

## Originalita vzdělávací instituce jako nadstandard?

Lektor, prozákaznický přístup, etika. To vše jsou jistě důležité faktory rozhodující o kvalitě vzdělávání dospělých. Klíčem ke skutečné kvalitě je však také často opomíjený prvek – metodika vzdělávání a schopnost vytvářet vlastní produkty. Řada vzdělávacích institucí pouze kopíruje kurzy, které pak můžete nalézt v portfoliu mnoha dalších. Dochází tak ke sdílení know-how, mnohdy však i k jeho vědomému zcizení. Skutečně kvalitní vzdělávací instituce naopak nabízejí své vlastní originální produkty a služby (kurzy, semináře, pracovní sešity, celé knihy či pomůcky ke studiu).

Pokud nechcete koupit několikrát recyklovaný vzdělávací program, pak sledujte, do jaké míry vám vzdělávací instituce nabízí originální produkty. Zde najdete několik tipů, jak při výběru postupovat.

**Vytváří vzdělávací instituce vlastní originální vzdělávací programy?** Najdete v nabídce program, který je inovativní a neobjevuje se v nabídkách řady ostatních institucí? Je schopna „ušít“ program na míru? Je ochotna zajistit „ochutnávku“ vybraných programů? Najdete v její nabídce i další akce na podporu myšlenky vzdělávání (jako jsou například Týdny vzdělávání dospělých)?

**Příklad špatné praxe:** Najdete na webu vzdělávací instituce kurzy se stejnými názvy a obsahy, jako jste již viděli mnohokrát? Instituce pravděpodobně jen papouškuje dávno vzniklá „moudra“ a užívá stále stejné „moderní“ hry a aktivity. Nechejte si proto předvést ukázkou vzdělávací akce nebo užívaných studijních materiálů a hledejte stopy originality!

**Je vzdělávací instituce schopna vytvářet vlastní studijní materiály?** Vytváří a publikuje vzdělávací instituce vlastní studijní materiály? Spolupracuje s předními autory či jsou autory studijních materiálů přímo její lektoři? Má na studijní materiály autorská práva? Je schopna „ušít“ studijní materiál na míru? Je ochotna zajistit „ochutnávku“ vybraných studijních materiálů? Za odlišující znak kvality lze např. považovat, pokud je vzdělávací instituce registrovaným vydavatelem, a může tedy vydávat publikace a periodika pod vlastním ISBN či ISSN.

**Příklad špatné praxe:** Požadujete vytvořit kurz na míru, ale vzdělávací instituce neumí vytvořit set vlastních materiálů, natožpak vám zajistit jejich vzorek? Pak buďte pozorní, zřejmě zde o originalitu nepůjde.

**Vytváří vzdělávací instituce vlastní didaktické pomůcky a materiály?** Je schopna pro vás jako jejího klienta vytvořit speciální materiály jako například případové studie, pracovní listy, grafy a tabulky? Buďte nároční! Dokáže pro vás na míru vyrobit výuková CD/DVD, videoukázky nebo modely? Pokud však požadujete i tyto služby, počítejte s tím, že jde o skutečný nadstandard, který obvykle není levný. Pokud však chcete zajistit maximální efektivitu vašich kurzů, může být cestou i vytvoření sady materiálů a pomůcek na míru vašim potřebám, požadavkům či zaměstnancům.

**Příklad dobré praxe:** Potrpíte si na značku své firmy a příklady z vaší branže? Vzdělávací instituce neumí nebo nechce pomoci? Co tak natočit výukový film, kde si zahrají přímo vaši zaměstnanci? Není to snadné, ale efekt je nezměrný. Kvalitní vzdělávací instituce jistě bude schopna pro vás tuto exkluzivní výukovou pomůcku zajistit.

**Je vzdělávací instituce schopna nabídnout vzdělávací program i v cizích jazycích?** V současné otevřené Evropě plně nadnárodních firem jistě není neobvyklý požadavek na zajištění kurzu v angličtině, popřípadě v jiném světovém jazyce. Jen málo firem je schopno zajistit všechny kurzy okamžitě jinak než v češtině, ale kvalitní vzdělávací instituce umí zajistit i tento zatím ještě atypický požadavek. A nezapomeňte: kromě lektora budete potřebovat i jiné jazykové mutace studijních materiálů!

**Příklad špatné praxe:** Máte pobočky v různých zemích světa a uvažujete o tom, že osvědčený kurz nabídnete i zahraničním kolegům? Najít špičkového lektora v zahraničí není vskutku snadné, přesto se o to většina institucí ani nepokusí a rovnou vás odmítne. Zvažte, zda nejít o dům dál...

**Zajistí pro vás vzdělávací instituce ukázkovou hodinu či studijní materiál?** Za skutečný znak kvality vzdělávací instituce považují možnost uspořádat pro klienta „ochutnávku“ – ukázkovou hodinu. Je tak možné reálně přesvědčit klienta o všem rozhodujícím: o prostředí výuky, přístupu personálu či užívaných metodách vzdělávání. Klient se tak může lépe rozhodnout, zda je pro něj nabízená služba skutečně optimální a porovnat ji s nabízenou cenou. Mnohdy až na vlastní oči pochopí, že kvalitnější vzdělávání, jako každý jiný produkt či služba, je prostě dražší. Ukázkové hodiny jsou standardem spíše pro firemní zákazníky. Pro jednotlivce pak mohou sloužit dny otevřených dveří či další podobné prezentační akce (např. Týdny vzdělávání dospělých).

**Příklad špatné praxe:** *Není vzdělávací instituce ochotna předvést vám kus vzdělávacího programu, který chcete objednat? Je to, jako byste kupovali knihu a nemohli si v ní zalistovat. Navíc u vzdělávání jsou reklamace obtížné – je proto lépe se maximum informací dovědět předem. Může to být spojeno s vícenáklady, ale určitě se to vyplatí.*

*Autor: Mgr. Tomáš Langer*