklopov v celoti, kot tudi vsebine sklopov, v obsegu 20 % ur, skladno s potrebami udeležencev in delodajalcev.

Predavatelj udeležence z ustrezno izbiro metod in oblik poučevanja spodbuja k doseganju ciljev. Izbira metod in oblik temelji na predhodnem znanju, potrebah in na interesih skupine. Moduli se skozi program nadgrajujejo ter utrjujejo že dosežene kompetence in jih povezujejo v močnejše okvire. Poleg vloge prenašalca vsebine ima predavatelj tudi vlogo usmerjevalca, moderatorja, igralca in svetovalca. Pouk ni samo interakcija med predavateljem in udeleženci, temveč tudi med samimi udeleženci. Usmerjen je k udeležencu in udeleženci izobraževanja so sooblikovalci učnega procesa.

Predavatelj predlaga in v dogovoru z vodjo izobraževanja in aktivom predavateljev izbere najprimernejše učno in drugo didaktično gradivo, ki bo zvrstno, čim bolj raznoliko in tematsko blizu skupini, ki ji je namenjeno.

Spodbuja se uporaba inovativnih učnih metod, odprtega učnega okolja in aktivno delo udeležencev. Ustvarjale se bodo priložnosti, da posameznik lahko nove veščine in znanje čim prej uporabi v praksi.

Pri izpeljavi programa na daljavo bomo uporabljali različna orodja za izvajanje izobraževanja na daljavo, kot so Zoom in MS Teams. Za katero orodje se bomo odločili, bo odvisno od predhodnega računalniškega znanja udeležencev NIPO ter od njihovih potreb in želja.

Na področju učnih oblik bomo prav tako izhajali iz učnih ciljev in vsebin, pri čemer bomo izvajali naslednje oblike dela: frontalna oblika dela, individualna oblika dela, delo v dvojicah, skupinsko delo.

4. EVALVACIJA IZVEDBE IZOBRAŽEVANJA

To točko podrobno opisujemo v točki k) tega obrazca.

Udeleženci, ki bodo na izobraževanju aktivno sodelovali in se ga udeležili z najmanj 80% prisotnostjo, bodo ob zaključku izobraževanja prejeli potrdilo o zaključenem izobraževanju, ki bo vsebovalo vsebine izobraževanja in opis pridobljenih kompetenc.

j.	Znanje izobraževalcev programa izpopolnjevanja in/ali opis delovnih izkušenj pri izvajanju tovrstnih programov izpopolnjevanja
----	---

Mag. Maja Maja je ekspert za povečanje prepoznavnosti blagovnih znamk in izobraževalna trenerka. Je direktorica We4You, Zavoda za izobraževanje, ki deluje pod blagovno znamko Global Disruption.

Maja ima preko 20 let izkušenj iz področja vsebinskega marketinga in uporabe družbenega omrežja za uspešno uveljavljanje na mednarodnem trgu. Njeno poslanstvo je pomagati tehnološkim podjetjem, da pridejo v krajšem času do večjega povpraševanja. Sodeluje tudi v mednarodnih Erasmus + projektih. Trenutno je aktivna na projektu Junior MBA.

Med drugim izvaja delavnice in daljša usposabljanja za organizacije, ki delujejo na področju izobraževanja odraslih.

Je avtorica online programa o učinkoviti uporabi LinkedIna za povečanje prepoznavnosti in prodaje na mednarodnem trgu ter online programa o pisanju učinkovitih promocijskih besedil. Maja je med drugim mentorica za startupe v mednarodnem okolju v sklopu EBRD (Evropske banke za obnovo in razvoj). Svoje znanje je preko praktičnih delavnic in predavanj posredovala v številnih znanih slovenskih podjetjih, fakultetah in drugih organizacijah.

k.	Spremljanje in evalvacija
----	----------------------------------

Pred vključitvijo v program izpopolnjevanja bomo vsakega udeleženca NIPO motivirali za aktivno sodelovanje, mu predstavili koristi in pogoje vključitve v program usposabljanja. Hkrati bomo motivirali tudi delodajalce in ključne deležnike, ki pri opravljanju svoje dejavnosti prihajajo v stik z našo ciljno skupino, da udeležencem omogočijo vključitev v program.

Na začetku bomo preverili, ali kandidati izpolnjujejo pogoje za vključitev v program. Predhodni pogovor na uvodni uri nam bo omogočil kakovostno oblikovanje programa, saj bomo tako ugotovili nivo predznanja udeležencev programa, pridobili informacije o njihovih izkušnjah in tako lahko učinkovito načrtovali izobraževanje.

Napredovanje, doseganje ciljev in primernost programa udeleženca bomo spremljali sproti z opazovanjem in razgovori. Spodbujali jih bomo, da bodo redno obiskovali program ter dosegli vse zahtevane pogoje za dokončanje usposabljanja.

Ob zaključku vsakega srečanja bo sproti potekalo tudi spremljanje izvedbe. Predavatelj bo namreč skozi pogovor sproti pridobival povratne informacije o tem, ali so bile predstavljene vsebine na srečanju jasne, razumljive, ali potrebujejo dodatno razlago ipd. Ob nejasnostih bo učitelj ponovno razložil učno snov, da bodo udeleženci pridobili informacije, ki so jih pričakovali.

Udeležence NIPO bomo spremljali še 4 tedne in 6 mesecev po zaključku izobraževanja. Po šestih mesecih bomo ugotavljali, kakšen je prenos znanja v prakso, zaposlitveni status in morebitno napredovanje na delovnem mestu ter nove izobraževalne potrebe.

Evalvacija bo potekala na dveh ravneh.

Na ravni napredka posameznega udeleženca NIPO, in sicer s pomočjo samoocene udeleženca

Evalvacija na ravni posameznega udeleženca vsebuje samooceno znanja in veščin pred in ob zaključku programa izpopolnjevanja. Za te potrebe bo zasnovan spletni obrazec, preko katerega bodo udeleženci podali svojo samooceno. Udeleženci bomo spremljali tudi po zaključku izobraževanja, in sicer po 4 tednih in 6 mesecih.

Na ravni skupine, kjer bo predavatelj skupaj z udeleženci ob začetku programa zastavil cilje ter med in ob koncu tečaja preverjal, v kolikšni meri so bili zastavljeni cilji programa doseženi

Evalvacija na ravni skupine bo potekala med in ob zaključku izobraževanja. Na začetku programa bo predavatelj skupaj z udeleženci zastavil cilje, ki jih bo preverjal sproti in ob zaključku izobraževanja. Ob zaključku posameznega modula oz. vsebinskega sklopa bo potekalo spremljanje tako, da bodo udeleženci preko spletnega vprašalnika ocenili, v kolikšni meri so bili cilji vsebinskega sklopa doseženi. Prav tako bodo ocenili svoje zadovoljstvo z organizacijo, izvajalcem, vsebino. Vmesna evalvacija bo predavateljem omogočila bolj učinkovito prilagajanje izvedbe programa in njegovih vsebin že med samimi potekom izobraževanja. Ob zaključku tečaja pa bodo udeleženci opravili celotno evalvacijo izobraževanja. V njej bomo udeležence bomo z vprašanji zaprtega in odprtega tipa vprašali po zadovoljstvu z izvedbo in/ali organizacijo tečaja. Ugotavljali bomo, v kolikšni meri so bila izpolnjena njihova pričakovanja, kako ocenjujejo predavatelja, gradivo, izvedbo izobraževanja, kako in kje bodo uporabili pridobljeno znanje, kako nameravajo znanje nadgrajevati. Poleg spletnih vprašalnikov kot temeljnega evalvacijskega orodja bodo predavatelji povratne informacije o tem, ali so bile predstavljene vsebine na srečanju jasne, razumljive, ali potrebujejo dodatno razlago ipd., pridobivali sproti skozi pogovor in opazovanje.

Strokovni aktiv ali drug pristojni organ pri prijavitelju je program izpopolnjevanja obravnaval in potrdil na seji dne:

Program je pripravil konzorcijski partner UPI – ljudske univerza Žalec v juliju 2021, strokovni aktiv pa ga je potrdil 23. 7. 2021

Kraj in datum: Žalec, 23. 7. 2021



Ime in priimek odgovorne osebe:
Franja Centrih, prof.

Podpis odgovorne osebe: