

Temat operacyjny

Przygotowanie szkolenia – rynkowość oraz potrzeby

Ogólny zarys tematu

Istnieje wiele aspektów odpowiedniego i efektywnego **przygotowania kursu**, co z kolei może przynieść wiele korzyści. Z perspektywy instytucji szkoleniowej oraz facylitatora kursu, dany kurs może być oparty na sprawdzonej platformie pedagogicznej, solidnych metodach oraz inspirujących tematach, jednak bez uczestników nie może się odbyć. Dlatego bardzo istotna jest rynkowość oraz odpowiednie zaadresowanie potrzeb szkoleniowych.

Odpowiednie przygotowanie kursu wymaga drobiazgowego wyważenia takich elementów jak analiza szkoleniowych potrzeb organizacji oraz osób prywatnych, składanie efektywnych ofert w odpowiedzi na przetargi, czy analizowanie popytu rynkowego i trendów rynkowych, a następnie zestawienie pomysłów w wartościowy zestaw dostępnych kursów. Powinny one zapewniać organizatorowi finansową trwałość oraz zawierać istotną treść dla potencjalnych uczestników kursu.

Niezmiernie ważne jest utrzymanie równowagi w tworzeniu innowacyjnych, wartościowych możliwości kształcenia się, a jednocześnie utrzymanie kursu w finansowych ramach i w gospodarczej rzeczywistości. Na przykład, nauczyciele powinni otrzymywać odpowiednie wynagrodzenie nie tylko za przygotowanie kursu i czas spędzony w sali szkoleniowej, ale również za rozwój kursu i możliwości kształcenia. Należy wspierać ich stanowisko w kwestii statusu, wynagrodzenia, stabilności zatrudnienia - w przeciwnym wypadku możliwości rozwoju mogą być ograniczone.

Jednak nauczyciele stanowią tylko jeden (lecz jakże istotny) element maszyny przeprowadzania wartościowych kursów. Sprawy się komplikują w przypadku nieprecyzyjnego badania rynku, niedokładnej analizy potrzeb, czy kiedy w trakcie przygotowania kursu nie zbadano lub nie przewidziano potrzeb rynkowych. Z drugiej strony efektywne badanie rynkowości oraz potrzeb może sprawić, że kurs odpowiada zapotrzebowaniu rynkowemu, a osiągnięcie oczekiwanych efektów finansowych, a nawet ich przekroczenie, spowoduje powstanie wysokiej klasy instytucji, nauczycieli oraz kursów.

Kluczowe problemy i proponowane podejście

Następująca lista zawiera przegląd niektórych narzędzi, strategii i metod powszechnie używanych w celu zidentyfikowania potrzeb oraz przygotowania kursu nakierowanego na odpowiednie tematy pokrywające się z określonymi potrzebami:

1. Kwestionariusze / Formularze oceny od nowych i obecnych uczestników kursu (dla nowych studentów, połówkowe / finalne - oceny kursów z dodatkowymi pytaniami, e-maile uzupełniające, korespondencja spełniająca wymogi polityki prywatności mająca na celu uniknięcie przeciążenia e-mailowego)
1. Wykorzystanie konsultantów ds. analizy rynku - dostarczenie profesjonalnej, obiektywnej informacji zwrotnej na temat uczestnika oraz społecznego postrzegania organizatora kursu (instytucji), a także informacji zwrotnej na temat przyszłych potrzeb szkoleniowych, rynkowości oraz trendów w zainteresowaniach.
2. Media społecznościowe - poszczególne działy odpowiedzialne za inicjatywy w mediach społecznościowych wspierane przez specjalistów ds. komunikacji i technologii
3. Kampanie AdWords (przy wykorzystaniu Google) - reklamy, informacje o kursach, możliwości rejestracji
4. Analiza w trakcie grup fokusowych ze środków na następne kursy w celu

zrekrutowania nowych uczestników

5. Obserwacja / analiza konkurencji i podobnych organizacji

Opracowano przez

Folkeuniversitetet Øst, Oslo, we współpracy z pozostałymi partnerami.