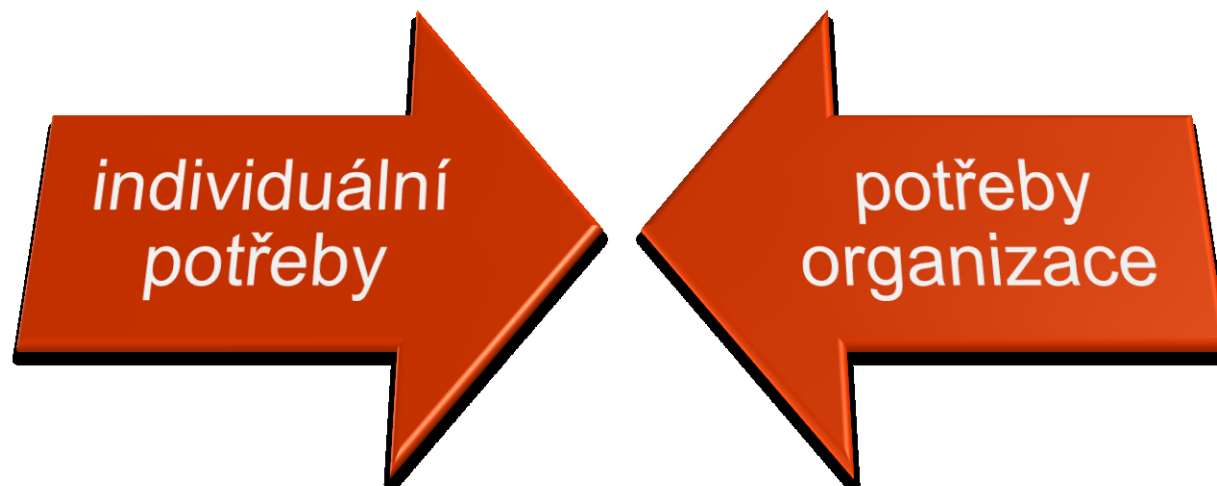


# **Lektorské dovednosti aneb naučit se učit**

# Identifikace rozvojových potřeb

Máme k dispozici dva základní vstupy pro identifikaci mezery, rozvojových potřeb a možností. Tím prvním je hodnocení pracovního výkonu a kompetencí, tím druhým je rozpracovaná business strategie do cílů a způsobů jejich naplnění. Dá se tedy říci, že identifikujeme:



# Metody identifikace

Individuální potřeby

Individuální potřeby identifikujeme ze tří úhlů:

- Z úhlu subjektu vzdělání (individuální potřeby a přání)
- Z úhlu požadavků vyplývajících z funkce
- Budoucnosti

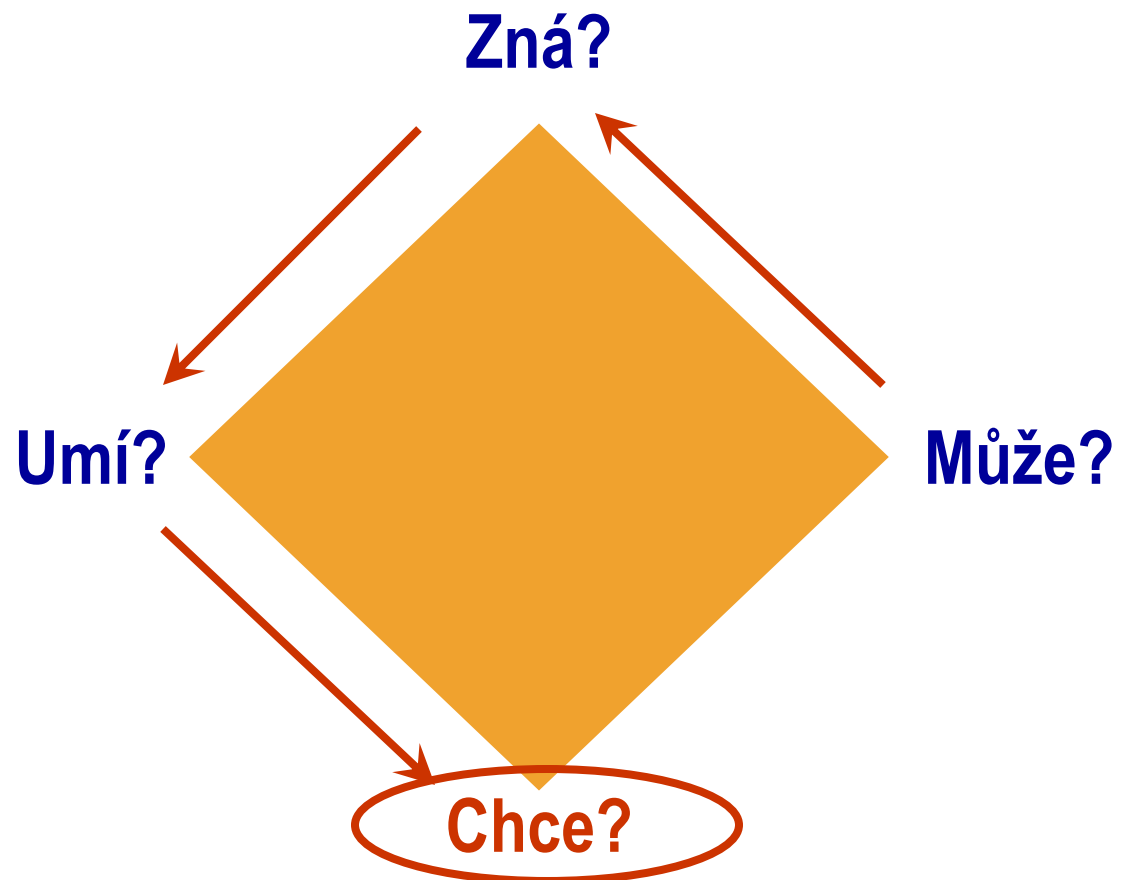
## Subjektivní metody

- Autofeedback
- Rozvojový a kariérový plán

## Objektivní metody

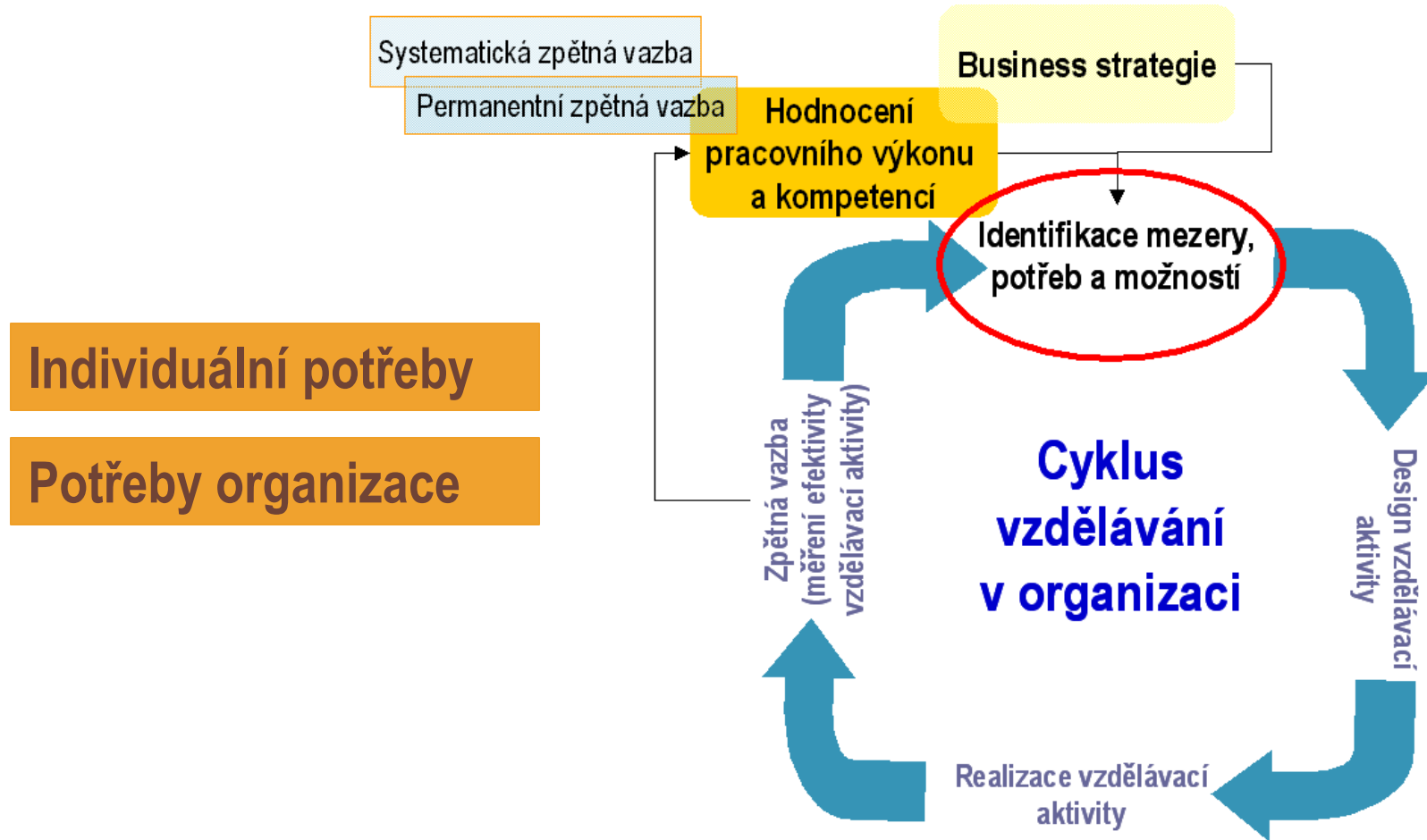
- Identifikace nadřízeným
- Rozvojový a kariérový plán
- 360° feedback

# Identifikace rozvojových potřeb

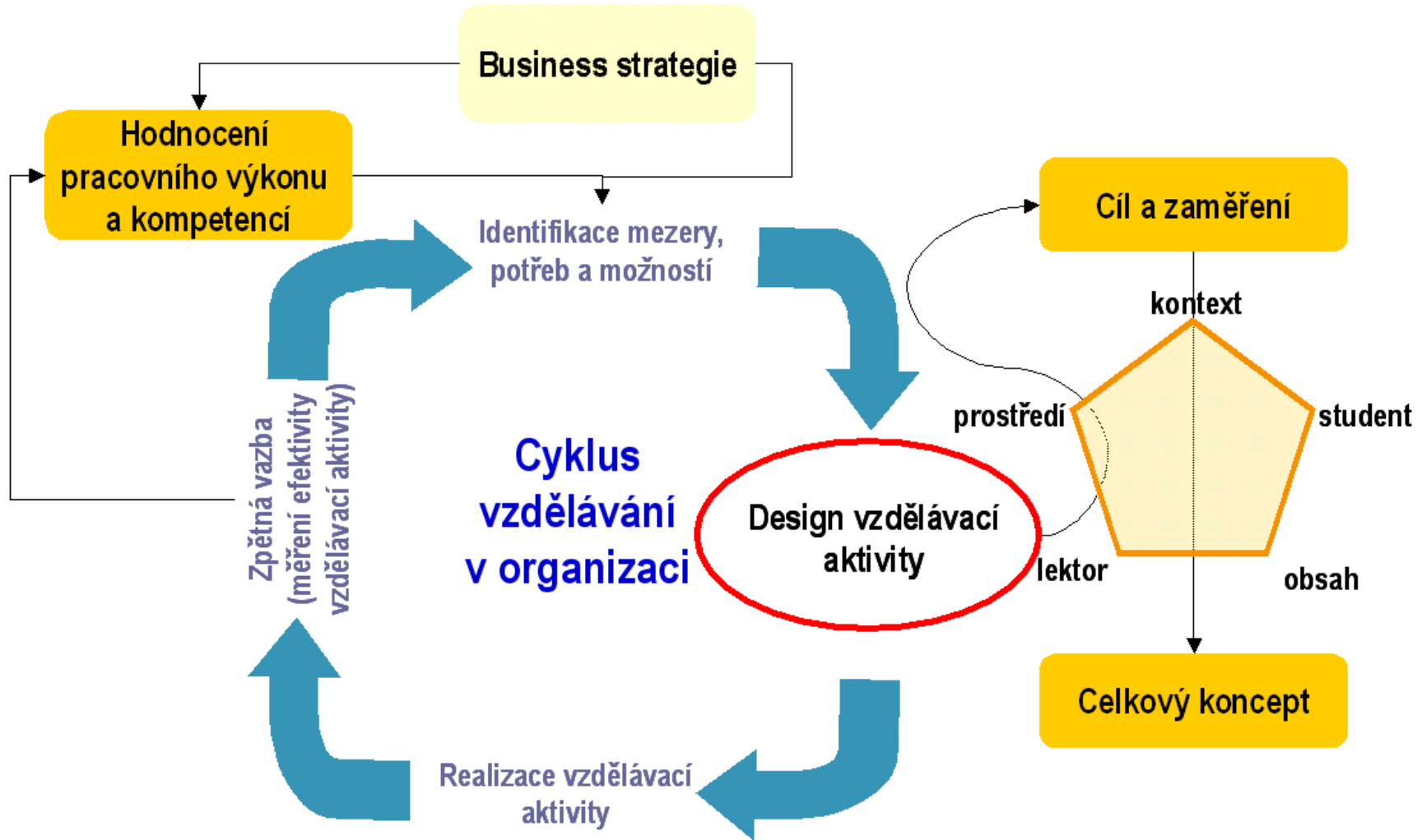


- Podmínky
- Způsobilosti
- Motivace

# Identifikace mezery, potřeb a možností



# Design vzdělávací aktivity



# Realizace

## Podpora transferu

Databanka know-how

Záznamy průběhu

Zakotvení efektů

- Domácí úkol
- Referování kolegům
- Workshop
- Krátké výcvikové bloky
- Projekt
- atd.



# Zpětná vazba (vyhodnocení)





# Charakteristiky dobrých kurzů, 3P

Poselství

Příklad z  
praxe

Překvapení

Potřebujeme, aby v každém bloku bylo jedno téma vztáhnuté k praxi, zaznělo silné poselství a blok obsahoval jedno překvapení.

# Designování výcviku

Je třeba si promyslet, kolik času bude ve formě:

- akce,
- diskusí
- sdělení

Při tvorbě pořadí jednotlivých aktivit je třeba dbát na to, aby po sobě nenásledovaly metody stejného charakteru, aby se střídaly části, ve kterých jsou aktivnější účastníci a ve kterých je aktivnější lektor.

# Rytmus výcviku

střídat výklad, diskuse a modelové situace

práce ve dvojicích, trojicích, malých skupinách

techniky pohybové, dramatické, grafické...

po obědě „nakopnout“

# Rétorické figury v diskusi

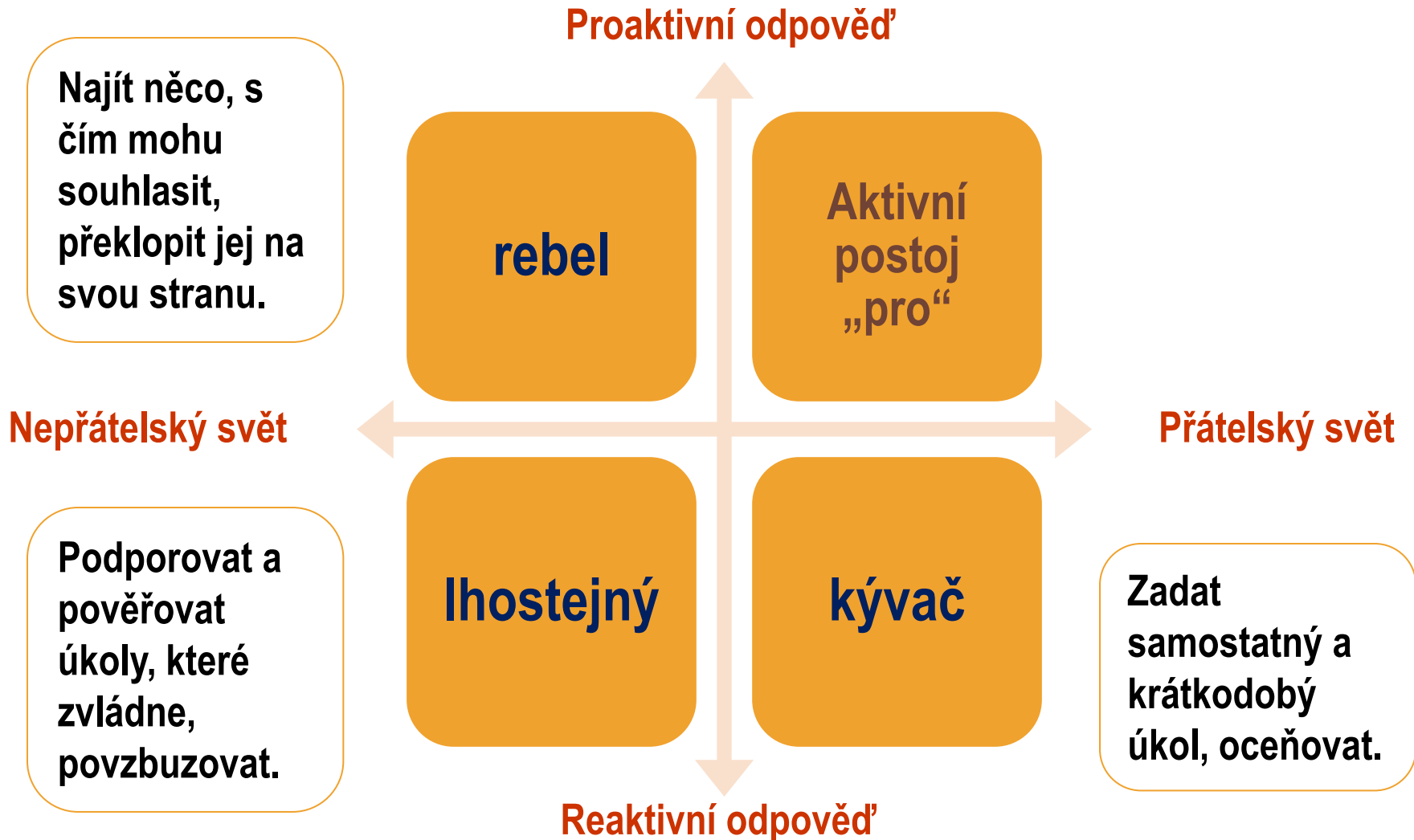
- ...jinými slovy chcete říci, že...
- ...měl bych stejné obavy, kdybych si myslel...
- **To snad nemůžete myslet vážně!** - Chci vás ubezpečit, že to opravdu беру vážně.
- **Prezentace problém velmi zjednodušuje a je povrchní** – Dělat jednoduché věci a s nadhledem je to nejtěžší. A také jsem chtěl poskytnou vám všem prostor pro diskusi.



# Rebel, kývač, lhostejný



# Práce s rebelem, kývačem a lhostejným



# **Speciální techniky vedení workshopu**

# Kolečko pravdy

Řekněte každý sám za sebe, co byste od ostatních uvítali v oblasti komunikace, nebo naopak co nemáte rádi.





# Motivační workshop

Je rok 2015. Vaše organizace byla vyhodnocena jako nejprogresivnější v ČR ve svém oboru. Váš úspěch vzbudil pozornost a dostali jste zadání, abyste vytvořili případovou studii Vašeho úspěchu a bodový scénář pro dokumentární film o Vaši práci.

Rozdělte se na 2 skupiny. Na práci máte k dispozici 25 minut.

Po 25 minutách budete prezentovat výsledky své práce.

**Co nám z toho vyplývá? V čem nás výstupy inspirují pro současnost?**

# Technika Swaping

Tuto techniku je vhodné použít, když se tým rozdělí na 2 názorové skupiny, které setrvávají na svém a proces řešení uvízl na mrtvém bodě.

## 10 REFLEXE A MOTIVACE

Zachycení podstatných bodů klíčových bodů vlastního názoru za pomoci mediátora. Formulace společného cíle.

## PREZENTACE NÁZORU DRUHÉ STRANY

Skupina má za úkol co nejpřesvědčivěji prezentovat názor druhé strany. Lze dokonce soutěžit, která prezentace byla věrohodnější.

## PROTIARGUMENTACE VLASTNÍHO NÁZORU

De facto skupina má za úkol kriticky posuzovat svůj vlastní názor prezentovaný protistranou. Je zde nutno rozlišovat mezi popisem, pocitem a hodnocením. Protiargumentace se pečlivě zapisuje.

## HLEDÁNÍ KONSENSU

Hledání bodů, v nichž došlo k názorovému sblížení, aniž dojde ke snadným kompromisům. Mohou se zde objevit i zcela nová řešení.

# Technika d'áblova advokáta

Tuto techniku je vhodné použít, když tým poměrně snadno dospívá k jednotnému názoru a je zde riziko ocitnutí se na scestí.

**10 REFLEXE A MOTIVACE**

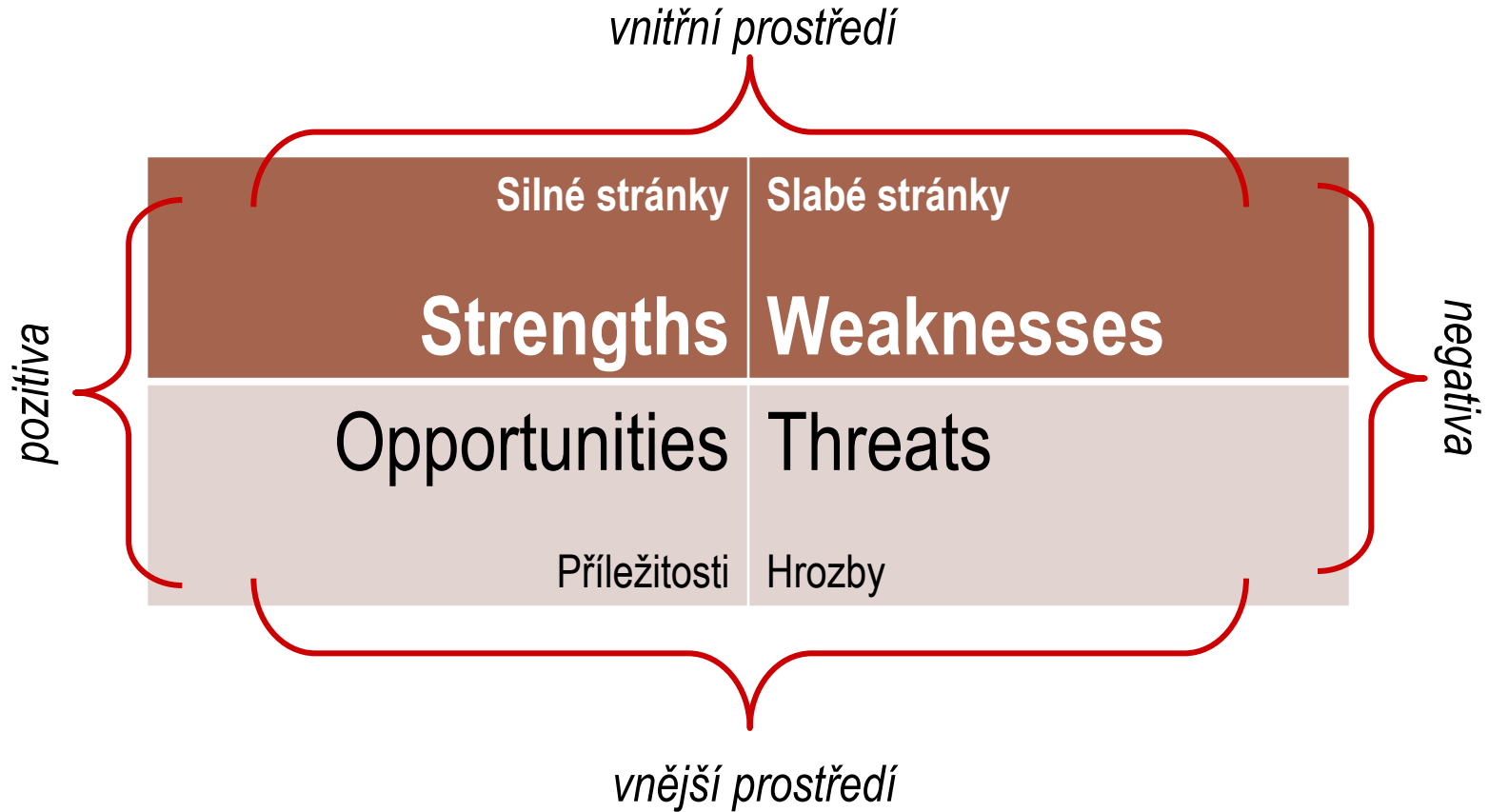
**URČENÍ ROLÍ**

**10 HLEDÁNÍ KRITICKÝCH MÍST**

**VĚCNÉ VYVRACENÍ**

**PŘEFORMULOVÁNÍ POSTUPU  
NEBO ZABEZPEČENÍ**

# SWOT analýza



# Cílené dotazování

- Možno zahrnout hlasování
- Následná práce ve skupinách
- Prezentace