SRPEN 2017

Firemní VZDĚLÁVÁNÍ

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

VYCHÁZÍ ZDARMA

MICROLEARNING

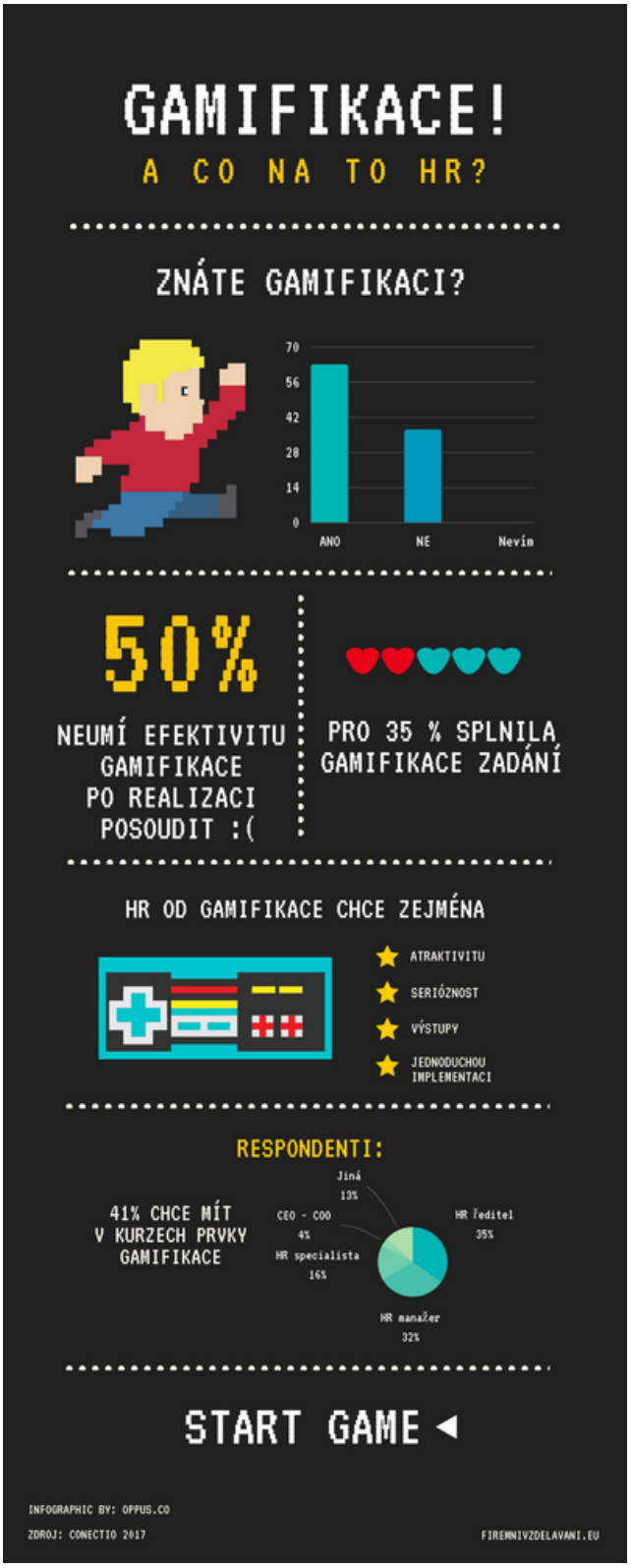
GAMIFIKACE VZDĚLÁVÁNÍ

ROZHOVOR S MARTINOU JEŽKOVOU

VE SPOLUPRÁCI S edumenu.cz

FENOMÉN GAMIFIKACE

Máte pocit, že už je poněkud "přegamifikováno"? Na stránkách našeho e-časopisu možná, ale v drtivé většině klasických kurzů o tomto fenoménu zřejmě nikdo neslyšel.
A přitom hra je nedílnou součástí našich životů už od dětství. Nebo že by tímto obdobím chuť hrát si skončila? Zdaleka ne! Jen konvence nám často brání si dále hrát - dospěláci to přece nedělají! Článek **Jirky Brédy** vás jistě přesvědčí o tom, že hra má smysl v každém věku. A rozhovor s **Martinou Ježkovou** z Tchiba prozradí, jak prvky gamifikace aplikovat ve firemní praxi. Konečně pro ty, kterým by chyběl seriózní výzkumný základ, přidáváme na této stránce vydařenou infografiku **Brano Frka**. Takže LOADING COMPLETED, hra začíná!



VZDĚLÁVEJTE MODERNĚ!

Pod tímto smělým podtitulem se na podzim uskuteční letošní druhá série seminářů plných informací o tom, jak by mělo moderní vzdělávání vypadat. Pokud vás zajímají **praktické tipy na gamifikaci, aplikace pro moderního lektora či sociální sítě** a jejich využití ve vzdělávací firmě, jste zváni v říjnu do Českých Budějovic, Karlových Varů, Liberce a Ostravy, kde se o těchto a dalších tématech dozvíte více díky pořádající platformě pro vzdělávání dospělých EPALE.

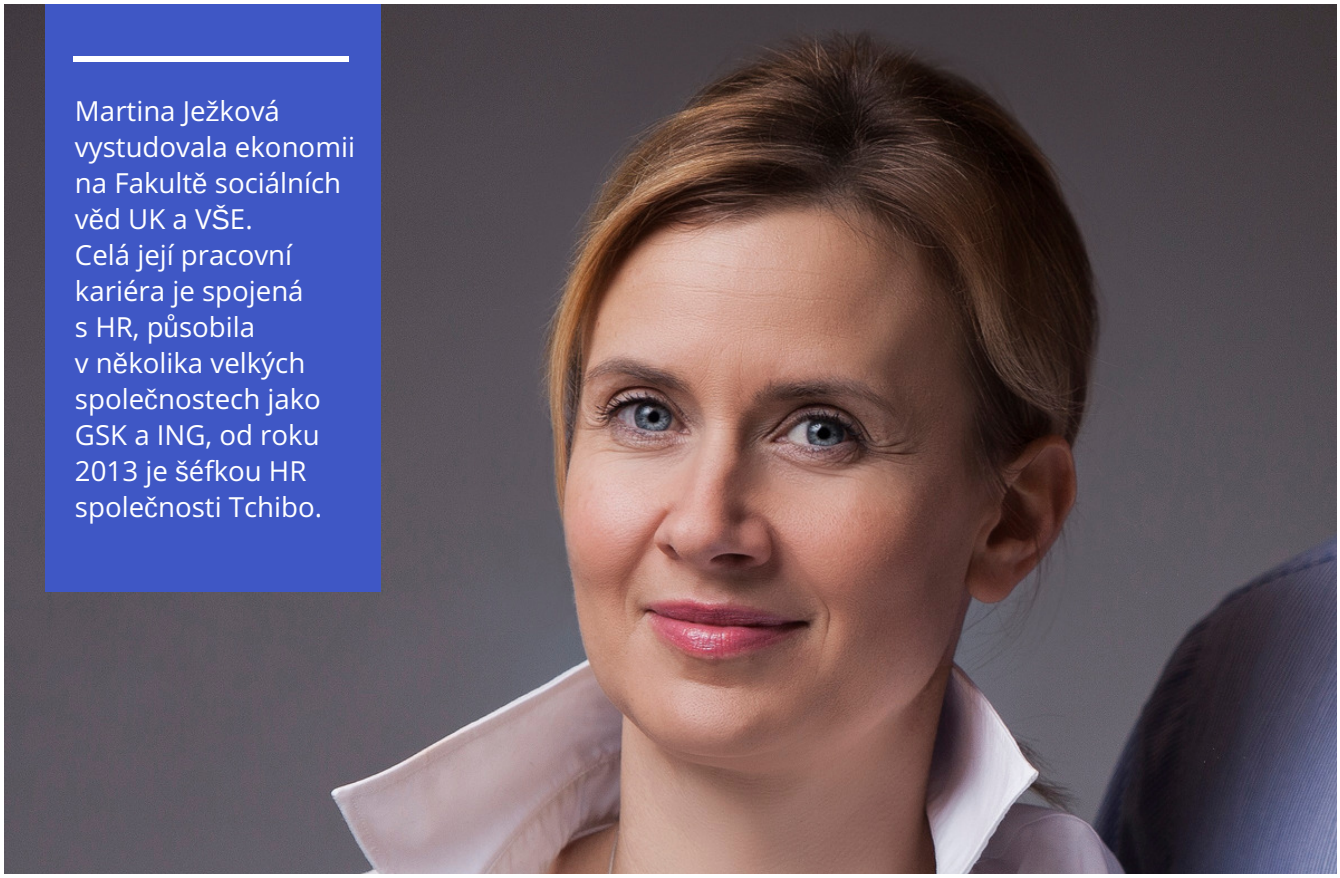
Akce jsou **zdarma** a počet míst omezen! **Registrujte se proto co nejdříve** na odkazu http://www.naerasmusplus.cz/cz/site-a-centralizovane-aktivity-epale/udalosti.
Těšíme se na setkání s vámi!

Elektronický dvouměsíčník **Firemní vzdělávání**
Ročník 1., **číslo** 4, **datum vydání** srpen 2017
Vydavatel: Mgr. Tomáš Langer, Trmická 5, 190 00 Praha 9
Šéfredaktor: Mgr. 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.
Jazyková úprava: Mgr. Petra Novotná
Objednávky předplatného: www.firemnivzdelavani.eu
Zdarma

ZAMĚSTNANCE V TCHIBU UČENÍ ZKRÁTKA BAVÍ

Tchibo je jednou z firem, která do vzdělávání zaměstnanců intenzivně zapojuje prvky gamifikace. Mají tyto kurzy reálné dopady? Je gamifikace opravdu pro každého?

Autor: Tomáš Langer



Martina Ježková vystudovala ekonomii na Fakultě sociálních věd UK a VŠE. Celá její pracovní kariéra je spojená s HR, působila v několika velkých společnostech jako GSK a ING, od roku 2013 je šéfkou HR společnosti Tchibo.

Jak se podle Vašeho názoru v posledních letech firemní vzdělávání změnilo?
Ve velkých firmách vnímám posun k většímu využívání HR analytických nástrojů a kombinace online kurzů s klasickými školeními. Také je viditelný odklon od jednorázových katalogových tréninků k dlouhodobým rozvojovým aktivitám cílícím na plynulé zvyšování konkrétních kompetencí. Manažeři lépe pracují s definováním rozvojových potřeb zaměstnanců a jejich motivací. Vzdělávání už není tak často zaměňováno za bezúčelný benefit.

Lze vyčíslit, kolik procent rozpočtu vynakládáte na vzdělávání zaměstnanců?
Vyčíslit to určitě lze, rozpočet na vzdělávání máme ve výši cca 2 % z personálních nákladů. Není to velké číslo, ale za čtyři roky, co pracuji v Tchibo, se mi nestalo, že bychom nedokázali pokrýt většinu rozvojových potřeb zaměstnanců. Daří se nám dobře kombinovat nízkonákladové rozvojové aktivity jako on-the-job rozvoj, mezifiremní mentoring a mezifiremní stínování s nákladnějšími formami jako jsou externí školení, coaching apod.

Jak měříte efektivitu vzdělávání?
U dlouhodobých větších projektů, jako například rozvoj zaměstnanců našich obchodů Tchibo, měříme efektivitu prostřednictvím klíčových obchodních ukazatelů (konverzní míra, upselling, obrat). Pro měření viditelných změn v chování a postojích zaměstnanců především na manažerských pozicích využíváme 360° zpětnou vazbu či podobné dotazníky. V poslední době se nám velmi osvědčil dotazník Charlieho Pellerina "Jak NASA buduje týmy".

Jak tento dotazník měří efektivitu vzdělávání?
Dotazník sám necílí přímo na efektivitu vzdělávání, ale zachycuje dopad změn chování členů týmu nebo jeho manažera na sociální kontext v týmu, který má přímou vazbu na produktivitu a výsledky. V dotazníku měříme 8 základních projevů chování, například autentické oceňování, jasné nastavení rolí a zodpovědností, efektivitu zapojování ostatních, vyhýbání se stížnostem či obviňování a další. A abychom zajistili kontinuální posuny v rozvojových oblastech našich manažerů, tak toto měření provádíme pravidelně po 6 měsících.

Jste jednou z firem, která do vzdělávání zavedla gamifikaci. Zafungovaly tyto prvky v Tchibu?
Rozhodně ano. Prvky gamifikace jsme začali používat při rozvoji zaměstnanců našich obchodů. Každý rok ve spolupráci s externím lektorem Jiřím Brédou (ten je i autorem článku o gamifikaci v tomto čísle - pozn. red.) připravujeme pro vedoucí obchodů a jejich zástupce dvoudenní rozvojový program, na který pak navazují on-the-job tréninky přímo v obchodech. Hlavní výhodou gamifikace v rozvoji je velmi přirozené učení formou hry, které naše zaměstnance baví. Prostřednictvím objevování, tvoření a získávání vlastních silných prožitků zažívají řadu AHA momentů a díky těmto silným vjemům si snadněji upevní nové návyky v chování a postojích. Aby toto všechno mohlo fungovat, dáváme si hodně záležet na jednoduchosti podání daných témat a následné aplikovatelnosti do praxe, což jsou i hlavní požadavky našich zaměstnanců.

Jaké byly reakce zaměstnanců na gamifikované vzdělávání?
Velmi pozitivní. Na posledním školení jsme účastníky rozdělili do malých skupin s tím, že každá skupina měla svého "průvodce" hrou. Školení vedl zkušený lektor, který však do práce těchto malých skupin nezasahoval. Jednotlivé týmy nesoutěžily mezi sebou, ale samy se sebou. Každý den účastníci absolvovali šest velmi intenzivních a náročných úkolů po maximálně 40 minutách a po vypracovaní/vyřešení úkolů následoval rozbor či zpětná vazba s průvodcem. Takto nastavená hra umožnila bezpečný rozvoj, kde se lidé nebáli projevovat a sdělovat své názory, intenzivní a náročné části střídal vždy odpočinek ve formě reflexe a chuť zvítězit sám nad sebou je hnala vpřed. Celkově velmi ocenili hravou formu, kdy vše objevovali sami, před nudnými tréninky formou prezentací a přednášek.

I před prvním gamifikovaným kurzem byly reakce jen pozitivní?
Myslím, že jsme nejvíce naráželi na ochotu sdílet a zapojovat se před větším publikem a schopnost udržet po celý den pozornost. Speciálně pro naše zaměstnance v retailu, kteří jsou zvyklí být celý den v pohybu, bylo náročné sedět a poslouchat.

Jak konkrétně se gamifikace vzdělávání projevila v Tchibu? Mělo to zásadní dopady?
Z posledního školení zaměřeného na řízení pracovního výkonu a vedení týmu si účastníci odvezli vlastní "kuchařku" různých reálných situací s řešeními, která dokáží velmi efektivně používat v praxi. Navíc díky tomu, že jde o jejich kuchařku a jejich nápady, to umí velmi dobře předat dál a učit to své týmy. Při předávání těchto informací či nástrojů často využívají ve svých obchodech právě konkrétní hry a simulace z tohoto školení. Zároveň zjistili, že namáhavé dvoudenní školení může být zábavné, a věřím, že se těší na další, které pro ně právě teď dokončujeme.

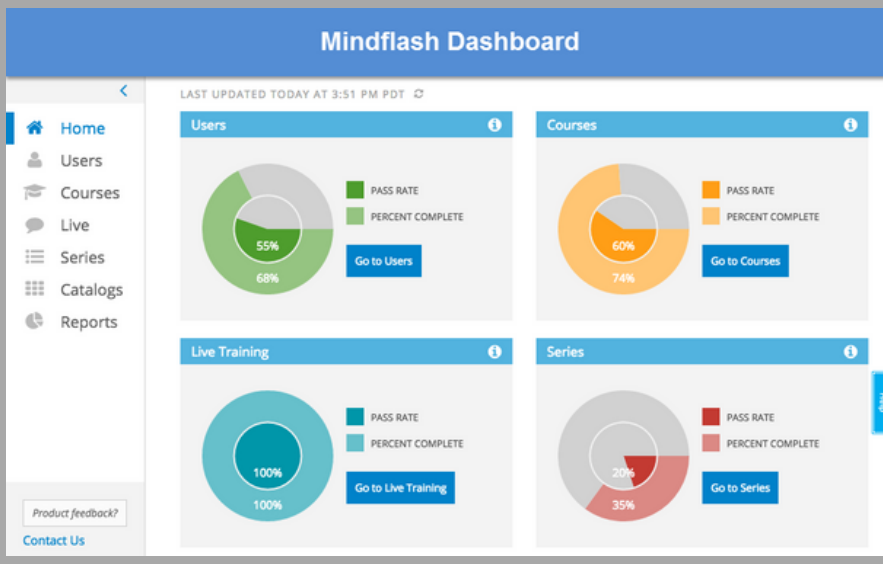
> “Díky silným vjemům si lidé lépe upevní návyky v chování a postojích.

Komu byste gamifikaci doporučila jako ideální řešení?
Gamifikaci bych doporučila každému, kdo se nebojí experimentovat a hlavně věnovat hodně času přípravě nástrojů využívajících tuto metodu, ať už jde o vzdělávání, nábor či nastavování interních procesů. Výsledek rozhodně stojí za to.

APLIKACE PRO VÁS: MINDFLASH

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

Aplikace je určena pro korporátní online vzdělávání, kde je potřeba vzdělávat velké množství zákazníků, externích partnerů nebo zaměstnanců. Její velkou výhodou je velice snadné ovládání i tvorba kurzů. V segmentu online vzděláváni se totiž předpokládá dynamický vývoj obsahu podle toho, jak rychle se mění produkty a služby, ve kterých je potřeba se vzdělávat. Mindflash pracuje s běžnými formáty souborů (od PowerPointu až po SCORM), ale výsledné kurzy jsou určeny hlavně pro tablety a mobily, což je plně v souladu se současnými trendy a potřebami ve firemním vzdělávání.



https://www.mindflash.com

Naše hodnocení: ★★★★☆

BIZLIBRARY

Bizlibrary je mobilní aplikace (Android i iOS), která slouží jako brána k více než 6 000 kurzům, pokrývajícím celou škálu korporátního vzdělávání. Aplikace je zdarma, přístup ke kurzům je však zpoplatněný. Je samozřejmě možné využít také 30denní trial verzi k vybraným kurzům.
Aplikace je další ukázkou podoby firemního vzdělávání, které využívá předpřipravený vzdělávací obsah dostupný přes mobilní telefon nebo tablet, a to kdykoliv a kdekoliv. Vyzkoušejte si i vy moderní vzdělávání, které máte vždy "po ruce".

https://www.bizlibrary.com

Naše hodnocení: ★★★☆☆

E-ČASOPIS ZDARMA OBJEDNÁVEJTE ZDE

GAMIFIKACE VZDĚLÁVÁNÍ - JAK TO VLASTNĚ ZAČALO?

Proč si tolik hrajeme v dětství a v dospělosti se za to stydíme? K čemu byla dobrá hra našim předkům a jak ji můžeme využít dnes? A v jakých situacích si hrajeme a nevíme o tom?

Autor: Jiří Bréda, vizionář Mise HERo, brain coach a školitel, jiri.breda@misehero.cz

Jiří Bréda již deset let vylepšuje metody, které pomáhají lidem v organizacích k vyšší efektivitě a organizacím k tomu, aby byly lepším místem pro své lidi. Je školitelem, brain koučem a tvoří gamifikované programy.

Začít v takto erudovaném časopise psát o situaci, která se stala v čase, kdy se tvořilo hnědé uhlí, je dost odvážné. Přesto považuji tuto pasáž za důležitou pro pochopení toho, PROČ GAMIFIKACE FUNGUJE.

Pohledů na gamifikaci je hned několik. Předkládám zde ten, který vnímám jako "odtučněný" a lehce uchopitelný. Hra se objevila před 180 000 mil. lety v období jury. Právě zde se vyvinula jedna z forem velmi efektivní evoluční strategie. Evoluční nástroj s velkým dopadem, hra.

S touto strategií přišli savci. Právě oni totiž žijí v prostředí, které je velmi proměnlivé, a je třeba se proto rychle učit. Hra byla vlastně takovou první "virtuální realitou", která dovolovala zažívat a prožívat nebezpečné, nové situace a zkoumat je nanečisto v bezpečí. Hra tak podporovala savce v učení se novým dovednostem. Hmyz, plazi, obojživelníci si moc nehrají. Jejich prostředí je méně se měnící a mají tedy pevnější pudy. Nepotřebují se tolik učit, objevovat své okolí a o kreativitě se nedá ani mluvit.

Před 6 mil. lety se objevují primáti. Mezi savci jsou tím nejflexibilnějším a najadaptabilnějším řádem s vysokou potřebou učit se a zdokonalovat. Zhruba odtud začíná vývoj charakteristických znaků druhu Homo sapiens. Tento vývoj nazýváme hominizací (polidštěním). Antropologie ji definuje jako proces postupných tělesných i sociálních změn vedoucích ke vzniku moderního člověka. Hraní her mělo na tuto fázi našeho lidského vývoje pravděpodobně velký vliv.

Před 4 až 1 milionem let žil ve východní, jižní a střední Africe rod australopitéků. Není náhodou, že pozdní australopitékové již využívali jako jediní v živočišné říši oheň. Že by jej objevili při "hraní si"? Je to více než pravděpodobné, protože udělat z destruktivního živlu "sluhu", vyžaduje mnoho kreativity. A hra je vrcholně kreativní záležitost. Kdy jindy, než v průběhu hraní objevili naši předci možnost opracovávání kostí a práce s kamennými nástroji. Právě oni byli skvělými lovci a sběrači. Lov a sběr je specifický tím, že abychom v něm byli úspěšní, musíme se hodně učit.

K ČEMU TEDY HRA?

Učit se hrou je tedy velmi efektivní. Ptáte se proč? Právě jen hra nám totiž dovoluje:

1) učit se novým strategiím,
2) bezpečně zkoumat svět kolem sebe,
3) používat abstrakci ve smyslu "kdybych udělal toto, co by se stalo?"

Pro náš druh jsou tyto tři dovednosti zásadní. Jejich přičiněním jsme svědky nebývalého pokroku. A právě díky hraní si jsme v porovnání s ostatními druhy úspěšnější.

ČLOVĚK JAKO NEOTENICKÁ - JUVENILNÍ BYTOST

Před 2 mil. lety bylo "hraní si" pro evoluci tak důležité, že dokonce v určitém směru "zastavila" vývoj nás primátů. Může nám to připadat potupné pro někoho tak schopného jako je manažer, ale toto zastavení ve vývoji člověka vlastně znamená, že nikdy nedospějeme. Adolf Portman k tomu říká, že jsme neotenické - juvenilní bytosti. To je stav, kdy živočich dosáhne pohlavní dospělosti a přitom u něj přetrvávají juvenilní (dětské) znaky. Podle Portmana je člověk neotenický primát, u nějž mnohé juvenilní rysy přetrvávají právě až do dospělosti. Proč je to důležité v rámci gamifikace? Kdybychom totiž dospěli, tak bychom si nemohli hrát a díky tomu objevovat nové možnosti, pomaleji bychom se učili a přestali bychom se ptát "co kdyby?" Chyběla by nám abstrakce. Jak píše Konrád Lorenz: "*Charakteristický rys, bez něhož si nedovedeme představit vpravdě lidskou osobnost člověka - ona schopnost neustálého vývoje -, je nepochybně darem, za který vděčíme neotenické povaze lidstva*."

> “ Hrajeme si po celý život, ač tomu hraní neříkáme.

Nelze utéci z toho, že si v podstatě hrajeme celý život, ač tomu hraní si neříkáme.

KDY SI VLASTNĚ HRAJEME?

Někdy nás ani nenapadne, že by tato konkrétní situace mohla být hrou, jako třeba sex.
Nebo sice vnímáme, že si hrajeme, ale vlastně se za to tak trochu stydíme. V tomto případě situaci veřejně degradujeme (fraeřina, veřejný odpor, bojkot), aby všichni viděli, že s tímto přístupem nemáme nic společného.
Popřípadě zcela zavrhneme, že bychom byli tak dětinští a že bychom si vůbec hráli. V našich očích děláme "vážnou" činnost.
Nedávno jsem jel ve vlaku s párem kolem 40 let. Muž měl sako a žena plesové šaty. Zdálo se, že jedou z nějaké společenské akce. Mohli si spolu povídat, ale... místo toho drželi oba dva v ruce mobil a hráli si. Žena sbírala zlaté hvězdy a muž na telefonu válčil z pirátské lodi. :)
Je to dobře? Je to špatně? Nevím, ale má to sílu! Hra je přirozenou součástí života. Je to motivace něco dělat a je obsažena v každodenních činnostech, kde by nás to ani nemuselo napadnout. Například, zkuste se nenechat strhnout Vánocemi. Nebo, vyzkoušejte si nepopřát svému partnerovi k narozeninám, nebo zapomeňte na výročí svatby. Když už je sbíráte a máte jich tolik, nenechte si nechat dát v supermarketech věrnostní kartu, body... :)
Všechno toto jsou hry v různých formách. Jsme hraví a není z toho úniku. Využíváte této síly ve své firmě a třeba ve vzdělávání?

PROČ ROZVÍJET KOMPETENCE INTERNÍCH LEKTORŮ?

Většina lektorů zvládá svou odbornost, někteří dokonce dělají svou práci rádi. To ale nestačí, rozhodující jsou i kompetence didaktické. Které to jsou a jak je u lektorů rozvíjet?

Autor: Petr Kazík, lektor, jednatel A-HRA, kazik@a-hra.cz

Petr Kazík působí jako lektor a vysokoškolský pedagog. Je autorem aktuální publikace Rukověť dobrého interního lektora (2017) a spoluautorem profesní kvalifikace Lektor dalšího vzdělávání.

Firmy realizují interně dosud 40 % vzdělávání svých zaměstnanců. Trend v zemích OECD je 60-80 %. Tento stav je pravděpodobně dán tím, že je vzdělávání výrazně financováno z Evropského sociálního fondu (ESF). Mnoho firem však již z ESF nečerpá a po roce 2020, kdy dojde ke změně financování, se pravděpodobně firmy budou stále více spoléhat na vlastní zdroje.

Proto se dá předpokládat vzrůstající vliv interních lektorů. Firmy dnes pečlivě zvažují, do jakých forem vzdělávání investovat, aby jim to přinášelo co nejvyšší efektivitu, tedy co nejlepší výsledky. Stále více firem má interní tým lektorů, kteří se starají o firemní vzdělávání. Ti ideálně působí v různých rolích – trenér, kouč, mentor, konzultant.
Před několika lety jsem provedl výzkumné šetření v několika kurzech.

Ukázalo se, že většina lektorů realizovala kurz pouze klasickou přednáškovou formou. Původním záměrem bylo použít pro nastavení nového systému zkoušek profesních kvalifikací podle Národní soustavy kvalifikací, ukázalo se však, že to není možné. Pro nastavení systému hodnocení lektorů je potřeba vytvořit metodiky, vzory a šablony, které by mohly vést k dodržování nastavených standardů kvality.

Vycházím tedy z kritérií profesní kvalifikace Lektor dalšího vzdělávání, které se již od roku 2012 zkouší v rámci Národní soustavy kvalifikací, a navrhuji, jak je jednoduše a přitom věcně a konkrétně naplnit.

1) Rozepsat vybrané kompetence do vzdělávacích témat – učebního plánu, který bude plně zahrnovat přípravu pro všechny zadané kompetence
Formulujme jednotlivá témata co nejkonkrétněji. Musí být srozumitelná a na první pohled má být jasné, že jsou odrazem problémů, které řeší účastníci. Jasně a srozumitelně popišme, čeho se má v daném tématu dosáhnout a jaký výsledek je možné očekávat. Na první přečtení by měl být jasný smysl aktivity. Poslední důležitou součástí plánu mohou být jasně definované výstupy. Může se jednat o vyplněný znalostní test, vytvořené desatero zásad změny chování, myšlenkovou mapu, videozáznam, vyřešené případové studie, akční plán, postup individuálního rozvoje nebo cokoliv jiného, čím lze změřit přínos kurzu.

2) Zvolit k jednotlivým částem scénáře metody vzdělávání v souladu se vzdělávacími cíli a požadovanými kompetencemi
Většina lidí preferuje určitý styl, ale nejlépe se učíme, když jsme konfrontováni se všemi. S tím by měl lektor počítat a snažit se zařadit takové metody, které nejlépe vyhovují všem učebním stylům.

3) Formulovat otázky účastníkům vzdělávacího programu s ohledem na vybrané vzdělávací cíle, podle nichž je možné konkretizovat jejich vzdělávací potřeby
Ideální je, když se nám podařilo zrealizovat evaluaci s účastníky již před kurzem. Testování totiž nemá vést k tomu, abychom účastníky uvedli do rozpaků anebo dokazovali, kolik toho neznají. Právě naopak. Účastníkům je třeba vysvětlit, že chceme zjistit, co už znají, a věnovat se v rámci rozvojové aktivity jen tomu, co potřebují doplnit.

4) Srozumitelně artikulovat, mluvit dostatečně nahlas, používat spisovnou češtinu, nepoužívat fráze a parazitní slova, využívat synonyma, měnit tempo řeči, zvládat řízení dechu
Většinou se více soustředíme na slovní projev. "CO" ještě většinou docela hlídáme, ale "JAK" už kontrolujeme méně. Prostě chceme něco sdělit, tak si promyslíme obsah a ten přirozeně, jak jsme zvyklí, řekneme.

INZERCE

Důležité je slyšet se a to bez záznamu není možné. Pořiďte si záznam třeba na svůj mobilní telefon a pokud možno v přirozených situacích. Už samotný poslech vás poučí a překvapí formou i obsahem.

5) Popsat nastavení a průběh modelové situace jednoznačně vedoucí k osvojení vybraného cíle nebo kompetence
Chceme-li s účastníky trénovat konkrétní dovednost, předvedeme vždy jednu velmi dobrou vzorovou verzi toho, jak se modelová situace měla řešit. Prostě vybereme toho nejlepšího, tuto ukázku si pustíme a provedeme její rozbor.

6) Prezentovat srozumitelně zadání, aby na jeho základě bylo možné realizovat samostatnou nebo skupinovou práci
Proč nevyužít případové studie? Ty přímo popisují situace účastníkům důvěrně známé, což zjednodušuje pochopení zadání. A s jejich pomocí mohou účastníci rozvíjet své praktické dovednosti.

7) Vysvětlit a provést vyhodnocení naplnění cílů, očekávání a potřeb
Účastníky bychom měli přimět k uvědomění, čeho se podařilo na kurzu dosáhnout. Optimální je hodnotit naplnění cílů podle kritérií stanovených již na začátku kurzu. Např. cítím, že jsem se zlepšil o 20 %, myslím si, že moje schopnost zvládat témata, je o 30 % lepší, vnímám, že se moje obava ze zavedení nové technologie snížila na polovinu.

Přesto, že jde o subjektivní vyjádření pocitů, pokud k tomuto pocitu přiřadí účastník nějakou měrnou jednotku, podaří se mu formulovat změnu a uvědomí si rozdíl, pak se spokojenost s tím, že mu kurz přinesl přidanou hodnotu, výrazně zvýší.

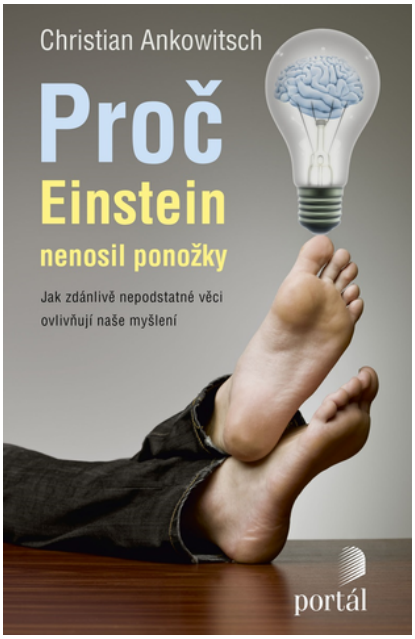
PROČ EINSTEIN NENOSIL PONOŽKY A NEVĚŘTE TVOŘIVÝM

V posledních letech vychází v mnoha českých nakladatelstvích knihy popularizující vědecké, především psychologické, výzkumy, které tak zpřístupňují širší veřejnosti.

Autorka: Miroslava Dvořáková, lektorka, odborná asistentka, PedF UK, mirka.dvorak@gmail.com

Řada popularizujících publikací vychází i v jednom z nejvýznamnějších českých nakladatelství, Portálu. Podívejme se, zda a jak mohou být užitečné lektorům, metodikům či manažerům firemního vzdělávání.

První z knih, kterou jsem vybrala, je publikace rakouského novináře a spisovatele Christiana Ankowitsche **Proč Einstein nenosil ponožky** s podtitulem Jak zdánlivě nepodstatné věci ovlivňují naše myšlení. Ankowitsch se zabývá v současné době velmi aktuálním, i když v oblasti firemního vzdělávání poněkud zanedbávaným, tématem propojení a vzájemného ovlivňování těla, mozku a emocí. Autor uvádí mnohé výzkumy dokazující, že toto propojení opravdu existuje, a pokud si jej uvědomíme, můžeme se naučit je využít. Dozvíte se tedy například, že když je člověk šťastný, usmívá se, ale funguje to i naopak, když se usmějete, dostaví se příslušná emoce, tedy štěstí, že když stojíte či sedíte vzpřímeně, zvýší se tím vaše sebevědomí a zlepší nálada, že čmárání pomáhá lépe se soustředit, že naše paměť nefunguje jako archiv, ale je mnohem složitější, že čím více smyslových vjemů, pocitů a pohybů při učení se zapojíme, tím lépe si pamatujeme, že kdo se pravidelně hýbe, lépe se učí, že k přemýšlení potřebujeme celé tělo, že gestikulování nám pomáhá formulovat myšlenky, lépe chápat a učit se a že pokud vzdělavatel používá nevhodná gesta nebo gesta, která jsou v rozporu s tím, co vysvětluje, může učení se u účastníků dokonce i zabraňovat. Také se dozvíte, že při snaze zapamatovat si je dobré držet v pravé ruce tužku či míček a při vybavování je mít naopak v ruce levé, že pohyb má pozitivní účinky na naši kreativitu, a to ať již pohyb vlastní (chůze, běh, jízda na kole) i když je s námi pohybováno (jízda ve vlaku, let letadlem), že ve vysokých, světlých místnostech myslíme svobodněji a tvořivěji a také mnohem více. Autor navíc uvádí i důvody, proč tomu tak je, což je pro vzdělavatele přidanou hodnotou.



Publikace **Nevěřte tvořivým a dalších 99 psychologických výzkumů** pochází od autorského kolektivu vedeného Švýcarkami Janou Nikitin a Marií Hennecke. Zatímco u první představené knihy její autor odkazuje na své zdroje, v této knize tomu tak není a autoři uvádějí pouze jména či nekonkrétní údaje, jako například badatelé z Kalifornské univerzity se domnívají…, psychologové zjistili... I zde ovšem vzdělavatelé naleznou zajímavé informace o kreativitě, paměti, zapomínání či prokrastinaci. Nesuďte tedy knihu podle možná až příliš atraktivního názvu a začtěte se. Slibuji vám, že minimálně u té prvně jmenované zažijete mnoho tzv. "aha efektů", které vám pomohou efektivněji se učit i vzdělávat druhé.

MICROLEARNING

Představujeme další ze slov, která se začínají více dostávat do slovníku firemních vzdělavatelů a ne vždy je jasné, co se za novým výrazem skrývá.

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

Microlearning je koncept vzdělávání, pracující s malými, komprimovanými "balíčky" vzdělávacího obsahu, které jsou dodávány učícím se jedincům právě v tom čase, kdy to potřebují.

To vede k používání krátkých videí typu "jak na to?" nebo krátkých textových či grafických instrukcí. Trend microlearningu je proto opakem obsahově rozsáhlých a časově náročných kurzů a je výsledkem několika faktorů.

Nejdůležitějšími faktory jsou popularita používání smartphonů a široká dostupnost internetu.

Bez těchto technologií by microlearning pravděpodobně nebyl možný v takovém rozsahu a nasazení, jak je tomu dnes.

Jiným důležitým faktorem je také reálná potřeba znalosti nebo dovednosti. Pro výkon mnoha pracovních činností totiž nepotřebujeme rozsáhlé a podrobné znalosti, ale v mnoha případech stačí znát a umět pouze aplikovat vhodný pracovní postup.

Pro firemní vzdělávání tak microlearning nabízí velmi rychlý a efektivní způsob, jak "dodat" konkrétní znalosti v tom čase, kdy to zaměstnanec potřebuje, například pro řešení momentálního pracovního úkolu.

Učící se jedinec na microlearningu ocení především krátký čas potřebný ke studiu, dále okamžitý přístup ke znalostem, vysokou názornost multimédií a maximální zaměřenost na své potřeby.

Microlearning se v současnosti využívá v celém spektru odvětví, od farmaceutického a bankovního sektoru až po retail. Navíc do jisté míry nahrazuje málo efektivní tradiční e-learning.

Zajímavým příkladem využití microlearningu je mobilní aplikace Google Primer, která určitě stojí za vyzkoušení.

MICROLEARNING JE O 50 % ATRAKTIVNĚJŠÍ

Podle průzkumu Software Advice, je "engagement" učících se o 50 % vyšší, když je vzdělávání časově nenáročné a podpořené multimédii. Významným benefitem je absence nudy a okamžité řešení pracovních problémů.

MICROLEARNING JE O 17 % EFEKTIVNĚJŠÍ

Studie Journal of Applied Psychology zdůvodňuje efektivitu microlearningu několika faktory:
- lepší soustředění na méně obsahu
- rychlejší porozumění a osvojení znalostí
- nižší náročnost motivuje k dalšímu studiu.

8 Z 10 PROFESIONÁLŮ PREFERUJE MICROLEARNING

Dotazování Learning and Development profesionálů ve Velké Británii ukázalo, že 94 % profesionálů upřednostňuje microlearning, protože jej preferují i samotní užívatelé. Microlearning rovněž vyhovuje generaci Y a Z.

MICROLEARNING VYHOVUJE I SOUČASNÝM NÁVYKŮM

Schopnost soustředit se na dlouhou dobu je dnes téměř nemožná a nezvládá to hlavně mladá generace. Návyky z rychlého prohlížení internetu nebo sociálních sítí naopak microlearning preferuje a dokáže využívat tzv. hyper pozornost, tedy krátkodobé, ale intenzivní soustředění.

MICROLEARNING POTŘEBUJE O 300 % MÉNĚ ČASU A O 50 % MÉNĚ PROSTŘEDKŮ

Ve srovnání s tradičními kurzy je výrazně méně časově i finančně náročný. Souvisí to nejen s redukcí obsahu, ale také s časovou efektivitou a přesným zaměřením vzdělávání na potřeby učících se.

ZDROJ:
http://info.shiftelearning.com/blog/numbers-dont-lie-why-bite-sized-learning-is-better-for-your-learners-and-you-too

Asociace institucí vzdělávání dospělých ČR

DESATERO KVALITNÍHO LEKTORA

1. Kvalitní lektor je vždy čestný ve vztahu k zaměstnavateli, zadavateli i účastníkům vzdělávání (ke klientovi). Dodržuje etický kodex a další dohodnutá pravidla.
2. Je respektovanou osobností, odborníkem s komplexními a aktuálními poznatky v oboru, ve kterém působí.
3. Dělá svou práci rád a vnímá ji jako poslání. Je vstřícný a přátelský, trpělivý a empatický. Má autoritu, povzbuzuje a vede účastníky, je předvídavý, kreativní a schopný improvizace.
4. Neustále aktualizuje své lektorské a odborné kompetence, účastní se vzdělávacích a rozvojových akcí, studuje odborné zdroje, popř. sám publikuje.
5. Přijímá supervizi své práce jako cestu ke kvalitě.
6. Analyzuje a respektuje potřeby klienta v rámci své odbornosti a zadání. Dosahuje cílů, které se zavázal naplnit.
7. Dokáže provést klienta procesem přípravy, realizace a evaluace vzdělávacího procesu.
8. Zná širokou škálu metod a technik vzdělávání a využívá je s ohledem na obsah a cíle vzdělávání i cílovou skupinu.
9. Je schopen týmové spolupráce.
10. Šíří a podporuje dobré jméno instituce svou profesionalitou, chováním a vystupováním.