

Podpora nabídky dalšího vzdělávání

1. „Dialog pro nabídku dalšího vzdělávání“

Zvýšit propojení mezi jednotlivými lokálními hráči, zejména na regionálních trzích vzdělávání napříč sektory (tj. mezi vzdělávacími společnostmi, školami, neziskovými organizacemi, úřady práce, regionálními komorami či asociacemi). Prvním krokem k této komunikaci a sdílení informací i know-how bude navržení platformy - **„Dialog pro nabídku dalšího vzdělávání“** na úrovni krajů. Záměrem je motivovat jednotlivé aktéry ke spolupráci, ke sdílení informací, znalostí a k výměně zkušeností.

souhlasím	spíše souhlasím	spíše nesouhlasím	nesouhlasím	nedokážu posoudit
-----------	--------------------	----------------------	-------------	-------------------

Váš komentář:

2. Podpora distančních forem vzdělávání

Podpořit inovativní formy studia, nevázané na místo vzdělávání. Především jde o distanční formy vzdělávání, které otevírají možnosti pro větší dostupnost nabídky dalšího vzdělávání a zároveň přibližují nabídku dalšího vzdělávání i části znevýhodněných skupin příjemců. Cílem je:

- Inovovat stávající metodiky pro tvorbu distančního vzdělávání ve spolupráci s Národním centrem distančního vzdělávání a s centry dalšího či distančního vzdělávání při univerzitách a vysokých školách
- Zpřístupnit metodiku příjemcům z řad poskytovatelů a vzdělávatelů zejména na regionální úrovni (školy, instituce a firmy)

souhlasím	spíše souhlasím	spíše nesouhlasím	nesouhlasím	nedokážu posoudit
-----------	--------------------	----------------------	-------------	-------------------

Váš komentář:

3. „Kuchařka marketingu“

Podat jednoduchý a praktický návod, „jak další vzdělávání prodávat, nabízet, jak najít svého klienta a jak k němu další vzdělávání co nejefektivněji dostat“. Cílem není tvorba další obecné učebnice marketingu, ale konkrétní metodika, kterou bude moci zájemce aplikovat, jak ve škole, tak v nestátních neziskových organizacích nebo v malém podniku, součástí bude inspirační databanka příkladů dobré praxe (jak z ČR, tak ze zahraničí). Těžištěm metodiky bude zaměření se na praktické zkušenosti a postupy z prodeje dalšího vzdělávání. „Kuchařka marketingu“ zjednodušeně popíše proces, jehož cílem je podpořit poskytnutí vzdělávacího produktu (bezplatně nebo za úplatu) vzdělávanému subjektu prostřednictvím vzdělávací instituce.

souhlasím	spíše souhlasím	spíše nesouhlasím	nesouhlasím	nedokážu posoudit
-----------	-----------------	-------------------	-------------	-------------------

Váš komentář: