ÚNOR 2021

Firemní VZDĚLÁVÁNÍ

E-ČASOPIS PRO VŠECHNY, KTEŘÍ SE ZABÝVAJÍ ROZVOJEM LIDÍ KOLEM SEBE

EduCity
www.educity.cz
PARTNER ČÍSLA

APLIKOVANÁ DIVADELNÍ IMPROVIZACE NENÍ JEN TREND

ROZHOVOR S DUŠANEM ŠIMKEM

TIŠTĚNÁ ROČENKA JE JEN JEDNOU Z LETOŠNÍCH NOVINEK

Tým Firemního vzdělávání využil poněkud nestandardní loňský rok k přemýšlení nad tím, jak vylepšit kvalitu a které novinky přinést našim čtenářům, kterých je mimochodem už více než 4 100! A vzali jsme to z gruntu.

ROČENKA NAMÍSTO TIŠTĚNÉHO ČASOPISU

Na začátku stály naše úvahy podporované přesvědčováním části čtenářů, že by bylo dobré "přejít do printu". Nakonec jsme se rozhodli namísto vydávání tištěného časopisu jít cestou tištěné ročenky s výběrem toho nejlepšího z ročníku 2020 a několika bonusy. A tak současně s tímto číslem spatřila světlo světa i tato novinka na trhu periodik v HR oblasti. Je určena především "fajnšmekrům", kterým jistě dobře "sedne" třeba do kabelky nebo na stůl v kanceláři. Věříme, že si najde dostatek zájemců, a tak z ročenek vznikne ve vaší knihovničce pěkná řada plná know-how z oblasti firemního vzdělávání.

VYJDE MONOTEMATICKÉ ČÍSLO

Někteří z vás volají již delší dobu po tom, aby byla čísla alespoň částečně monotematická. Zajistit kvalitní obsah k jednomu tématu není snadné, a pokud čtenáře téma neosloví, je zklamán. To byly důvody, proč jsme se této změně v koncepci časopisu dlouho bránili.
Hlasu čtenářů však nasloucháme, proto letos zkusíme jedno částečně monotematické číslo připravit. Vy sami uvidíte a rozhodnete, zda je to dobrá cesta nebo ne. Více zatím neprozradíme, ať se máte nač těšit...

RECENZE VYSTŘÍDÁ NOVÁ RUBRIKA MEDIATÉKA

Doba se mění a my se snažíme s ní držet krok. Zdá se, že klasické recenze již netáhnou, proto jsme se rozhodli od tohoto čísla nahradit rubriku s recenzemi vybraných knih čím dál častěji poptávaným formátem "výpisků" klíčových myšlenek z dané knihy. Nejde ale o jedinou změnu. Nová média vládnou světu, a tak budeme v každém čísle informovat o vybraném podcastu, blogu, YouTube kanále nebo jen zajímavém videu či webové stránce, které by neměly uniknout vaší pozornosti.

KONFERENCE FIREMNÍ VZDĚLÁVÁNÍ SNAD V ČERVNU

Ano, stále jsme optimisté a stále doufáme, že již několikrát odložená konference bude – a prezenčně! Pevně věříme, že se v červnu v Praze setkáme, vyslechneme společně řadu zajímavých osobností L&D světa, vyzkoušíme si aktivity v několika workshopech a připijeme si výborným vínem! Těšte se na prezentující z JYSKu, Metrostavu, Sazky, Zásilkovny, Komerční banky, Veracompu či Mondi. Poznačte si do diářů středu 16. 6. 2021 a držte nám pěsti!

SHOWCASE TECHNOLOGIÍ LEARN & TECH MÁ TERMÍN

A vlna optimismu nás nepřechází, proto předběžně plánujeme i třetí ročník showcase technologií ve firemním vzdělávání LEARN & TECH 2021. Tradičně v září, ale poněkud dříve – již 9. 9. 2021 odpoledne. Loňský rok byl ve znamení online technologií nejen ve vzdělávání, proto vám opět představíme řadu inovativních firem v oblasti e-kurzů, tvorby vzdělávacích videí, simulací či virtuální a rozšířené reality.
Pokud to situace umožní, vše si vyzkoušíte na vlastní kůži, abyste věděli, jak daná technologie funguje a zda bude vyhovovat lidem ve vaší firmě. *(tl)*

Elektronický dvouměsíčník Firemní vzdělávání
ISSN 2533-6479
Ročník 5., číslo 1, datum vydání únor 2021
Vydavatel: PhDr. Tomáš Langer, Trmická 5, 190 00 Praha 9
Šéfredaktor: PhDr. Tomáš Langer, tomas@tomaslanger.cz, +420 604 216 788
Redakce: PhDr. Olga Běhounková, Ph.D., PhDr. Miroslava Dvořáková, Ph.D., PhDr. Branislav Frk, Ph.D., Mgr. et mgr Jan Kříž, Ing. Jana Puhalová, jazyková úprava: Mgr. Petra Novotná
Objednávky předplatného: www.firemnivzdelavani.eu
Zdarma

VZDĚLÁVACÍ TEORIE JSOU DOBRÉ A FUNGUJÍ. ALE KAZÍ JE LIDI

Osobnost, kterou zná snad každý, kdo prošel některou z kateder andragogiky v ČR i SR. Jeden z prvních profesorů andragogiky u nás, autor řady článků a publikací, ale především pozoruhodných myšlenek, neobvyklých propojení a… několika básnických sbírek.

Autor: Tomáš Langer

Po absolvování FF UP v Olomouci pracoval na oddělení řízení vzdělávání zaměstnanců GŘ Sigma a od roku 1978 ve Výzkumném ústavu odborného školství. Na katedru se vrátil v roce 1986, spolu s Vladimírem Jochmannem ji rekonstruoval a od roku 1990 do roku 2014 vedl. Specializuje se na integrální andragogiku a sociologii práce a podniku.

Na tento rozhovor jsem se těšil a dlouho se k němu odhodlával. U zkoušek ses ptal Ty, dnes to bude holt na mně… Začněme neformálně – kdo je dnes Dušan Šimek?

Řekl bych, že je to pořád tentýž Dušan Šimek, jakého jsi poznal před téměř čtvrtstoletím. Jenom mu přibylo několik roků a s nimi několik diagnóz, ale také jsem získal řadu životních zkušeností, které ovšem jako stárnoucí senior už jen těžko uplatním. Mám štěstí, že coby emeritní profesor mohu zůstat v kontaktu se školou a zpovzdálí sledovat, kam katedra i fakulta směřují. A hlavně zůstat v kontaktu se studenty, přestože covid dělá všechno pro to, aby mi v tom bránil.

Kromě andragogiky se zaměřuješ i na sociologii práce a podniku. Kde vnímáš propojení těchto oborů?

Přestože jsem odedávna s nadsázkou tvrdil, že sociologie práce, průmyslu a podniku prožila svá zlatá léta v období vrcholné industrializace a nyní odchází tam, kam po právu patří, tedy na smetiště sociologických dějin, myslím, že tvoří jeden z metodologických základů andragogiky. Práce byla, je a bude klíčovým sociálním prostorem, který nás definuje v sociálních strukturách a tvoří klíčovou dimenzi naší životní dráhy. Sociologie svými metodami a technikami výzkumu také umožňuje objektivní poznání reality pro manažerské rozhodování. Pokud rozvoj firem a společnosti vůbec bude záviset jen na ekonomech a marketérech,

potrvá ještě dlouho, než se budeme moci označovat za vzdělanostní společnost.

Proč by měl být člověk z L&D andragogem?
Pro mě za mě může být klidně třeba biologem nebo matematikem. Pokud bude ochoten získávat a prohlubovat andragogické vědění. Neměl by ale postrádat schopnost sociologického vidění světa v souvislostech (to není totéž, co sociální cítění, i když to do jeho kompetenčního balíčku patří také). A čím dál tím více si uvědomuji, jak významná je pro andragoga jeho morální konzistentnost a schopnost úcty a respektu k člověku. Jestliže má někoho učit a rozvíjet bezpáteřní a bezcharakterní konjunkturální živel, není o co stát.

Proč je vůbec andragogika v ČR stále tak oblíbený obor?
Důvody obliby u uchazečů vidím docela prvoplánově prozaické: v kurikulu není matematika a vůbec oproti jiným oborům vidí veřejnost studium snadnější. A druhý důvod je v tom, že naše povolání zdánlivě nenese žádná rizika. Když udělá chybu chirurg, zmrzačí pacienta. Když udělá chybu pyrotechnik, zmrzačí sám sebe. Ale když dělá chyby vzdělavatel, mrzačí "jen své žáky". Promiňte mi ten cynismus, samozřejmě přeháním.

Dobrých 40 let sleduješ dění v oblasti práce a profesního vzdělávání dospělých. Jak hodnotíš vývoj za tuto dobu?
Jenom stručně, protože problémů v oblasti profesního vzdělávání je daleko více, než se dá vůbec vyjmenovat. Jako aktuální vidím kolaps systému přípravy pro dělnická povolání. Nejen že se už projevuje fatální nedostatek pracovníků v řemeslných profesích (zejména ve stavebnictví), ale i nedostatek kompetentních dělníků třeba ve strojírenství. Nemohu si nevzpomenout na zoufalý povzdech personálního ředitele z opravářské firmy: "Sežeň mi aspoň jednoho kluka, který rozezná motor od převodovky!" Možná bychom v téhle tristní situaci mohli vidět příležitost pro rozvoj *workplace learningu* – tedy připravovat si kvalifikované dělníky vlastně sami, na míru, v podmínkách firmy. Bohužel současně s touto situací, kdy střední odborné školy produkují z velké části polokvalifikované nevzdělance, souvisí i určitá hodnotová krize, kdy se práce a zaměstnání stávají poslední příležitostí, jak vydělat peníze. A k tomu všemu v blízké budoucnosti nastanou turbulence v oblasti zaměstnanosti, na které bude muset politika zaměstnanosti i další oblasti sociální politiky reagovat. Bohužel, příčiny tohoto stavu jsou hlubší než jenom nedostatečnost institucionalizovaného vzdělávání.

Jak bude vypadat obor vzdělávání dospělých, až řadu profesí nahradí stroje a umělá inteligence?
Proboha, doufám, že se toho nedožiju. Možná jsem konzervativní, ale pořád se domnívám, že k tomu, abychom dokázali zvládat umělou inteligenci, musíme nejdřív zvládnout inteligenci přirozenou, tu vlastní. Vzdělavatel totiž nezprostředkovává jen informace, ale současně utváří či mění postoje účastníků k těmto informacím. Nerozvíjí tedy jenom kognitivní funkce, ale působí (záměrně nebo mimovolně) i na emoce, ovlivňuje hodnotové orientace posluchačů. Až toto dokáže umělá inteligence, stanou se lidé nepotřební. Ano, výpočetní technika je efektivní nástroj, pomůcka při výběru, třídění a zpracování informací, ale není schopná v plném rozsahu postihnout sociální a hlavně etický rozměr vzdělávání. Zkušenosti, které dnes naše společnost v důsledku nuceného online vzdělávání získává, ještě budou muset být velmi pečlivě vyhodnoceny. Nedokážu si představit, že sebedokonalejší umělá inteligence bude disponovat imaginací, fantazií, ale hlavně obyčejným lidským citem. To pochopil už Karel Čapek před sto lety v R.U.R.

Dodnes pamatuji na Tvou větu směrem k nám, absolventům andragogiky: "My jsme vás nenaučili nic, takže se uplatníte všude." Vidíš to i s odstupem stejně?

Ano, byl to bonmot, kterým jsem chtěl přiblížit a možná i zdůvodnit široký profil absolventa oboru. Celé jeho akční pole, tedy oblast, do níž andragogická intervence zasahuje, je tak rozsáhlé, že se nedá předvídat, co bude muset andragog řešit v příštích letech. Ještě před rokem jsme netušili, že nás paralyzuje nějaký covid. A vidíte, s jeho následky v oblasti kultury a vzdělávání se budeme vyrovnávat desítky let.

Když se dnes ohlédneš za lety nabitými etablováním andragogiky, výzkumy a publikační činností, funkcemi v řadě institucí a soutěží… Co mělo smysl a co bys dnes udělal jinak?
Asi bych se snažil více obor internacionalizovat, navazovat více zahraničních kontaktů a publikovat více v zahraničí. Nejde o to, že doma člověk není prorokem, ale o to, že v mezinárodním srovnání můžeme lépe porozumět našim vlastním problémům a vidět je v jiném světle.

Jaké by mělo být firemní vzdělávání, aby fungovalo?
Zase budu provokovat. Vzdělávací teorie jsou dobré a fungují. Ale kazí je lidi. A možná i my andragogové sami, když nedokážeme technický a ekonomický management přesvědčit, že vzdělávání a rozvoj zaměstnanců má smysl.
Ale už před sto lety Elton Mayo řekl, že uplatnění sociálních věd v průmyslu nestojí za nic, protože se jim inženýři špatně učí. Prostě nedokážeme Druckerovo, Argyrisovo či Sengeho vědění předat tam, kde je ho zapotřebí. Bojím se, že v téhle válce nikdy nevyhrajeme, ale nesmíme přestat bojovat.

Na kterou osobnost vzdělávání dospělých vzpomínáš nejraději?
To je snadná odpověď. Byly to ty stovky prezenčních i distančních studentů, se kterými jsem prožil nádherné roky. Dávali mému životu smysl. A musím říct, že za celou dobu svého akademického působení jsem zažil tak málo zklamání, že bych je spočítal na prstech jedné ruky.

A na závěr tradiční otázka. Kdo nebo co je pro Tebe profesně největší inspirací?
Tahle odpověď už je těžší. Ale vlastně – mám takovou svatou trojici.
První v pořadí je můj učitel Vladimír Jochmann, který zavinil celou mou profesní i akademickou dráhu. Právě Jochmann přivedl na katedru v devadesátých letech Jindru Kulicha a s ním i prvorepublikovou noblesu a odbornou i lidskou korektnost. No a třetí osobností byl laskavý a skromný titán světové andragogiky Peter Jarvis z Velké Británie. Všechny tři spojuje nezměrná erudovanost (nejen v našich andragogických vědách), ale i morální kredit a obětavost vůči vědě a hlavně vůči studentům.

MANAŽERSKÉ HRY

V České republice je víc než dost známý termín Jana Ámose Komenského "škola hrou". Tak proč ne zrovna manažerskou hrou?

Autor: Jan Kříž, redaktor Firemního vzdělávání, jankriz.fv@gmail.com

Termín manažerské hry (v angličtině *management games* nebo *business games*) označuje metodu rozvíjení manažerských či příbuzných kompetencí formou simulací situací, které se účastníci snaží řešit, a to zpravidla v hypotetickém podnikatelském, ekonomickém či manažerském prostředí. Jedná se tedy z principu o praktickou formu výuky, která je vhodná jako doplněk k teoretickému výkladu. Je dobré říct, že nejde o gamifikaci. Zatímco gamifikace označuje užívání prvků typických pro hry v "reálném" prostředí, manažerské hry jsou stále "jen" simulace, které mají účastníky na reálné situace připravit. Šlo by je ale zařadit do kategorie takzvaných vážných her (*serious games*), jejichž účel se vyznačuje i něčím jiným než zábavou (zpravidla právě vzděláním a rozvojem).

NENÍ HRA JAKO HRA

Z hlediska obsahu mohou být manažerské hry poměrně různorodé. Mohou se zaměřovat na ekonomická, sociální či komunikační témata a další soft-skills. Formy lze rozlišit podle toho, jestli jsou procvičované prvky překryty nějakým tématem, například historickým, nebo jsou takzvaně simulační. Simulační manažerské hry by měly co nejlépe napodobovat reálná prostředí, ve kterých se účastníci pohybují nebo se budou pohybovat i během výkonu své práce. Příkladem takové simulační hry může být Unisim, ve které si hráči mohou vyzkoušet velmi konkrétní model fungování organizace na trhu. Obecně lze říct, že podobu manažerských her do velké míry určuje kontext, ve kterém byly použity. Jiná hra může být použita pro rozvoj stávajících zaměstnanců a jiná jako metoda náboru v assessment centrech. Manažerské hry lze rozdělit také podle počtu hráčů. Manažerskou hrou může být totiž hra na počítači pro jednoho hráče, ale také desková hra či různé teambuildingové aktivity. Z deskových her se často uvádí známé Monopoly, u nichž však až příliš záleží na náhodě. Lepším příkladem by tedy mohla být hra Osadníci z Katanu – ta totiž nutí hráče hlídat si suroviny nebo budovat infrastrukturu.

Naopak kooperativní deskové hry jako Pandemic učí hráče pracovat jako tým. Pokud byste tedy ve své firmě navrhovali nějakou manažerskou hru, inspirujte se u moderních her, které mnohdy využívají zajímavé mechaniky.

REFLEXE A SEBEREFLEXE JSOU ZÁKLAD

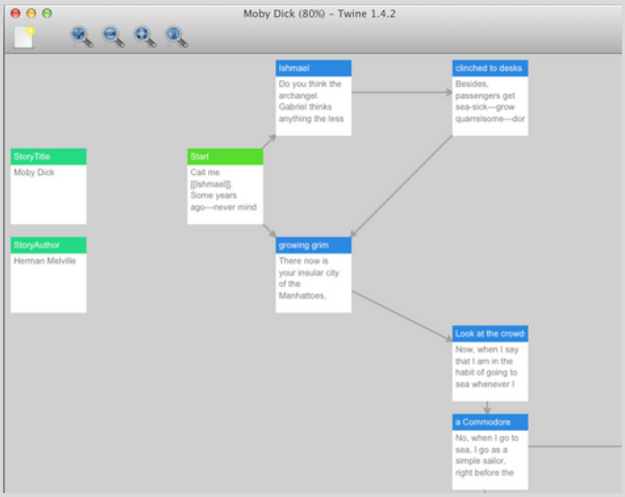
Klíčovou roli v procesech reflexe a sebereflexe zde sehrává lektor (někdy též označován jako expert, pozorovatel nebo rozhodčí). Ten plní kontrolní funkci správné interpretace pravidel hry a hodnocení dosažených výsledků vzhledem k alternativám řešení, které navrhují účastníci. Každá manažerská hra, ať už má jakoukoliv formu a obsah, se neobejde bez prvku sebereflexe. Můžete totiž hrát speciálně navrženou simulační hru nebo promyšlenější deskovou hru, ale pokud účastníci neporovnají herní zkušenosti v kontextu vlastního výkonu, účel hry nenaplní. A platí to zejména, pokud chcete jako manažerskou hru použít to, co k tomuto účelu nebylo primárně navrženo (například různé deskové hry). Účastníci by měli být vedeni k tomu, aby přemýšleli, co, jak a proč během hry dělali. Aby při hraní aktivně využívali své předchozí zkušenosti a aby jejich zkušenosti ze hry ovlivnily i jejich práci. V praxi by pak měli být o tyto zkušenosti obohaceni podobně, jako kdyby si podobnou situací prošli "naživo". Je přece jenom lepší učit se z chyb, které nemají reálný negativní dopad na naši práci.

APLIKACE PRO VÁS: TWINE

Autor: Brano Frk, learning designer, OPPUS, brano@oppus.co

Interaktivní příběhy jsou v online vzdělávání velice oceňovány, a to na straně studujících i tvůrců. Tzv. *scenario-based learning* využívá aktivní učení, kde účastník řeší úkoly a situace z praxe a zároveň vidí důsledky svých rozhodnutí. Může jít o interaktivní videa, simulace nebo textové interakce. Problémem však bývá náročnost vytváření, ta často tvůrce obsahu odradí. Přinášíme však dvě aplikace, díky kterým to nemusí být tak náročné.

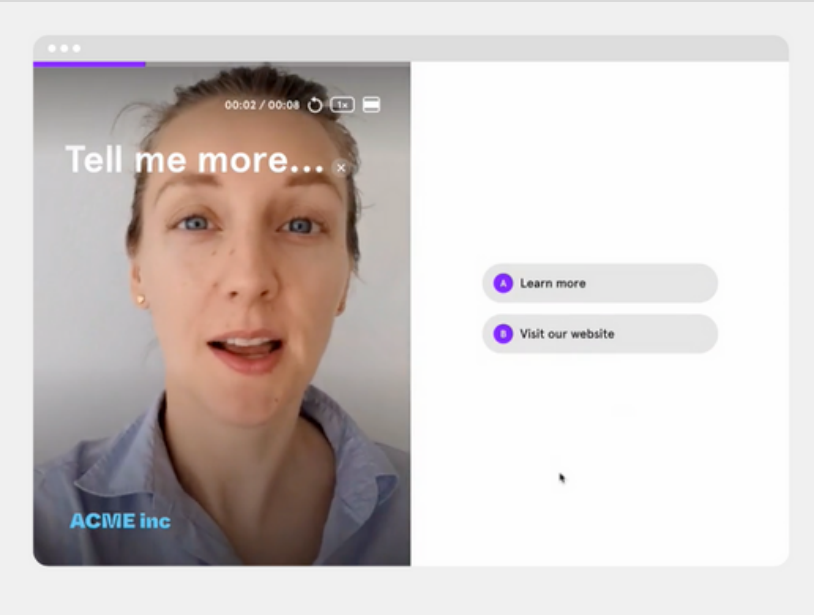
Twine je open-source nástroj, který velmi snadným způsobem umožní vytvářet scénáře, varianty, logická propojení, zkrátka vše, co návrh interaktivního příběhu potřebuje. Vytváříte části příběhu a dialogy, které následně propojujete. Takto lze vytvořit i rozsáhlé a komplikované scénáře. Díky vizuálnímu přístupu je vše dokonale přehledné. Využití Twine spočívá jak ve vytváření prototypů pro testování, tak i ve tvorbě finálního produktu. Výsledek můžete exportovat do html kódu, takže jej můžete šířit takřka kdekoliv. Na webu Twine také najdete řadu návodů a příkladů a také můžete o svém projektu diskutovat s ostatními uživateli. Twine je zdarma, není snad tedy jediný důvod, proč tuto aplikaci nezkusit.



https://twinery.org

Naše hodnocení: ★★★★★

VIDEOASK



Videoask je novým produktem projektu Typeform, jejichž online dotazníky jsme již recenzovali a také je v našem časopise využíváme. Aplikace Videoask umožňuje vést interaktivní video dialog s účastníky vzdělávání. Jde však o asynchronní interakci, tedy ne ve stejný čas.
To umožňuje odpovídat a reagovat až tehdy, kdy se to hodí. V době, kdy nám chybí osobní kontakt, může být tato aplikace zajímavým způsobem, jak být v online prostředí osobnější. S aplikací v zásadě děláte to, co chatbot, ale místo něj reagujete prostřednictvím videa vy. Můžete vytvořit třeba koučovací dialog, získat zpětnou vazbu či follow up. S jistými omezeními je aplikace k dispozici také zdarma.

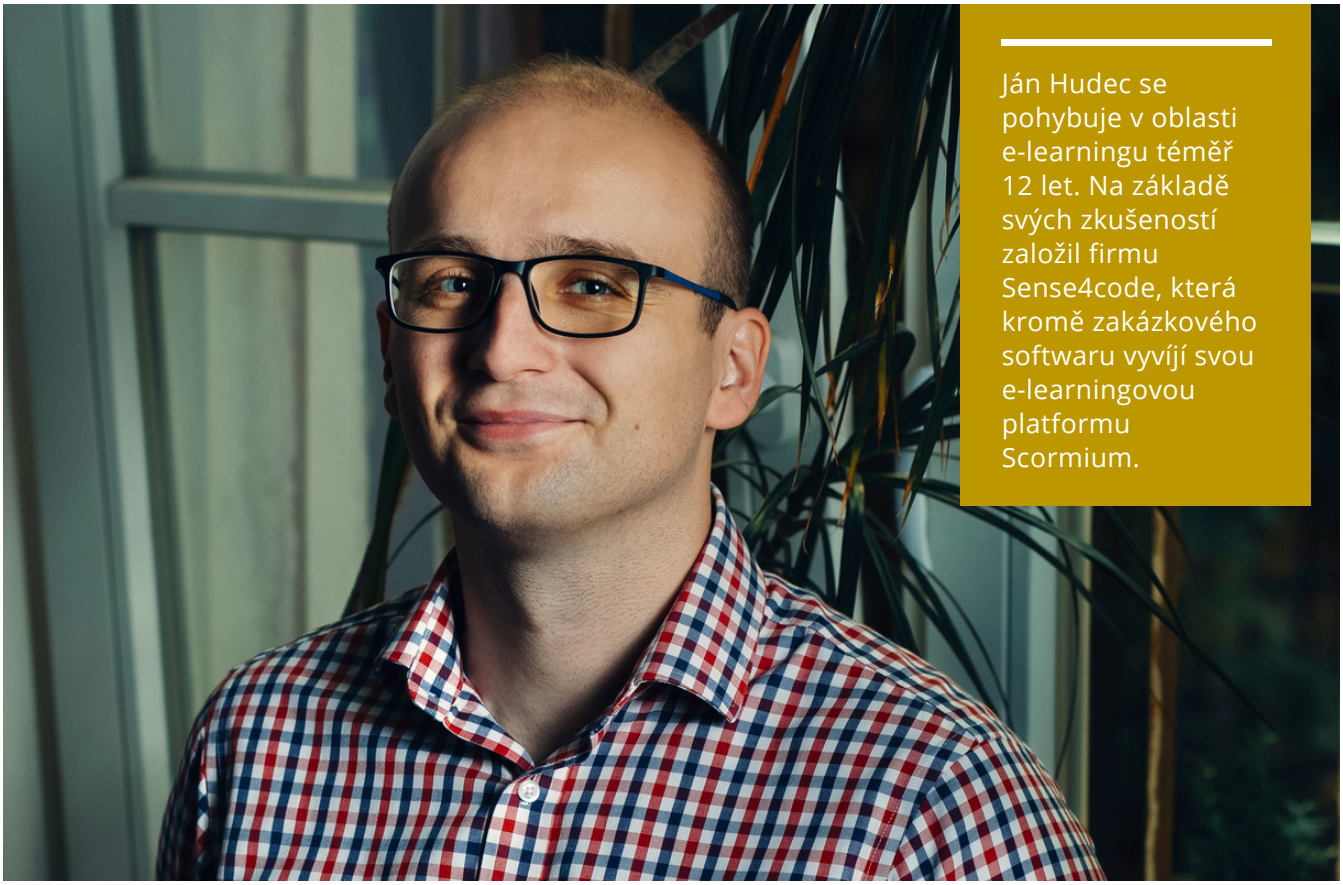
https://www.videoask.com

Naše hodnocení: ★★★★★

JAK OBHÁJIT INVESTICI DO E-LEARNINGOVÉHO PORTÁLU

Spolu s omezením pohybu a nutností práce na dálku razantně vzrostla potřeba online nástrojů, které umožní přívětivé, moderní a současně bezpečné vzdělávání. Jak z pozice HR nebo L&D otevřít diskuzi s boardem a obhájit rozpočet na nákup nového systému?

Autor: Ján Hudec, CEO, Sense4code, jan.hudec@sense4code.com



Ján Hudec se pohybuje v oblasti e-learningu téměř 12 let. Na základě svých zkušeností založil firmu Sense4code, která kromě zakázkového softwaru vyvíjí svou e-learningovou platformu Scormium.

Pokud se ve své organizaci staráte o zaměstnance nebo jejich rozvoj, s velkou pravděpodobností jste za poslední rok narazili na to, jak umožnit či usnadnit vzdělávání, školení a certifikaci uživatelů na dálku.
Logickým řešením je nasazení e-learningového portálu (bez ohledu na různé populární zkratky mu pro zjednodušení říkejme LMS), který musí uspokojit rozličné potřeby na různých úrovních.

Mezi základní požadavky kladené na LMS patří schopnost vytvořit cestu osobního rozvoje, která uživatele v čase provází kurzy a obsahem, ale také pohodlné použití bez ohledu na úroveň počítačové gramotnosti uživatelů nebo zvolené zařízení, na němž výuka probíhá. S tím vším jde ruku v ruce otázka, ze kterého rozpočtu by se měl nákup a provoz portálu financovat a co všechno by měl organizaci přinést.

KOHO ZAPOJIT?
Kde hledat sponzory pro prosazení investice do nového LMS? Spojence můžete najít hned v několika oblastech. Pokud trochu odhlédneme od rozvoje zaměstnanců, bude kromě HR oddělení zajímat také **výkonného ředitele**, případně **compliance managera**, že díky vhodnému LMS lze získat automatický přehled nad tím, jestli všichni zaměstnanci absolvovali včas zákonná či jiná povinná školení.

Nástroj, kterým by bylo možné snadno a rychle školit obchodníky, případně obchodní partnery, zaujme také **obchodního ředitele**. Lákavá by pro něj a pro **marketingového ředitele** mohla být i "akademie", tedy veřejnosti zpřístupněná část e-learningového portálu, na které se zákazníci mohou naučit, jak využít vaše produkty a služby tak, aby jim přinášely co nejvyšší hodnotu. Možnost si produkt v akademii virtuálně prohlédnout a zjistit, co všechno dokáže, aniž by bylo nutné opustit svou kancelář nebo obývací pokoj, v konečném důsledku posiluje váš brand. Z pohledu zajištění bezpečného přístupu k firemnímu obsahu, jednotného přihlašování k portálu a propojení systémů bude potřeba do diskuze zapojit také **IT oddělení** a **"bezpečáky"**.

KOLIK TO BUDE STÁT?

Na začátku stojí rozhodnutí, zda si vyberete LMS poskytovaný jako "službu", kterou zajišťuje dodavatel ze své infrastruktury. Nemusí se tak nic instalovat a vaši uživatelé budou k LMS přistupovat přes prohlížeč (online aplikaci). Alternativně je možné e-learningovou platformu provozovat ve svém firemním IT. Z pohledu údržby, podpory, aktualizace a rozšiřování funkcí je jednoznačně komfortnější první varianta, které se dnes nejčastěji říká "cloudové LMS" nebo cloudový e-learningový portál. Výhodou LMS jako služby je transparentnější výpočet nákladů. Výrobci LMS však používají různé cenové a licenční modely. Cena se zpravidla odvíjí od počtu uživatelů za měsíc, někteří navíc rozlišují aktivní uživatele a účtují pouze poplatky za studující, kteří se přihlásili na portál v daném měsíci. Ačkoliv se to z pohledu zákazníka jeví nejspravedlivější, klade to nároky na hlídání počtu uživatelů v každém měsíci. Proto se často pracuje s pevnou cenou licencí pro určitý interval uživatelů (např. 250–500 osob) za měsíc. Jiní výrobci určují cenu podle počtu kurzů či modulů, které mohou uživatelé studovat.

Je však potřeba dát si pozor, zda k uvedenému dodavatelé nepřipočítávají další příplatky, od fixní platby za měsíc bez ohledu na počet uživatelů či kurzů až po poplatky za různé moduly a funkce nad rámec základních funkcionalit portálu.
Proto je při výběru a kalkulaci vhodné vycházet z celkové předpokládané sumy plateb za organizaci a rok (což budete potřebovat i kvůli rozpočtování).

CO TO PŘINESE?

Jak vypočítat návratnost investice do LMS? Bez ohledu na to, jestli zvažujete přechod z existujícího systému nebo nákup nového, je to vždy o ceně na straně jedné a úsporách/výnosech na straně druhé.
Řada přínosů je úzce spjatá s možnostmi portálu, snadností vyhledávání a doporučování relevantního obsahu a samozřejmě se samotným nastavením e-learningu a celého vzdělávání v organizaci.
Bez debat je snížení nákladů na fyzická školení a cestování – lidé je mohou absolvovat podle svých preferencí odkudkoliv, a být tak produktivnější. Materiály jsou také uloženy na jednom místě, není nutné je stále kopírovat nebo rozesílat a lektor nemusí pokaždé opakovat to stejné znovu – stačí videozáznam.
Z pohledu výnosů je zásadní úspora času při onboardingu, ale i při školení, které může absolvovat velké množství lidí současně.
Noví zaměstnanci se mohou začít dříve věnovat pracovním úkolům, prodejci či obchodníci zlepší schopnosti prodávat vaše produkty a zákazníci/uživatelé se zase rychleji naučí využívat vaše produkty a služby. Zejména poslední dva příklady se odrazí ve vyšších výnosech z prodeje.
Pokud je vzdělávání snadné a zábavné, přináší kromě vyšší produktivity také spokojenost z růstu. To podporuje loajalitu a snižuje fluktuaci zaměstnanců, zejména talentů. Ti se mohou rychleji rozvíjet a díky LMS třeba i snadno sdílet zkušenosti s ostatními, aniž by jim co chvíli někdo klepal na rameno s dotazem.
Kromě úspory nákladů a vyšších výnosů by ale v konečném důsledku mělo nové LMS všem dotčeným stranám přinášet vyšší spokojenost. Jste teď spokojení?

INTERAKTIVITA A MULTIOBOROVOST ZÁKLADEM VZDĚLÁVÁNÍ

Nejrůznějších platforem pro vzdělávání a rozvoj zaměstnanců je již na trhu velké množství. Ačkoliv by měly mít stejné cíle, každá funguje na jiném principu. A je jen na zákazníkovi, který přístup bude jemu a jeho lidem vyhovovat nejvíce.

Autorka: Lenka Vašková, community manager, Red Button EDU, lenka@redbuttonedu.cz

Lenka Vašková se stará o komunitu EDU Heroes, těch kteří podporují ve svých firmách vzdělávání, v rámci platformy Red Button EDU. 14 let pracovala v Komerční bance, kde mimo jiné vedla tým manažerského vzdělávání a talent managementu.

Samostatné či firemní vzdělávání pomáhá firmám nejen s orientací v současném rychle se měnícím světě, ale i se zvládáním trendů či přípravami na možné změny. Jak si správně vybrat vzdělávací platformu a o jaké náležitosti byste se měli při výběru zajímat? Pozornost diváků si zvládnou udržet jen poutavé vzdělávací formáty a obstojí jen ti nejlepší. Aby si online přednášky, kurzy a workshopy udržely pozornost svých diváků, musí uživatele vtáhnout do společně probírané problematiky.

Mnohé lekce však často sklouzávají k monotónním výkladům, které sledující nadchnou jen velmi těžko. Ti si tak z výkladů odnesou jen zlomek probírané problematiky a bez jejího představení v praxi zanedlouho přijdou i o tyto znalosti. Jak si ale vybrat tu správnou platformu? A měl by o tom rozhodovat i zaměstnavatel?

ZODPOVĚDNOST VE VLASTNÍCH RUKÁCH

Za své vzdělání a přehled je samozřejmě primárně zodpovědný každý z nás, ale vzdělanost zaměstnanců je zároveň v nejlepším zájmu lídrů a manažerů, kteří by měli vytvářet ideální prostředí pro rozvoj svých kolegů. Nejen lídři ocení kvalitní tipy, jak formou jednoduchých prvků docílit opravdu velkých změn. Překvapilo by vás, kolik toho dokáže změnit jen obyčejná týmová reflexe.

Zároveň je potřeba najít tu správnou formu vzdělávání, která bude vyhovovat představám a směřování firmy. Výrazně odlišnou cestou se rozhodla jít platforma Red Button EDU. Její podstatou je rozšiřovat obzory a znalosti zájemců ze stran společností i jednotlivců stravitelnou a zábavnou formou. Jednotlivci získávají personalizovaná doporučení a firmy mají díky jednoduchému admin prostředí s reporty a statistikami přesný přehled o tom, o jaké oblasti a témata se jejich lidé zajímají, jaké výzvy plní a jakých kurzů se nejčastěji účastní.

PROPOJENÁ KOMUNITA JAKO KLÍČ ÚSPĚCHU

Každý člen vzdělávací sítě si může vybírat z velkého množství pravidelných vysílání s inspirativními osobnostmi nejen ze světa inovací a podnikání, ale třeba i sportu a kultury. Platforma nabízí interaktivní diskuse s experty a jejich hosty i ostatními diváky. Sdílení know-how a výměna zkušeností je totiž v srdci celého projektu i jedním z hlavních genů sítě.

Vzdělávací proces by však neměl zůstávat jenom u inspirace. Je také potřeba naučit ostatní překlápět nově nabyté informace do praxe. Odborníci ve svých vysíláních představují nejen úspěšné projekty, ale i to, co se úplně nepodařilo. Ne nadarmo se říká, že se chybami člověk učí. Vzájemná interakce je klíčem k vytváření hodnot, a to jak interakce mezi odborníkem a divákem, mezi lidmi v týmu, tak mezi firmami navzájem.

DEVĚT BUSINESSOVÝCH OBLASTÍ SOUČASNOSTI

DESIGN A MARKETING	DIGITALIZACE	FIREMNÍ KULTURA
FIRMY A ZPŮSOBY PRÁCE	INOVACE	LEADERSHIP
OSOBNÍ ROZVOJ	UDRŽITELNOST	VĚDA A TECHNOLOGIE

Co jsou základní oblasti, kterým by se mělo firemní vzdělávání věnovat nejvíce? Důraz by měl být kladen především na inovace, firemní kulturu, marketing a design, leadership, udržitelnost, digitalizaci nebo osobní rozvoj. Podle zakladatele sítě Jana Maška v životě souvisí vše se vším, a tak i jednotlivé oblasti a pořady jsou mezi sebou propojeny, aby byl výsledný efekt změny co největší. Prostřednictvím jednotlivých expertních pořadů a vysílání je třeba reflektovat i současné a očekávané trendy, a tím pak získat obrovskou konkurenční výhodu. Video je sice základem podobných platforem, je ale vhodnější doplnit je workshopy, pracovními listy nebo texty, případně na pořad navázat osobní dotazník s reflexí. Skvěle se osvědčily i osobní nebo týmové výzvy, v rámci nichž mohou jednotlivé týmy porovnávat své úspěchy mezi sebou.

Čtenáři Firemního vzdělávání mohou využít 14denní trial verzi a kompletní přístup k bezplatnému vyzkoušení. Stačí zadat kód **firemni-vzdelavani**.

APLIKOVANÁ DIVADELNÍ IMPROVIZACE NENÍ JEN TREND

Můžeme opravdu smysluplně využít ve vzdělávání techniky, které mají svůj původ v divadle? Zní to zajímavě, ale nenacházíte propojení směrem k vaší organizaci? Možná je to fajn způsob teambuildingu, ale nic víc. Nebo je to vše jinak?

Autorka: Karolína Harries, lektorka a facilitátorka, info@karolinaharries.cz

Karolína působí jako lektorka a facilitátorka již více než 10 let, realizuje firemní rozvojové kurzy měkkých dovedností a školí metodu Design thinking. Zkušenosti čerpá mj. z vlastní praxe z prostředí korporátu, výroby i služeb.

Foto: Vojtěch Vlk

Aplikovaná improvizace je rozvojová metoda, která má celosvětově již seriózní "značku", stala se součástí kurikula řady uznávaných byznysových škol (např. Stanford, MIT, UCLA), využívá se ve firmách, školství i zdravotnictví. Renomované časopisy jako např. Forbes na AI ve spojení se vzděláváním nešetří chválou a postupně si hledá své místo na tomto poli i v Čechách. Její původ je v divadelní improvizaci, umělecké formě, kdy několik herců hraje kratší či delší scény bez předem připraveného scénáře nebo jakékoliv domluvy o rozdělení rolí. V Česku je slovo improvizace často synonymum pro lajdácký, nedbalý, neprofesionální přístup. V divadle má tato disciplína úplně jiný rozměr, zahrnuje v sobě propojení řady dovedností, které herci získali tvrdým a dlouhodobým tréninkem. Díky tomu si pak mohou stoupnout na jeviště a zahrát i celovečerní hru, aniž by dopředu tušili, o čem bude. Pravidelný trénink, aplikace (v životě nebo na jevišti) a reflexe jsou pilíři této metody. Ve firemním prostředí je aplikovaná improvizace úspěšně využívána jako jedna z "technik" rozvojových programů zaměřujících se např. na leadership, komunikaci, spolupráci, rozvoj kreativního a inovativního myšlení, nebo samostatně jako energetizující setkání před řešitelskými schůzkami. Trénink může probíhat jako součást

dlouhodobých nebo krátkodobých kurzů i jednorázových akcí, realizovat se dá skupinově a také individuálně. Poslední měsíce ukázaly, že improvizace je životaschopná i v online prostředí.

JAK IMPROVIZACE FUNGUJE?

Hodiny jsou díky začlenění prvků improvizace vedeny zážitkově prostřednictvím her, účastníci zapojují nejen svou hlavu, ale i tělo. Může se zdát, že jde hlavně o legraci, protože smích je nedílnou součástí, zkušený lektor ale umí z her v rámci reflexe vytáhnout jejich hloubku a podstatu a propojit je s běžným životem.

Pro řadu účastníků je to poprvé, kdy se blíže setkávají sami se sebou, svými strachy, negativními přesvědčeními, ale také poprvé, kdy je umí odhodit a vykročit z dnes tak populární a často citované komfortní zóny. Z mnoha lidí, kteří se považují za introverty, neradi prezentují a v komunikaci jsou stydlivější, se mohou stát improvizátorské hvězdy dokazující, že kreativitu v sobě máme všichni, stačí pro ni vytvořit vhodné podmínky. Extroverti dostanou příležitost rozvíjet reflexi a zaměřit se na spolupráci s druhými.

Improvizace pomáhá posílit "svaly", které v dnešním VUCA světě potřebujeme bez ohledu na obor nebo postavení. Přínosná může být pro lidi rozmanitých profesí (např. manažeři, majitelé firem, technici, akademici, kreativci, lékaři, psychologové) a všechny věkové kategorie. Podmínkou není herecké nadání nebo předchozí divadelní zkušenost, jejím cílem není dělat z účastníků herce.

V improvizaci se učíme být skutečně "tady a teď", myslet a jednat "out of the box", naslouchat, přizpůsobovat se neočekávaným situacím, spolupracovat, přijímat i dávat zodpovědnost, pracovat s nejistotou, s chybami. Dovednosti a postoje, které nám improvizace nabízí, umožňují být nejen lepšími profesionály, ale též partnery či rodiči.

ZÁKLADNÍ PRINCIPY IMPROVIZACE

1 ANO, A... (YES, AND...)

Většina z nás zažila situaci, kdy jsme sdíleli nápad a kolegové či nadřízení jej stačili zamítnout dříve, než mu vůbec dali šanci a zamysleli se nad ním. Jedna strana nabízí nápady a řešení, druhá zamítá. Po chvilce i sebevětšího kreativce přejde chuť, cítí bezmoc, nechce se angažovat. Princip "ano, a..." nás učí pravému opaku, jeho základem je přijmout nabídku (nápad) druhého, otevřít se jí, na chvíli zanechat své ego a soudy stranou a dát jí prostor, rozvinout ji, podpořit. Vede nás ke zpomalení naší reakce, k naslouchání, ke společnému tvoření. Vede nás také k přijetí reality toho druhého, kterou můžeme doplnit o vlastní pohled.

Neznamená to ovšem, že musíme nakonec na vše kývnout, se vším souhlasit. Ale přinejmenším bychom nabídkám druhých měli aspoň na chvíli dát šanci. Když říkáme "ano, a..." namísto "ne" nebo "ano, ale...", prokazujeme si vzájemný respekt, úctu a... spolupracujeme.

2 VEZMI CHYBU DO HRY

"Kdo nic nedělá, nic nezkazí" je postoj, který má řada z nás hluboce zakořeněný z dob školní docházky a výchovy.

V improvizaci chyby naopak oslavujeme a přetváříme je v příležitosti. Chyba není opakem úspěchu, ale jeho součástí. Například když herec při cestě na scénu upadne, pak namísto toho, aby se snažil tuto skutečnost zamaskovat, "vezme chybu do hry" a využije pád pro rozehrání scény.

V improvizaci se učíme chybu přijmout, nehroutit se z ní, jít dál, učíme se přijímat sebe a ostatní i s chybami a to nám pomáhá se od nich oprostit. To vytváří bezpečné prostředí, které je základní ingrediencí pro růst a inovativní řešení.

3 NECHEJ DRUHÉHO ZAZÁŘIT

V "popisu práce" improvizátora je vytvořit na scéně takové podmínky, ve kterých se bude jeho kolegovi dobře hrát (pracovat) a on sám se nebude bát hrát vedlejší roli, která druhého podpoří.

V mnohém je podobné tomu, co očekáváme od skutečných leaderů nebo od kolegů v týmu. V týmu to může vypadat tak, že pomáháme kolegům dosahovat výsledků, pomáháme jim rozvíjet se, oceňujeme je, usnadňujeme jim cestu k úspěchu.

PODCAST E-LEARNING ŽIJE!

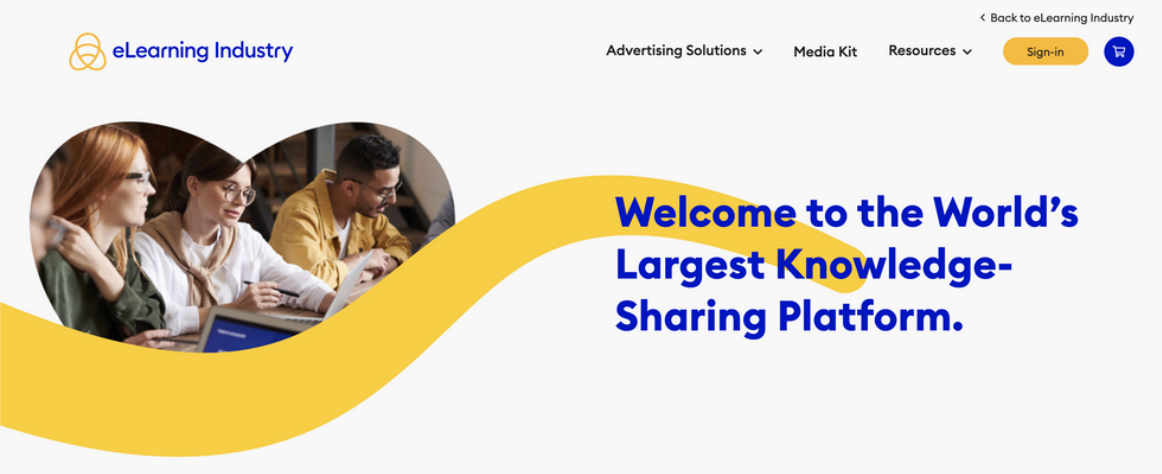
Novinkou tohoto čísla je rubrika s názvem "Mediatéka". V každém čísle se podíváme na některá z elektronických médií – podcasty, videa, YouTube kanály, TED talky či webové projekty.

Autor: Tomáš Langer, lektor, trenér a konzultant, tomas@tomaslanger.cz

Podcastů týkajících se firemního vzdělávání přímo či jen okrajově najdete na trhu mnoho. Přesto jsme vybrali ten, který můžete sledovat teprve od listopadu loňského roku, ale za krátkou dobu existence se zařadil mezi špičku v oboru. Jeho tématem je e-learning, ale nenechejte se názvem zmást! Podcast totiž není jen o digitálním vzdělávání. Oba moderátoři se poměrně často věnují i tématům ze světa firemního vzdělávání, která s e-learningem souvisejí jen okrajově. Může to být na jedné straně matoucí, na druhé straně naopak velmi přínosné.
Hned první vydání si posvítilo na tři mýty ve firemním vzdělávání, kdy se moderátoři snaží uvést na pravou míru zažité mýty kolem funkce pravé a levé mozkové hemisféry nebo učebních stylů. Věnují se také kognitivní zátěži při vzdělávání, humoru ve vzdělávání nebo také tomu, proč jsou "povinné kurzy" často tak nudné a co s tím můžeme dělat. Zatím poslední podcast představuje top trendy pro rok 2021, mezi jinými se dozvíte o neformálním vzdělávání, kurátorství vzdělávacího obsahu či smíšené realitě. Vtipné komentáře moderátorů mohou sice některé systematiky rušit, ale díky přirozenému flow ani u poslechu v posteli rozhodně neusnete! Podcast je k dispozici na Apple Podcasts, Google Podcasts či na YouTube.

Naše hodnocení: ★★★★★

WEB ELEARNING INDUSTRY



Elearning Industry je publikační platforma, která po osmi letech fungování nyní slouží tisícům jednotlivců, týmů a firem jako místo, na kterém najdou inspirativní obsah z oblasti digitálních technologií ve vzdělávání. Jedná se o platformu, na níž se potkávají stovky až tisíce článků k nejrůznějším tématům řady publikujících autorů, ale také nabídky webinářů a dalších vzdělávacích akcí pro specialisty na digitální vzdělávání. Na webu si lze stáhnout množství e-booků. Inspirativní je také pravidelně zasílaný newsletter.

http://www.elearningindustry.com

Naše hodnocení: ★★★★★

PAUL MATTHEWS: 17 ZÁSADNÍCH TIPŮ PRO PRACOVNÍKY V L&D

V tomto čísle jsme se podívali na publikaci Paula Matthewse, zakladatele a CEO společnosti People Alchemy. Paul je novozélandsko-britský spisovatel a lektor, mezinárodně uznávaný a vyhledávaný řečník na poli firemního vzdělávání. Kniha je k dispozici v angličtině i češtině.

Autorka: Olga Běhounková, odborná asistentka FF UK, olga.behounkova@ff.cuni.cz

Tato knížka vznikla jako reakce na otázku: "Na co bych se měla zaměřit, abych na nové pozici uspěla?", kterou autorovi položila jeho kamarádka. A jaké rady jí dal? Nejprve se podívejme na výčet všech 17 tipů pro pracovníky v L&D, které by měly být zárukou smysluplnosti investic do rozvoje a vzdělávání pracovníků ve firmách a také návodem, jak je motivovat, aby ve vzdělávání viděli smysl:

1. Jakou má organizace vizi a jakou strategií jí chce dosáhnout?
2. Jak se mají lidé chovat, aby se firma mohla na tuto cestu vydat?
3. Jaký je rozdíl mezi nynější a očekávanou úrovní dovedností a postojů?
4. Co lidem brání odvádět dobrou práci?
5. Ověřte si, zda lze zadaný problém řešit školením.
6. Vnímejte politiku organizace.
7. Ujasněte si, kde lidé nyní získávají znalosti potřebné k práci.
8. Zjistěte, jak se lidé nejraději učí.
9. Do změn ve firmě se zapojte brzy.
10. Zapojte do vzdělávání a rozvoje přímé nadřízené zaměstnanců.
11. Jaké znalosti vyžadují formální školení a testování?
12. Co nejpřesněji vypočtěte ROI.
13. Poznatky z formálních školení s účastníky opakujte.
14. K propagaci některých iniciativ využijte marketingové oddělení.
15. Odstraňte překážky v přístupu k informacím, které lidé potřebují.
16. Co si o vás lidé myslí?
17. Zlepšete se v budování vztahů.

Nyní si podrobněji rozeberme čtyři vybrané tipy a jejich aplikaci v praxi.

JAK VNÍMAT POLITIKU ORGANIZACE?

Je-li L&D vnímáno jako výdaj, zasaďte jej do nového kontextu a zdůrazněte vedení firmy jeho strategickou výhodu. Argumentujte na případových studiích úspěšných společností z celého světa působících v podobném prostředí jako vaše firma. Uvažujte a komunikujte v obchodních termínech a s obchodní mentalitou a dívejte se perspektivou jakékoli ze zainteresovaných stran (akcionáře, vrcholového manažera, člena vedení, zákazníka aj.). Staňte se spojencem vedení v nekonečném boji o efektivní fungování organizace v chaotickém světě.

KDE LIDÉ NYNÍ ZÍSKÁVAJÍ ZNALOSTI POTŘEBNÉ K PRÁCI?

Odpověď na tuto otázku přináší osvědčený způsob kategorizace učení na pracovišti poměrem 70 : 20 : 10 a doporučení upravit si tento poměr dle potřeb a možností vaší organizace. Jak na to? Ptejte se pracovníků napříč firmou, jak získávají potřebné znalosti a dlouhodobě věnujte pozornost způsobům učení v organizaci. Ačkoliv se jediným legitimním způsobem vzdělávání často jeví to formální, protože jej lze nejsnáze řídit, není tomu tak. Lidé se nejvíce učí v kontextu řešení pracovních problémů, když je to vhodné a relevantní. Zaměřte se proto především na neformální vzdělávání, využijte ho a neignorujte, protože ho neřídíte vy.

ZAPOJTE DO L&D PŘÍMÉ NADŘÍZENÉ ZAMĚSTNANCŮ

Aby vše fungovalo, řiďte se desátým tipem. Nadřízeným zaměstnanců vysvětlete, že jsou přítomni u svých lidí, když se učí, a tedy v ideální pozici ovlivňovat 70 % nových poznatků (viz model 70 : 20 : 10). Jedním z vašich cílů u manažerů tedy může být rozvíjet koučovací dovednosti a ve firmě pěstovat kulturu koučování a mentorování.

CO SI O VÁS LIDÉ MYSLÍ?

Po celou dobu pracujte na dobré reputaci oddělení L&D, aby si lidé uvědomili jeho skutečnou hodnotu a přínos pro firmu. Za tím účelem pracujte na budování a zlepšování vztahů s lidmi napříč vaší organizací i s externími dodavateli.

Celá publikace je k dispozici ke stažení v tomto odkazu (EN i CZ).

ÚLOHA KOUČINKU V PREVENCI A ŘEŠENÍ KONFLIKTŮ

O koučování jsme psali již několikrát, proto se dnes podíváme na příčiny konfliktů na pracovišti a jak může k jejich řešení pomoci koučování zaměstnanců, nebo dokonce koučování konfliktů samotných. A také na to, zda a jak mohou být konflikty příležitostí k růstu a učení.

Autorka: Jana Weinberg, certifikovaný kouč, HR Consultant, trenér, janaweinberg1@gmail.com

Jana Weinberg působila na HR manažerských pozicích v největší mezinárodní advokátní kanceláři v ČR a ve společnosti z tzv. Big 4. V současné době působí jako kouč, HR konzultant a trenér v oblasti osobního rozvoje.

Konflikty jsou nevyhnutelným aspektem lidské interakce. Konflikty však nemusí nutně být čistě negativním jevem. Pokud se konflikty nechají "vyhnít", výsledkem bývá stres, rozvrat pracovních vztahů, snížená produktivita a vyšší fluktuace zaměstnanců. Pokud se k nim ale přistupuje efektivně, mohou být ve skutečnosti příležitostí k růstu a učení.

PŘÍČINY KONFLIKTŮ NA PRACOVIŠTI

Každý zaměstnanec má v práci určité potřeby a očekávání. Konflikty často vznikají, když mají lidé pocit, že jejich potřeby a očekávání nejsou uspokojeny, jsou ignorovány nebo nemohou být uspokojeny. Je důležité vzít tento subjektivní prvek na vědomí. Konflikty mohou nastat nejen v důsledku reálných vnějších příčin a okolností, nýbrž plynout i z již existujících pocitů nespokojenosti, frustrace, zranitelnosti a pocitu bezmoci daného jedince.

Konflikt na pracovišti může být výsledkem skutečných nebo vnímaných důvodů:

- špatné řízení,
- nespravedlivé zacházení,
- nejasnosti pracovní role,
- nedostatečné proškolení,
- špatná komunikace,
- nedostatek rovných příležitostí,
- šikana a obtěžování,
- netransparentní řízení změn,
- nedocenění a zlehčování názorů a potřeb jedince,

- střet různých "mixů osobností",
- nerealistická očekávání ze strany zaměstnavatele.

Je důležité, aby manažeři a zaměstnanci pochopili vzájemné působení vnějších a vnitřních faktorů a pracovali na snížení pravděpodobnosti vzniku konfliktů a jejich závažnosti, pokud k nim již dojde.

KOUČOVÁNÍ ZAMĚSTNANCŮ K ŘEŠENÍ VNITŘNÍCH FAKTORŮ

Neurokoučink (*brain-based coaching*) je mimořádně účinným nástrojem pro prevenci a řešení konfliktů na pracovišti. Díky metodice užívané kouči mohou zaměstnanci identifikovat své konkrétní osobní a profesní cíle a učinit kroky k jejich dosažení. Jejich činnost a úsilí jim následně připadá smysluplnější, snižuje se pocit frustrace a zranitelnosti a prohlubuje pocit úspěšnosti a vlastní hodnoty. Koučování může stejně tak pomoci manažerům stanovit jasné cíle pro sebe samé i pro své týmy, snížit riziko nedorozumění, zbytečného úsilí a nedostatku účinné zpětné vazby, což jsou vše velké zdroje konfliktů. Manažeři se také mohou naučit sami používat neuro metodiky a pracovat se zaměstnanci a stanovovat jim jasné a dosažitelné cíle, usměrňovat a měřit výkonnost, zlepšovat transparentnost řízení a potažmo i spokojenost s prací. Neurokoučink využívá řízený proces zkoumání a sebeobjevování, a klientovi tak pomáhá vědomě a přesně definovat (což je těžší, než se může zdát) jeho vlastní osobní a profesní cíle a – a to je v kontextu zamezování konfliktům zásadní – přijmout odpovědnost za svůj vlastní pokrok směrem k jejich dosažení. Racionální struktura, pozitivní podpora a aktivní zpětná vazba nabízená důvěryhodným neuro koučem prokazatelně umožňuje klientům dosáhnout cílů rychleji, než by jinak bylo možné.

VPŘED, NE VZAD

Popularita koučování, ať už nabízeného ve firemním kontextu nebo vyhledávaného soukromě, roste právě proto, že se spíše než na pitvání problémů zaměřuje na jejich řešení. V kontextu zvládání konfliktů to znamená méně času stráveného zkoumáním bezprostředních příčin konkrétního konfliktu a větší důraz na pochopení hlavních příčin konfliktu a budování východisek pro pozitivní změnu se zaměřením na měřitelné, praktické a dosažitelné kroky.

Výsledkem je nejen uspokojivé vyřešení aktuálně vzniklých konfliktů, nýbrž i položení základu pro zamezení budoucím konfliktům vyplývajícím ze stejných základních příčin. Je to rozdíl mezi léčením symptomu a léčením nemoci.

KOUČOVÁNÍ KONFLIKTŮ – DALŠÍ NÁSTROJ

Unikátní model koučování, který kombinuje oblast koučování s oblastí alternativního řešení sporů, se nazývá "koučování konfliktů" (*conflict coaching*). Tato disciplína se zaměřuje na okamžité řešení konfliktů a stejně jako neurokoučink nabízí praktický a preventivní přístup k řešení konfliktů. Koučování konfliktů je individuální proces, který rozvíjí dovednosti klienta v oblasti zvládání konfliktů a podporuje klienta při řešení obtížných či složitých konfliktů, rozpoznávání pravděpodobnosti vzniku konfliktů a podnikání kroků k jejímu snížení. Ve spolupráci s koučem konfliktů klient v sobě nebo ve své organizaci nebo týmech identifikuje neužitečné nebo kontraproduktivní vzorce chování, které vedou ke konfliktu, a s pomocí kouče přijímá zdravější vzorce myšlení a chování.

Společnosti disponující kvalifikovanými interními nebo externími kouči – ať již v konkrétních oborech neurokoučinku nebo koučování konfliktů – umí najít způsoby, jak přistupovat ke konfliktům objektivněji, porozumět individuálním úhlům pohledu členů týmu a pomáhat jednotlivcům a skupinám posunout se vpřed pozitivním a produktivním způsobem. Koučování může manažerům a zaměstnancům pomoci, aby se přenesli přes konflikty v minulosti a hledali řešení sami v sobě, díky čemuž se konflikt přetvoří ve východisko růstu a pokroku jedince i firmy.

ŠATY A FIREMNÍ DOBROVOLNICTVÍ DĚLAJÍ ČLOVĚKA

Na CSR, tedy společenskou odpovědnost firem, se občas pohlíží jako na módní, nebo dokonce uměle vynucený trend. S touto formou odpovědností je však spjata celá řada aktivit, které úzce souvisí s rozvojem a vzděláváním zaměstnanců.

Autorka: Renáta Chlebková, CSR a firemní spolupráce, ADRA o.p.s., renata.chlebkova@adra.cz

Renátu baví propojovat svět neziskového a business sektoru s cílem být společně podporou lidem, kteří pomoc potřebují. Ráda hledá cesty, aby spolupráce s neziskem byla pro firmy radostí a opravdovou pomocí. Renáta se zajímá o témata osobního rozvoje a inspirující příběhy známých i neznámých osobností.

Firemní dobrovolnictví je jedním ze základních kamenů spolupráce zaměstnanců s neziskovým sektorem.
Firemní dobrovolnictví, kterému v organizaci ADRA říkáme Dobrodny, přináší "dobro" nejen příjemcům pomoci ze sociálního sektoru, ale také zaměstnancům a firmě jako takové. Jak říká Lucie Velcerová ze společnosti Kentigen: "Zaměstnanci rozvíjí své soft-skills a doslova vám před očima rozkvetou." Firemní dobrovolnictví s sebou přináší pozitivní dopad ve čtyřech oblastech. Zaprvé je to pomoc potřebným, kterou neziskový sektor koordinuje. Zadruhé podporuje firemní kulturu, za třetí ovlivňuje pozitivní hodnotové orientace zaměstnanců a konečně za čtvrté vytváří přátelský obraz firmy v širší společnosti.
Základem toho, aby tyto akce zaměstnance pozitivně zasáhly, je především realizace potřebné a smysluplné činnosti a pomoci, ale také dobrá organizace akce, individuální přístup k pracovnímu týmu ze strany neziskového sektoru a také motivace samotného jedince.

MOTIVACE ZAMĚSTNANCE
Motivace účasti na firemním dobrovolnictví se může s nabytými zkušenostmi měnit – zahrnuje v sobě různé oblasti: pocit být potřebný, altruismus, získání zkušeností nebo zaměření na konkrétní cíl (třeba vytvořit bylinkovou zahradu v domově pro seniory).
Z dobrovolnictví se postupně stává návyk, který je nedílnou součástí osobnosti jedince. Motivace jednotlivců může výrazně posílit či naopak negativně ovlivnit celkovou realizaci firemního dobrovolnictví.

Vedle motivace je třeba zmínit i oblast osobní bariéry, která výrazně přispívá k uskutečnění samotného firemního dobrovolnictví. Nejčastěji se setkáváme s bariérou strachu a vlastní nejistoty, výstupu z komfortní zóny. Např. nikdy jsem nemluvil s osobou starší osmdesáti let, ještě jsem nikdy nikoho nevezl na vozíčku.

FIREMNÍ DOBROVOLNICTVÍ NENÍ JEN JEDNO

Firemní dobrovolnictví manuálního charakteru akcentujeme u studentů vysokých škol či mladých týmů IT firem. Důvodem je potřebné nabytí manuálních zkušeností např. prací na zahradě. Pro generaci Z je firemní dobrovolnictví spojené s úklidem zahrad hospiců či sociálních zařízení často prvním zážitkem manuální práce. Zaměstnanci zde zažívají pocity únavy a lehké fyzické bolesti.

Prostřednictvím jednoduchých činností nabývají manuální zkušenosti, trénují jemnou i hrubou motoriku i celkový postoj k manuální práci. Dobrovolnictví sociálního charakteru je spojeno s přímým setkáním s klienty zdravotně-sociálních zařízení. Pro zaměstnance je to často zcela první setkání s imobilním seniorem či osobou s handicapem. Jedná se o nabytou zkušenost v sociální oblasti – mezigenerační propojení a komunikace, předávání životních zkušeností, pozornost, naslouchání či dovednost manipulace s imobilním jedincem. Domnívám se, že potřebu osobního kontaktu a mezigeneračního propojování bude nutné v post-covidovém období výrazně posílit.

DOPADY NA ZAMĚSTNANCE

Dopadů firemního dobrovolnictví na zaměstnance je hned několik:

1. Psychologické dovednosti: posílení vlastního sebevědomí či odvahy, komunikace (včetně soustředěné pozornosti), naslouchání, hodnotová oblast (altruismus, smysluplnost zapojení do pomoci, dobrý pocit z pomoci) a rozvoj empatie a sociálního cítění.

2. Sociální dovednosti: poznání významu mezigeneračního vztahu, poznání života seniorů či osob s handicapem, sociální srovnání (např. mám se vlastně moc dobře).

3. Širší sociální skupina jednotlivce – rodina, přátelé: poznání důležitosti vztahu se svými vlastními prarodiči (např. začal jsem jezdit pravidelně za svojí babičkou, pochopil jsem, jaké hodnoty mi můj dědeček může předat) – výchovný prvek, dále motivace svého okolí k zapojení se do pomoci.

4. Firemní tým: porozumění schopností a dovedností každého člena týmu, smysluplné zapojení firmy, pozitivní vnímání firemní kultury.

ROLE KOORDINÁTORA CSR

Aby byl dopad firemního dobrovolnictví na zaměstnance a úzký firemní tým co největší, je důležité osobní zapojení koordinátora CSR (společenské odpovědnosti firem) a nejlépe i managementu.

Opravdový zájem koordinátora CSR o zaměstnance a jejich zapojení do společenské odpovědnosti vede ke vhodnému výběru formy firemního dobrovolnictví.

Koordinátor CSR je nedílnou součástí akce, pozoruje chování jednotlivců a oceňuje je na základě osobitého přístupu ke každému v týmu.

"Jsme velice rádi, že můžeme být součástí dobročinných aktivit.

Je úžasně obohacující pomáhat lidem k radosti a k tomu se cítit hezky.

Zároveň nám tyto akce pomáhají poznávat kolegy, učit se spolupracovat a rozšiřovat si vědomí o pestrosti světa, které se někdy může ztrácet v běhu našich životů," tvrdí Petr Kraus ze společnosti NXP Czech Republic.

Společenská odpovědnost se stává nedílnou součástí firem různých velikostí.

Dobrovolnictví je vhodné začlenit mezi firemní společenskou odpovědnost a v rámci vlastního týmu poznat a zažít jeho pozitivní dopady na jednotlivce i celý tým.

NOVINKY Z HRNEWS.CZ

Měření dopadu a návratnosti investic do online vzdělávání musí být důslednější

Abyste zajistili podporu a financování virtuálního vzdělávání, musí programy přinést reálné obchodní výsledky. Zejména v období útlumu a snižování rozpočtů se faktor měřitelnosti stává kritickým. Zde je několik poznatků, které pomohou zrevidovat stávající stav a zajistit měřitelnost dopadu a návratnost investic do online vzdělávání.

3 mýty o executive koučinku

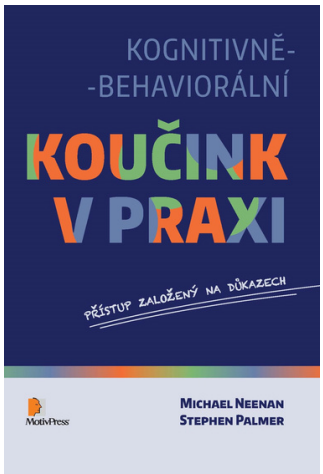
Koučink je za posledních třicet let na vzestupu jako nástroj profesionálního rozvoje. Může významně pomoci budovat sebeuvědomění, vůdčí schopnosti a mezilidské dovednosti u zaměstnanců s vysokým potenciálem. Je však předmětem mýtů, které mohou uvést v omyl. Přinášíme ty nejčastější.

10 tipů, jak zůstat v klidu, i když je práce k zešílení

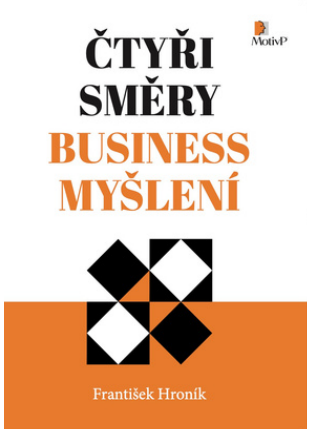
Vaši firmu může zasáhnout selhání systému, nečekaná odstávka díky epidemii či jiná "vyšší moc" a vy si pak budete muset vyhrnout rukávy a ten nepořádek uklidit. Mnohdy je těžké zachovat klid a udržet si tělesnou i duševní integritu. Máme pro vás 10 tipů, jak zůstat v klidu, i když je práce k zešílení.

Tyto a další články najdete na www.hrnews.cz

KNIŽNÍ TIPY MOTIV P



Na knize je nejpřitažlivější to, že je opravdu praktická. Zkoumá různé aspekty koučinku v rámci kognitivně-behaviorálního přístupu. Autoři přinášejí poznatky odborníků, kteří pojednávají o tématech jako prokrastinace, stres, výkonnost, perfekcionismus a stanovování cílů. Tuto velice praktickou knihu doplňují rozsáhlé rozhovory koučů s klienty.



V knize najdete odpovědi na otázky, proč kritické myšlení není jen prací s informacemi, jak strategicky myslet a proč se designové myšlení zabývá hlavně funkčností. Kniha se zabývá zvládáním nejistot, které začíná v uvědomění si, že kdybychom nejistoty nezakoušeli, už nejsme mezi živými. Nechte se pozvat k přemýšlení o sobě, druhých a světě a také o budoucnosti.

Benefitní programy mohou být nákladné a neúčinné. Primárně odměňují ty, kteří jsou vysoce produktivní. Tyto programy snižují motivaci zaměstnanců, protože se orientují na individuální uznání, ne na celkový úspěch týmu. Přesto se mnoho podniků obrací tímto směrem, neboť neznají lepší alternativu. Když dojde na změny organizační kultury, cukr a bič nefungují!

Více informací a objednávky na www.motivp.com