

Jak zjistit, co potřebují?

Na začátku skutečně efektivního vzdělávání by měla být tzv. analýza vzdělávacích potřeb – zjištění toho, co účastníci potřebují, opravdu využijí a co je zajímavá. Může mít podobu rozhovoru či online dotazníku pro ty, které budete učit. Čím více informací zjistíte, tím smysluplnější vzdělávání zajistíte.

Vzdělávací potřeba je mezera mezi aktuálním výkonem (= tedy tím, jak pracuje) a požadovaným či očekávaným výkonem účastníka vzdělávání, kterou lze vyřešit vzděláváním. Řadu mezer je totiž nutné řešit jiným způsobem. Důvodem pro nízkou výkonnost člověka totiž mohou být jak nevhodné pracovní podmínky (zima ve výrobní hale), pracovní prostředky (software v cizím jazyce), tak i vztahy mezi kolegy. Ani jeden z uvedených příkladů zřejmě nevyřešíte vzděláváním. Nicméně pokud zjistíte, že příčinou mohou být zastaralé znalosti, chybějící dovednosti nebo třeba nevhodné postoje, které lidé zastávají, je tu ideální příležitost připravit kvalitní vzdělávací akci. Na úvod vám posloužím hned jednou nevyžádanou radou – vzdělávání je efektivní jen tehdy, pokud v něm účastníci (nejen vy a zadavatel) vidí smysl – reálný posun a přínos do praxe.



ZDROJE ANALÝZY

Informace od zadavatele kurzu (popis očekávaných výsledků či výstupů vzdělávání, měřitelné hodnoty toho, co se má změnit...)

Kompetenční model (pokud jej zadavatel má)

Vzdělávací plány, záznamy hodnotících pohovorů...

METODY ANALÝZY

Studium existujících zdrojů (viz sloupec vlevo)

Stanovisko expertů

Dotazník pro účastníky

Rozhovory s účastníky či jejich nadřízenými

Zkoušky všeho druhu

Simulace reálných situací s vyhodnocením

OU! I TO SE MŮŽE STÁT...

Několik situací, které se lektorům skutečně staly:

- Účastníci přišli na avizovaný kurz, ale lektor dostal od zadavatele jiné zadání obsahu – výsledkem bylo zrušení celého kurzu.
- Lektor pojal téma pro začátečníky, díky znuděným a nepříjemným pohledům v průběhu kurzu zjistil, že jsou před ním profesionálové, kteří se odbornosti věnují desítky let.
- Účastníci lektora upozornili na to, že používá příklady z prostředí, které se tomu jejich ani trochu neblíží.



TIPY PRO VÁS

Pokud zjistíte skutečné vzdělávací potřeby, svůj vzdělávací obsah promyslete a připravte tak, aby odpovídal očekáváním a cílům účastníků, budete používat příklady z jejich (a ne své či nějaké obecné) praxe, pak budete v očích účastníků tím, kdo jim chce opravdu pomoci, a ne jen lektorem, který si to přišel "odučit" a účastníci "odsedět".



Čím dříve informace o účastnících vzdělávání a o tom, co opravdu potřebují a chtějí, zjistíte, tím více času na zapracování návrhů máte. Ideální je navázat kontakt s účastníky ještě před kurzem – navážete s nimi poprvé budoucí vztah.

ZJIŠŤOVÁNÍ PŘED KURZEM

Požádejte zadavatele kurzu o následující informace o jeho účastnících (vyberte jen ty, které mají smysl pro váš kurz):

- Proč se kurzu vůbec účastní?
- Jak konkrétně a v čem je má kurz posunout, co přesně má změnit?
- O kolik, pokud se to dá změřit?
- Jak se to pozná a kdo to změří?
- Která témata jsou klíčová a která naopak doporučují nezařazovat?

Pokud vám odpovědi na tyto otázky zajistí zadavatel, máte vyhráno. Ovšem jen pokud to udělá správně. Pokud ne, je to na vás... Několik tipů, jak na to:

- Požádejte zadavatele o e-mailů účastníků, abyste je mohli v předstihu (cca týden před vzdělávací akcí) kontaktovat.
- Vytvořte stručný online dotazník (třeba v Microsoft Forms, Google Forms či na VypInto.cz).
- Vysvětlete, proč účastníky kontaktujete a k čemu odpovědi poslouží.
- V několika otázkách (max. 10) se zeptejte na důležité údaje.
- Připojte termín pro vyplnění.

CVIČENÍ

Zapište si své otázky, kterými budete zjišťovat vzdělávací potřeby na svých kurzech. Otázky formulujte jako otevřené (tedy aby nebyla odpověď jen ano/ne).

ZJIŠŤOVÁNÍ AŽ PŘI KURZU

Pokud nemůžete vlevo uvedené informace zjistit předem, je vaší povinností se na ně zeptat hned na počátku vzdělávací akce. Věnujte několik minut na startu tomu, abyste se nejen s účastníky seznámili, ale zjistili také jejich motivaci pro účast, smysl vzdělávání pro ně osobně či využitelnost poznatků.

Využijte třeba některou z následujících metod:

- Vysvětlete účastníkům, že chcete, aby měla vzdělávací akce smysl především pro ně. Neformálně se zeptejte na otázky (odpovědi na důležité můžete napsat do svých poznámek či na tabuli/flip-chart).
- Nechejte účastníky vyplnit stručný dotazník (online či tištěný) a následně krátce okomentujte výsledky.
- Zadejte na úvod neformální kvíz na téma kurzu – pozor, použijte raději slovo kvíz – kdo má rád testy?).
- S účastníky během pár minut rozeberte jejich zkušenosti s tématem, názory či absolvování podobných vzdělávacích aktivit v minulosti.

DALŠÍ ZDROJE A NÁPADY PRO VÁS

- Kazík, Petr: Rukověť dobrého interního lektora. Praha: Grada Publishing, 2017.
- Langer, Tomáš: Moderní lektor. Praha: Grada Publishing, 2016.

