

# Wnioski z analizy oferty Wszechnicy UJ w zakresie edukacji zdalnej

**Analiza oferty Wszechnicy UJ powstała w ramach projektu Kreowanie środowiska zorientowanego na uczącego się – rozwój kultury jakości w edukacji korzysta z dofinansowania o wartości 114 639,50 euro otrzymanego od Islandii, Liechtensteinu i Norwegii w ramach funduszy EOG.**

Celem projektu jest:

1. Nabycie wiedzy na temat wykorzystania nowych technologii w edukacji, tworzenia zintegrowanego środowiska uczenia się oraz budowania kultury jakości w usługach edukacyjnych przez 10 przedstawicieli kadry zarządzającej instytucji partnerskich dzięki wizycie studyjnej w Oslo oraz wspólnemu opracowaniu produktów edukacyjnych opracowanie we współpracy z IDN i PIFS produktów skierowanych do edukatorów, wspierających rozwój kultury jakości oraz rozwój paradygmatu humanistycznego w uczeniu się.
2. Zacieśnienie współpracy z IDN i PIFS w celu tworzenia ekosystemu wsparcia organizacji sektora edukacji w zmianie kultury organizacyjnej, podejmowaniu nowego paradygmatu uczenia się sprzyjającego włączeniu społecznemu oraz integracji oferowanych usług realizowanych w różnych formach.

Projekt Kreowanie środowiska zorientowanego na uczącego się – rozwój kultury jakości w edukacji korzysta z dofinansowania z budżetu Rzeczypospolitej Polskiej, stanowiącego 15% wartości dofinansowania tj. 20 230,50 euro

Projekt „Kreowanie środowiska zorientowanego na uczącego się – rozwój kultury jakości w edukacji”, realizowany jest przez Wszechnicę UJ, Polską Izbę Firm Szkoleniowych i International Development Norway.

Cele analizy:

1. Określenie mocnych i słabych stron a także szans i zagrożeń oferowania zdalnych usług rozwojowych
2. Analiza wybranych trendów i zmian na rynku usług rozwojowych pod kątem rozwoju oferty usług zdalnych Wszechnicy UJ
3. Ocena możliwości rozwoju usług zdalnych w kontekście profilu działalności Wszechnicy UJ oraz w kontekście produktów projektu „Kultura uczenia się”

4. Rekomendacje dotyczące budowania oferty zdalnych usług rozwojowych w tym produktu O4 wypracowanego w projekcie „Kultura uczenia się”

## I. Analiza SWOT Wszechnicy UJ

Rozwój oferty oraz strategii budowania relacji z klientami Wszechnicy, w tym implementacja produktów wypracowanych podczas realizacji projektu „Kultura uczenia się” wymaga oceny kluczowych czynników mogących mieć wpływ na sukces rynkowy.

### Identyfikacja Wszechnicy UJ

Wszechnica UJ wspiera swoich parterów w zmianie kultury organizacyjnej oraz kształtowaniu rozwoju zawodowego. Doradza, jak tworzyć środowisko pracy, w którym efektywność jest skutkiem zaangażowania we wspólne cele. Szkoląc, pomaga w świadomym podejmowaniu nowych ról zawodowych.

- **Mocne strony**
  - koncentracja i specjalizacja w zakresie osób wspierających rozwój ludzi i organizacji
  - wieloletni rozwój oferty profesjonalnego wsparcia rozwoju innych
  - afiliacja UJ i marka Wszechnicy jako wiarygodnego partnera działającego w oparciu o postulat edukacji opartej na dowodach
  - posiadanie kompleksowej koncepcji tzw. „Zdrowej organizacji” jako obszaru diagnozy oraz wsparcia rozwoju organizacji
  - zaawansowane kompetencje oraz ekspertyza metodologiczna potrzebna do świadczenia usług rozwojowych głównie dla sektora UR
  - grupa absolwentów jako ambasadorów marki
  - oferta wsparcia kompetencji profesjonalistów branży UR
  
- **Słabe strony**
  - niewielkie doświadczenie w projektowaniu i realizacji zdalnych usług rozwojowych wykorzystujących technologie cyfrowe
  - niewielkie doświadczenie w projektowaniu usług rozwojowych typu „blended learning”
  - niewielki zespół ekspercki zaangażowany do wykonywania wielu zadań
  
- **Szanse**

- rozwój kompetencji diagnostycznych i analitycznych w zakresie rozwoju organizacji w kierunku wsparcia usług konsultingowych ekspertów branży
  - tworzenie community of practice osób odpowiedzialnych za rozwój organizacji (zakres grupy docelowej powiększony o osoby z wewnątrz organizacji) – środowiska skupione wokół tzw. „talent development”
  - rosnąca świadomość potrzeby zmiany ról i rozwoju kompetencji osób wspierających uczenie się
  - rosnąca świadomość wagi uczenia się i potrzeby posiadania kompetencji zarządzania rozwojem w organizacjach
  - potrzeba metod i narzędzi diagnozy i wdrożeń w zakresie zarządzania rozwojem i uczeniem się firm
  - potrzeba firm (biznes) w zakresie tzw. „content curation”
    - poszukiwanie wiarygodnych treści typu pigułki wiedzy
    - potrzeba dostępu just on time
    - outsourcing treści
  - transfer już posiadanych bogatych treści edukacyjnych do środowiska cyfrowego
  - tworzenie rozwiązań typu blended learning dla sektora i osób z obszaru L&D w przedsiębiorstwach
- **Zagrożenia**
- jednoczesna orientacja na potrzeby przedsiębiorstw i sektora UR - potencjalny brak wyrazistości propozycji marki (value proposition)
  - wydłużenie tzw. krzywej uczenia się w zakresie technologii cyfrowych
  - wysokie koszty tworzenia treści cyfrowych
  - niskie zainteresowanie ekspertów sektora produktami UJ
  - brak gotowości przedsiębiorstw do aplikacji rozwiązań kultury uczenia się
  - trudność w przekonaniu rynku o wartości inwestycji w rozwiązanie kultury uczenia się - ROI
  - konwersja treści offline na wersję online bez ich odpowiedniej adaptacji

## II. Wybrane trendy w obszarze L&D mogące mieć wpływ na działalność Wszechnicy UJ

- zacieranie się granic pomiędzy usługodawcami a klientami
  - tzw. communities of practice
  - przepływ ekspertów z sektora UR do biznesu i odwrotnie

- przepływ naukowców do sektora UR
  - poszukiwanie synergii know - how oraz technologicznych pomiędzy przedsiębiorstwami (działy L&D) a sektorem UR
- edukacja 4.0
    - informacje znajdują się powszechnie w sieci i są dostępne dla wszystkich bez ograniczeń czasowych i geograficznych.
    - edukator staje się koordynatorem uczenia się, kuratorem treści, stara się organizować i syntetyzować informacje, przekształcając informacje w wiedzę, a wiedzę we wskazówki.
    - uczący się staje się aktorem, autorem wiedzy min. poprzez udział w interdyscyplinarnych projektach, które pozwalają na rozwój umiejętności i zdolności odpowiadających społeczeństwu 4.0.
    - rośnie potrzeba rozwoju zaawansowanych kompetencji bazujących na ekspertyzie i kompetencjach społecznych tzw. „Power skills”
    - rośnie potrzeba umiejętności uczenia się i rozwoju jednostek i grup
- upowszechnienie P2P( peer to peer) learning
    - grupy dyskusyjne,
    - coaching rówieśniczy
    - grupy uczenia się przez działanie,
    - grupy rozwiązywania problemów
    - sieci wymiany
- zmienia się środowisko uczenia się
    - rośnie użycie zaawansowanych technologii cyfrowych w działalności przedsiębiorstw, w tym w zakresie pracy zespołowej i uczenia się
    - upowszechnia się tzw. hybrydowe uczenie się (technologie zdalne)
    - upowszechniają się formy blended jako rozwiązania podnoszące skuteczność i efektywność usług rozwojowych

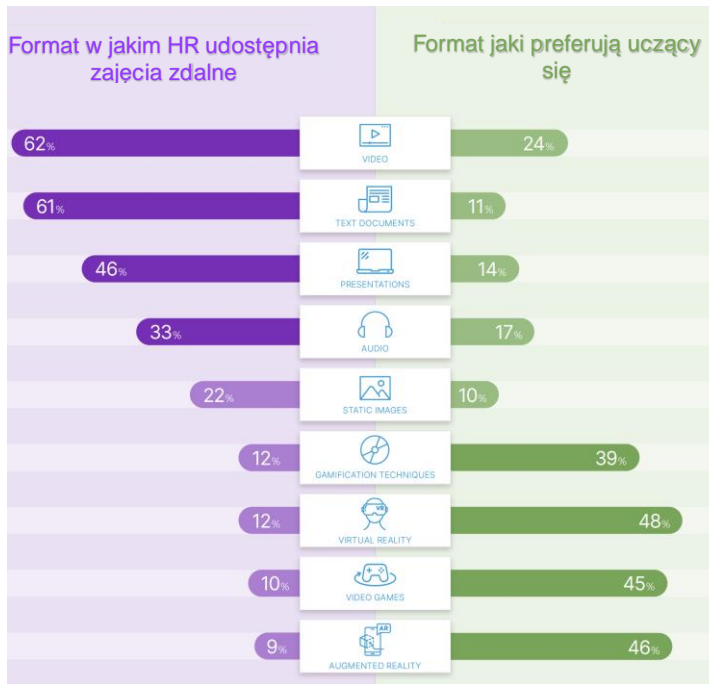


- Często postrzegany jako Mix zajęć realizowanych „face to face” z samodzielną pracą uczących się nad jakimś „kontentem” oraz przestrzeni do dyskusji
- Pole do pełnej customizacji zasobów jak i też dania uczącym się możliwości wykreowania własnej ścieżki uczenia się (Learning Journey).
- Nowoczesne BL jest raczej z środowiskiem zbierającym zasoby i różne ćwiczenia, narzędzia, treści podzielone na bardzo małe, dedykowane i łatwe do znalezienia elementy

- upowszechnia się zarządzanie uczeniem się w przedsiębiorstwach (2.0)
  - firmy stosują platformy wspierające zarządzanie uczeniem się
  - wzrasta potrzeba integracji treści edukacyjnych pomiędzy firmą a jej otoczeniem
  - wyłaniają się firmy silnie zorientowane na rozwój umiejętności jako źródła przewagi konkurencyjnej
- postuluje się większą dostępność do uczenia się
  - uwzględnianie różnorodności i osób ze szczególnymi potrzebami
  - potrzebne jest dopasowanie form i metod do potrzeb oraz wymagań i przepisów
- rozwijają się technologie wsparcia uczenia się
  - poszerzenie możliwości jakie dają technologie cyfrowe - synergia form i metod zamiast ich wypieranie
  - rosnąca świadomość wartości edukacji zdalnej
  - ugruntowana świadomość wartości osobistego spotkania
- „learning on demand”
  - popularne są krótkie formy edukacyjne
  - treści podzielone są na małe porcje – pigułki dostępne w różnym czasie i formie

- „adaptive learning”
  - treści i wsparcie uczenia się podążają za potrzebami i postępem uczących się
  - w projektowaniu uwzględnia się cykl uczenia się i wdrożenia efektów w praktykę
  - wykorzystanie technologii cyfrowych automatyzuje i upowszechnia wsparcie uczenia się
    - wsparcie celów uczenia się
    - moderację treści
    - system adaptacyjny
  
- projektowanie usług oparte na tzw. „Brain based learning”
  - kreowanie sytuacji edukacyjnej
  - projektowanie tzw. „Learning experience”
  - projektowanie tzw. „Learning journeys”
  
- wzrost świadomości uczących się w obszarze edukacji zdalnej:

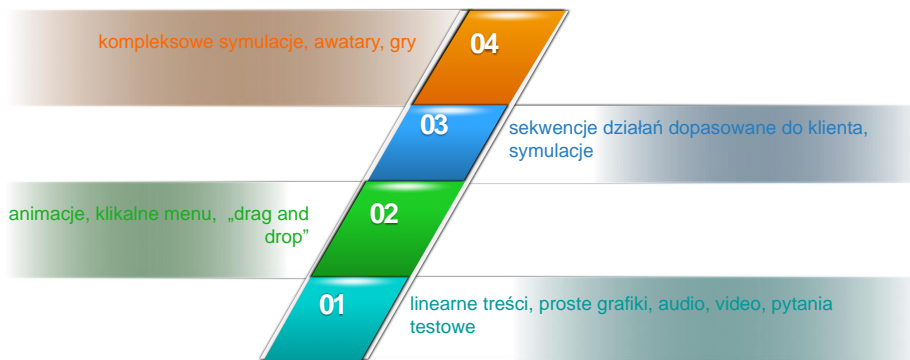




## Implikacje dla „projektantów”

Źródło: Raport Contradictions of corporate training 2021

## Poziomy „interaktywności” w edukacji zdalnej



- o rosnące zastosowanie video learning:

## Wzrost popularności video-learning

**86 %** firm zwiększyło wykorzystanie wideo do nauki w ciągu ostatnich pięciu lat  
**91%** spodziewa się, że ich użycie wzrośnie w ciągu najbliższych pięciu lat  
**48%** korzystało z zewnętrznych witryn internetowych do udostępniania i zarządzania treściami wideo do nauki.

**85%** wykorzystywała wideo do wspierania i wzmocnienia innych form uczenia się (np. w ramach działań przedszkoleniowych lub poszkoleniowych)

**75%** włączyło do swoich filmów edukacyjnych jakąś formę interaktywności: najczęściej quizy i oceny (**58%**) lub hiperłącza i dostęp do zasobów zewnętrznych (**38 %**).



Źródło: Raport "Video for learning engaging teaching and influencing" - ATD 2020

**FIGURE 2**

### Learning Video Use by Content Area

*Does your organization incorporate learning video into each of the following content areas?  
(Select all that apply.)*



Źródło: Raport "Video for learning engaging teaching and influencing" - ATD 2020

- upowszechnia się dostrzeżenie przez firmy potrzeby budowania kultury uczenia się i przełożenia inwestycji w rozwój na wyniki biznesowe.



**WSZECHNICA**  
UNIWERSYTETU  
JAGIELLOŃSKIEGO

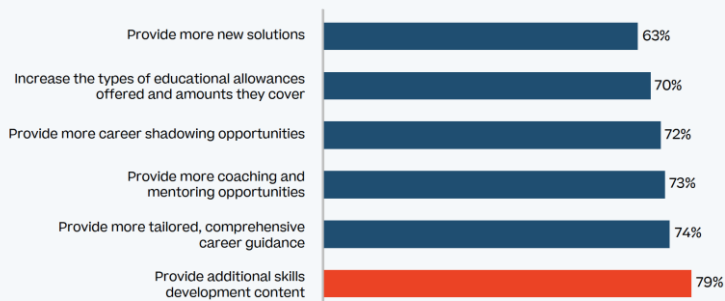


**Polska Izba  
Firm Szkoleniowych**





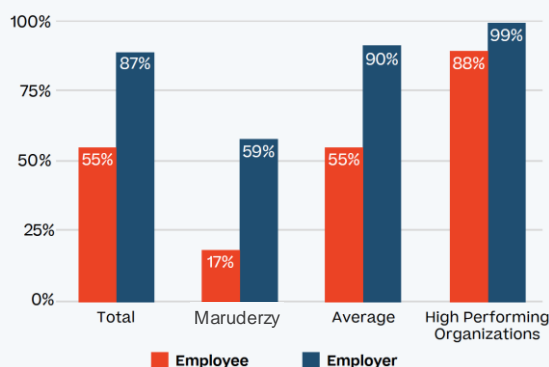
## Organizacje osiągające wysokie wyniki identyfikują szanse rozwojowe i wspomagają pracowników w uczeniu się



Źródło: 2022 Global Skills Report. Thriving in the Global Skills Shortage. Cor nerstone

## Luka zaufania między pracodawcami a pracownikami w zakresie rozwoju umiejętności (The Skills Confidence Gap) — mierząca różnicę między postrzeganiem skuteczności tych programów przez pracowników i pracodawców

W ciągu ostatnich 18 miesięcy, w mojej organizacji, rozwój umiejętności stał się szczególnie ważnym celem biznesowym

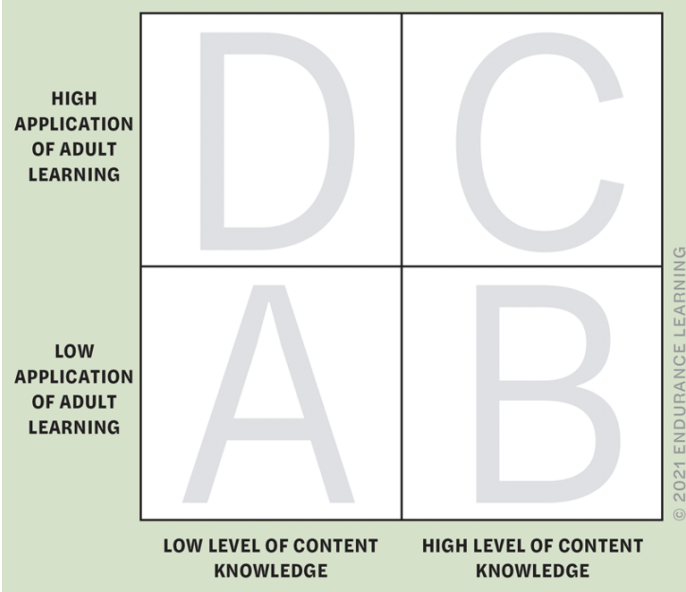


- Organizacje osiągające wysokie wyniki mają znacznie mniejszą lukę w zaufaniu do umiejętności w porównaniu do przeciętnej organizacji
- Kiedy organizacje tworzą programy nauczania, które cenią pracownicy, znacznie zwiększa to zapotrzebowanie pracowników na zasoby rozwojowe

Źródło: 2022 Global Skills Report. Thriving in the Global Skills Shortage. Cor nerstone

- Poszerza się krąg osób zainteresowanych kompetencjami z zakresu wsparcia innych w uczeniu się i rozwoju. Liderzy, eksperci, specjaliści HR coraz częściej wchodzą w rolę edukatorów. Te osoby są zainteresowane rozwojem kompetencji w zakresie projektowania i realizacji działań rozwojowych.

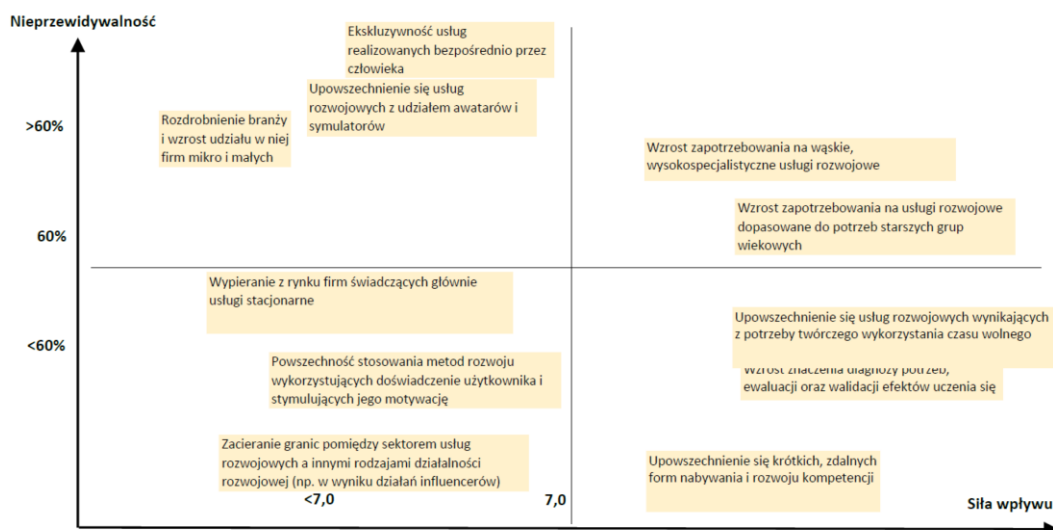
## Presenter Knowledge and Ability Matrix



- A – osoba zdolna do **podzielenia się informacjami** lub np. szybkiego zastąpienia innej osoby w jej prezentacji.
- B - Częsty przypadek **profesjonalisty w danej dziedzinie**, która angażuje się w prowadzenie zajęć. Niski arsenał metod angażujących uczestników np. sesje Q&A
- C - Np. osoba, która jako **ekspert** przechodzi do obszaru edukacji i rozwija profesjonalne kompetencje edukacji dorosłych
- D - **Typowy facylitator**. Ma wysokie umiejętności projektowania, organizowania pracy i uczenia się ludzi (zawodowy edukator).





- Sektor poddawany jest licznym zmianom co przekłada się na wysoki poziom potrzeb rozwoju związanych z adaptacją do zmian

### Siły działające na sektor UR (BBKL 2022)



## Know How - gdzie szukamy potrzeb rozwojowych w sektorze?



-  Kompetencje profesjonalne osób wspierających innych w rozwoju
-  Kompetencje związane z zarządzaniem, tworzeniem i dostarczaniem usług rozwojowych
-  Technologie w edukacji
-  standardy profesjonalne, podstawy naukowe



- o tradycyjne role w sektorze ulegają modyfikacji oraz pojawiają się nowe, w tym te związane z rozwojem technologii.



### III. Wnioski i rekomendacje dla Wszechnicy UJ

- Potrzebne jest precyzyjne określenie grup docelowych. Aktualnie dominującą grupą docelową są specjaliści sektora usług rozwojowych. To dla nich opracowywana jest oferta wsparcia rozwoju, w tym zawansowane kompetencje związane ze wsparciem jednostek i grup w uczeniu się i rozwoju. Drugą grupą docelową są pracownicy przedsiębiorstw odpowiedzialni za rozwój i uczenie się innych: liderzy, specjaliści HR, edukatorzy wewnętrzni. Trzecią grupą są specjaliści firm zainteresowani rozwojem kompetencji z zakresu efektywności osobistej. Aktualnie oferowany jest produkt z zakresu stresu dostępny w formie zdalnego szkolenia. Tak szeroka identyfikacja grup docelowych wymaga dopasowania zarówno modelu biznesowego, strategii oraz procesów tworzenia i dostarczania produktów. Zdalne usługi rozwojowe oraz platforma, na której są oferowane mogą być kluczowym elementem modelu biznesowego polegającego na integracji treści i zbudowaniu tzw. „learning community” składającego się z trzech ww. grup użytkowników.
- Potrzebne jest określenie zakresu usług rozwojowych kierowanych do trzech ww. grup. Ze względu na mocne strony Wszechnicy naturalnym wydaje się umieszczenie w centrum produktów edukacyjnych związanych ze wsparciem uczenia się i rozwoju zintegrowanych z tzw. „pigułkami wiedzy” z zakresu

„efektywności osobistej”. Potrzebne jest zbudowanie autorskiej oferty diagnozy i budowania kultury uczenia się, która będzie zintegrowana z „pigułkami wiedzy” i programami rozwoju kompetencji osób odpowiedzialnych za wdrażanie kultury uczenia się w organizacjach.

- c) Potrzebne jest dopasowanie form do celów uczenia się. Dla większości programów rozwojowych przeznaczonych dla pierwszej i drugiej grupy docelowej będą to prawdopodobnie formy „blended learning” wykorzystujące mocne strony usług zdalnych i tradycyjnych metod warsztatowych. Dla trzeciej grupy będą to zaawansowane pigułki wiedzy powiązane z możliwością pogłębiania umiejętności poprzez udział w sesjach warsztatowych, szkoleniach i treningach.

#### IV. Zalecenia do pracy nad produktem O4

- a) końcowy kształt produktu powinien być wynikiem decyzji strategicznych, o których mowa w pkt III. Kierunek budowania produktu mógłby polegać na tworzeniu pigułek wiedzy, które pomogą uczestnikom w zorientowaniu się w tematyce kultury uczenia się motywując ich do skorzystania z zaawansowanych usług doradczych i rozwojowych, które może zrealizować Wszechnica. Taka rola produktu oznacza konieczność dopasowania komunikacji do grupy docelowej i budowanie z nią relacji prowadzącej do skorzystania z dalszych usług wsparcia. Skierowanie przekazu w równym stopniu do firm jak i do ekspertów sektora UR wymaga stworzenia np. nawigacji treści.
- b) Ze względu na charakter upowszechniający umieszczenie produktów na platformie Wszechnicy może powodować niskie dotarcie do grup docelowych. Wskazane jest promowanie treści poza platformą.
- c) Poszczególne odcinki kursu powinny odwoływać się szerzej do oferty Wszechnicy i powinny być z nią powiązane. Jednym z powiązań mogłoby dotyczyć narzędzia diagnostycznego O3.
- d) Poszczególne odcinki kursu powinny zawierać linki do narzędzi pomagających podjąć decyzję co do dalszego działania (tzw. „call to action”) np. listy czy pytania kontrolne.