

poslovno izobraževanje

Nismo le družba znanja, zorimo v družbo zavedanja

V delovnih okoljih, kjer je prevladovala produktivnost, je bil človek razumljen kot delovna sila, v dobi inovativnosti človeka razumemo kot človeški kapital

Tjaša Artnik Knibbe

O pomenu vseživljenjskega učenja danes verjetno dvomijo le še redki in koncept nenehnega zorenja je zadnje desetletje v Sloveniji vse pomembnejši. In če nisi v toku novih znanj, si preprosto »out«.

»Osebo preprosto vem, da je vseživljenjsko izobraževanje zame edini odgovor na izzive sodobnega časa. Tega me učijo narava, izkušnje in medosti številnih civilizacij. Učenje je eno ključnih orodij za zagotavljanje znanja v procesu odločanja. V trojku učenje, delovanje in intuicija tvori pomembno mrežo, ki omogoča dostop do zavednega in nezavednega; do vsega, kar potrebujemo za celostno razumevanje izzivov, ki nam jih na pot prinese življenje,« nam je uvodoma v zanimivem pogovoru pojasnila mag. Violeta Bulc, inovatorica, podjetnica in ustanoviteljica podjetja Vibacom, ki smo jo skupaj z mag. Robertom Rolihom z Akademije Panta Rei povabili na pogovor o pomenu poslovnega izobraževanja v časih vsesplošne preobrazbe.

Prehod v družbo znanja in predvsem prevzemanje odgovornosti za osebno rast prinašata tistim, ki so takolovni pot v kolektivno zavedanje, mnogo izkušenj, zadovoljstva in izzivov. »Najbolj so me ovirali lastne percepcije, vzorci obnašanja in modeli razmišljanja. Paradoks pri vsem tem je, da so prav vsi našti elementi hkrati tudi nujni za naše vpenjanje in prostor in čas. Torej ni toliko v elementih, kot je v naši pripravljenosti, da jih ves čas nadgrajujemo, prilagajamo in izživimo. In od tod pride tudi zadovoljstvo, ko ugotoviš, da si bil sposoben narediti spremembo, ki je prinesla sožitje, uravnoveženost, notranje zadovoljstvo, notranji mir. Mislim, da smo Slovenci zelo prilagodljivi, mnogi od nas poskušamo delovati na vseh ravneh: fizični, intelektualni, čustveni, duhovni in socialni; znamo poskrbeti za svoj notranji ogenj. Vendar čas za lastnosti, ki so nam lastne, izvorne, šele prihaja. Naša naloga v tem vmesnem obdobju pa je, da se učimo povezovanja, sodelovanja, soustvarjanja in aktivnega, srčnega sobivanja,« je spodbudna Violeta Bulc.

Nalozbe v ljudi

Osnovni koncept upravljanja s človeškimi viri kmalu preraste v razsežnost razvoja človeških virov, ki pa se mora v tem hitrem tempu, ko se čas izjemno gosti, ravno tako zelo agilno vrteti. Vstopom znanosti in znanja v poslovne modele in sisteme. Naj pojasnim: v delovnih okoljih, kjer je prevladovala produktivnost kot vir ustvarjanja razmeram in v današnjem času je tempo zares izjemno hiter. Na Akademiji Panta Rei se temu prilagajamo z drugačnimi formati izobraževanja, z novimi tematikami in z izobraževanji, ki so še bolj ciljno usmerjena v to, da strankam dajo hitro in konkretno vrednost,« je konkretiziral rešitve Robert Rolih. Violeta Bulc meni, da je poslovni svet v tem trenutku resno izzvan. »Potrebna bo sprememba strukture umeščanja lastnosti ljudi v poslovne modele in sisteme. Naj pojasnim: v delovnih okoljih, kjer je prevladovala produktivnost kot vir ustvarjanja razmeram in naložb v ljudi,« je na zanimiv paradoks opozorila Violeta Bulc.



Violeta Bulc: Osebo preprosto vem, da je vseživljenjsko izobraževanje zame edini odgovor na izzive sodobnega časa.

materialnim virom. V dobi inovativnosti človeka razumemo kot človeški kapital. V sodobnih poslovnih okoljih se govori o ljudeh. Spremembi odnosa do ljudi, ki jih spodbujajo potreba po ustvarjanju vrednosti, bi se morali prilagajati tudi načini delovanja in umeščanja odnosov z ljudmi v organizacijske strukture, poslovne modele. Pa se ne. To je resen izziv. Najpogostejši odgovor je zmanjšanje stroškov in naložb v ljudi,« je na zanimiv paradoks opozorila Violeta Bulc.

Osnovna vibracija izhaja iz vodstva

Mnogi omenjajo, da nismo več le družba znanja, ampak zorimo v družbo zavedanja. Ko razum presežemo razsežnosti, ki spodbujajo naravno sozvočje, povezanost, harmonijo in integriteto. Kako prilagojeni so na te trende izobraževalni procesi? »Prehod podjetij na raven nove zavesti se ne bo zgodil čez noč. Podjetje je vpeto v celotno družbenopolitično dogajanje in je potrjeno silnicam ravni zavesti okolja, v katerem deluje. Seveda pa ima na to okolje tudi vpliv in ga soustvarja. Zato že mnoga podjetja pogumno iščejo stik z ozaveščenimi tržnimi segmenti, naj bo to na področju ekologije, etike, pravične trgovine ali moralnega kapitalizma. Proces je sprožen. Z vsakim dnevom je tok močnejši. Osnovna vibracija pa izhaja iz vodstva in lastnikov,« meni Violeta Bulc, ki pri svojem delu sledi svojem notranjemu ključu in ga ves čas testira v realnem svetu. Uvidi po njenem namreč nimajo evoliucijske komponente. Pridejo, ko si pripravljen. Na nas posameznikih pa je, da jih znamo na pravi način umeščati v prostor.

Definirajmo lastnosti, ki jih je treba razviti

Veliko se govori o osebni rasti in koncept, da je posameznik v poslovnem okolju le delavec, danes preprosto ne vzdrži več. »Pomembno je, da razumemo, na kakšni stopnji razvoja zavesti so ljudje, s katerimi sodelujemo, in kakšne so naše ambicije, ki bi jih želeli s podjetjem doseči. Potem pa definiramo lastnosti, ki jih je treba v podjetju razviti ali angažirati od zunaj, da bi ljudje lahko soustvarjali ambicije, ki jih ima podjetje. Upravljamo razkorak med dejanskim in zelenim stanjem,« je izpostavila Bulc, ki meni, da je odgovornost na strani nosilca informacije. Rolih pa je poudaril, da je pri vsem izjemno pomembno ohranjati vrednosti etike in osebne integritete, ki jih aktivno vključuje tudi v svoja izobraževanja. »Verjamem namreč, da se ti dobro povrne z dobrim in obratno,« je poudaril sogovornik, ki mu sledenje notranji integriteti prinaša mnogo pozitivnega.

tematska priloga
oglasnega trženja



Robert Rolih: Posameznik naj svojemu nadrejenemu pove, na katera izobraževanja bi rad šel in kakšne koristi bo imel od tega. Nato pa najpomembnejše – kakšne konkretne koristi bo imelo podjetje od tega.

Zaposleni predlaga, kaj in koliko naj podjetje vложи vanj

Na poti do osebne rasti je treba vzeti vajeti v svoje roke in z jasno namero o potrebi po vlaganju v naše znanje prepričati nadrejene. Kaj svetujejo profesionalci? »Zelo enostavno. Preprosto naj mu pove, na katera izobraževanja bi rad šel in kakšne koristi bo imel od tega. Nato pa najpomembnejše: kakšno dodano vrednost in kakšne konkretne koristi bo imelo podjetje od vsega skupaj in kakšne koristi bo imel šef osebno,« je poučil Rolih. Violeta Bulc pa je poudarila, da mora najprej vsak pri sebi razumeti, kdo je in kje vidi svoje poslanstvo, katere so poti, ki jih namerava v življenju prehoditi, in nato lahko presodi, kje in kako lahko z navedenim prispeva k razvoju podjetja kot živega organizma. »Še nato sledijo dogovori z vodjo o možnem prispevku k (dodani) vrednosti podjetja. Zaposleni predlaga, kaj in koliko naj podjetje vложи vanj, da bo lahko polno soustvarjal uspeh. Dogovor se potem med letom spremlja, nadgrajuje, vrednoti in prilagaja dejanskim potrebam, ki so živa materija. Tako naj bi bilo v sodobnih organizacijah,« nam je profesionalni pristop razkrila Bulc, ki pri svojem delu opaža tudi to, da mnogi vodje nimajo potrebnih znanj za ravnanje z ljudmi, zato je pogajanje velikokrat naporno ali pa do njega sploh ne pride. Poudarila je tudi to, da pri tem največ izgublja podjetje samo.

Potrebna po celostnem razvoju

Kam sodita pri vsem intuicija in koncept morda bolj ženskega principa načrtovanja? »Intuicija je, kolikor vem o njej v tem trenutku, naravno orodje, s pomočjo katerega dostopamo do nezavednega, do vsega tistega, kar je v nas in okoli nas, do česar um sam po sebi ne more seči. To nezavedno se polni iz našega genetskega spomina, vibracij trenutka v prostoru in iz kolektivne zavesti. Od tod prihajajo uvidi. Danes se zavedamo, da so informacije, ki prihajajo prek intuicije, enako pomembne za proces odločanja kot tiste, ki jih pridobimo z učenjem in izkušnjami. Od tod tudi potreba po celostnem razvoju ljudi,« je pojasnila Violeta Bulc, ki meni, da je življenje eno samo vznemirljivo potovanje, polno zorenja, izzivov in transformacij. »Takšna je pač narava življenja,« je sklenila Bulc. Tudi Robert Rolih meni, da je intuicija na poti izredno pomembna.

»S pomočjo intuicije nam naša podzavest sporoča, kaj bi bilo pametno narediti. In navadno ima podzavest prav večkrat kot vest. Zato intuicijam dajmo več pozornosti. Predstavniki podjetij so vključeni v procese bodisi dolocanja strateških usmeritev fakultete, kot tudi sprememb študijskih vsebin. Fakulteta ima 6 strateških partnerjev – največjih podjetij/zaposlovalcev diplomantov

poslovno izobraževanje

Znanje tujih jezikov je vselej prednost

Optimalna starost za uvajanje otroka v svet tujih jezikov je pred šestim letom starosti

Irena Račič

Znanje tujih jezikov je v današnjem globalnem svetu pravzaprav že kar nujna; posameznik, ki obvlada več jezikov uživa številne gospodarske in družbene prednosti prostega pretoka v Evropski Uniji. Poznavanje tujih jezikov pomeni konkurenčno prednost za mednarodno poslovanje podjetij in pri iskanju zaposlitve. Za učenje jezika ni nikoli prezgodnja, a vendar je najbolje, če z usvajanjem jezika pričemo v zgodnji mladosti. »Zelo pomembno je, da se otrok začne učiti in usvajati tuj jezik že v zgodnjem otroštvu,« poudarja direktorica jezikovnega centra Mint International House Hergouth Kolečič ter dodaja, da je optimalna starost za uvajanje otroka v svet tujih jezikov pred šestim letom starosti, saj je takrat otrok nadvse dojemljiv za



razvoj novih jezikovnih zmožnosti ter neobremenjeno sprejema tuj jezik na naraven način. »Dokazano je namreč, da se možnosti za usvojitve kateregakoli jezika znatno zmanjšajo po 12 letu starosti. Pred tem ima otrok polni potencial za razvoj jezikovnih zmožnosti v več kot le enem jeziku, otroku pa lahko tako bolj učinkovito in naravno približamo tuje jezike.«

Do šestega leta ima vsak izjemen posluš

Zdi se, da se nekateri posamezniki hitreje in lažje učijo tujega jezika: pravimo, da imajo večji talent za jezike. Našo sogovornico smo povprašali, ali so te razlike pri otrocih manjše in novo znanje lažje usvajajo kot bi kasneje. »Če omenimo predvsem predšolske otroke, kjer se jezik usvaja preko poslušanja in govorenja, je seveda posluš za jezike še kako pomemben. Do šestega

leta ima vsak otrok izjemno razvit posluš, zato se lahko tudi vsak otrok nauči materinščine. Talent za tuje jezike ima tako vsak, pomembno je le da se ga zna izkoristiti s pomočjo pravih metod in usposobljenih učiteljev,« razlaga Hergouth Kolečičeva, ki poudarja, da pri njih skrbno izberejo učitelje in učbenike ter na ta način omogočajo, da so otroci deležni najboljšega.

Slovenščina ni ogrožena

Glede zgodnjega učenja tujih jezikov pa imajo mnogi starši pomisleke: menijo, da bodo na ta način otroci preobremenjeni. Morda je to prepričanje »krivo«, da v primerjavi s tujino na tem področju zaostajamo. Evropska raziskava Eurobarometer je leta 2005 pokazala, da je recimo več kot polovica angleških staršev menila, da je pravi čas pred šestim letom, medtem ko se s to mislijo strinjalo le 27 odstotkov

slovenskih staršev. Toda glede na vpis v otroške tečaje v jezikovnem centru Mint International House, tako Hergouth Kolečičeva, zaznavamo, da slovenski starši vedno bolj sledijo novim spoznanjem o zgodnjem učenju tujih jezikov in tako vpisujejo otroke že od četrtega leta dalje. V skupinah jezikovnega centra Mint International House se otroka na naraven in zabaven način vpele v svet tujih jezikov, še dodaja naša sogovornica in staršem, ki so v skrbeh, da bo z učenjem tujega jezika ogrožena materinščina, odgovarja, da slovenščina kot jezik ni ogrožena. »Z materinim jezikom je otrok obkrožen že od samega začetka in je tako vložek materinščine prisoten v zadostni meri, tako z jezikovnega kot kulturnega vidika. Z znanjem tujih jezikov pa otrok le še bolj obogati svoje vrednote z medkulturnim spoznavanjem in povezovanjem novih znanj.«

Most med fakulteto in gospodarstvom

Primer Ekonomske fakultete v Ljubljani in njenega sodelovanja z gospodarstvom se tudi v tujini izpostavlja kot primer dobre prakse

Znanje je vseh obdobjih zelo pomembno, toda podjetja, ki bodo v tem trenutku nehala vlagati v razvoj kadrov, bodo zagotovo težje konkurenčna. Je priprava Monika Lapanja, direktorica Centra poslovne odličnosti Ekonomske fakultete v Ljubljani.

Center poslovne odličnosti Ekonomske fakultete (v nadaljevanju CPOEF) je bil ustanovljen lani. Kaj je spodbudilo njegov nastanek?

Sodelovanje z gospodarstvom je pri doseganju kakovosti vsake poslovne šole izjemnega pomena. In zelo pogost organizacijski model najboljših mednarodnih poslovnih šol je, da je to področje samostojno, ločeno od fakultete. Običajno se tako vsebine kot način dela za izobraževanje posameznikov z delovnimi izkušnjami, še posebej pa vrhnjega managementa, razlikujejo od tistih, ki spadajo na področje rednega ali javne-

fakultete. Člani Alumnij kluba Ekonomske fakultete, ki v tem trenutku štejejo preko 7000 aktivnih članov, prepletajo vrhnji in srednji management slovenskega gospodarstva in zasedajo tudi zelo vplivna mesta v tujini. Vedno obstaja želja po povečanju vsega naštetega, pa tudi prostor za intenziven prenos in prakti uporabnega znanja, bodisi v obliki izobraževalnih programov ali svetovalec dela. In to je osnovno poslanstvo CPOEF.

Primer Ekonomske fakultete se izpostavlja kot primer dobre prakse. To dokazujejo tudi certifikati kakovosti. Kateri?

Ekonomska fakulteta v Ljubljani je lastnica dveh najpomembnejših certifikatov kakovosti v visokošolskem izobraževanju, evropskega EQUIS in ameriškega AACSB. To jo uvršča med 44 šol v Evropi in 80 šol na svetu, ki imajo ti dve



Monika Lapanja: Ekonomska fakulteta v Ljubljani je lastnica dveh najpomembnejših certifikatov kakovosti v visokošolskem izobraževanju.

gaizobraževanja. Zato je namen učinkoviti prenos in prakti uporabnega znanja, hitra odzivnost in fleksibilnost, kar se kaže v dodani vrednosti za obe vključeni strani: podjetje in fakulteto. Ekonomska fakulteta se je npr. zgleđovala po modelu London School of Economics, Copenhagen Business School, itd.

Kako poteka omejeni prenos znanja?

V študijskem letu 2011/2012 je 183 strokovnjakov poslovne prakse gostovalo v diplomskih in podiplomskih programih, v programih poslovnega izobraževanja je bilo v preteklih letih do 60 odstotkov predavateljev iz prakse. Studenti se med svojim študijem zares srečajo s konkretnimi primeri iz prakse, ekipo delo na projektih – poslovnih problemih, ki jih reševanje posredujejo podjetja, je stalnica. Predstavniki podjetij so vključeni v procese bodisi dolocanja strateških usmeritev fakultete, kot tudi sprememb študijskih vsebin. Fakulteta ima 6 strateških partnerjev – največjih podjetij/zaposlovalcev diplomantov



Studenti se med študijem zares srečajo s konkretnimi primeri iz prakse, ekipo delo na projektih – poslovnih problemih, ki jih v reševanje posredujejo podjetja, je stalnica.

Je poslovno izobraževanje pomembnejše kot kdajkoli prej, ko se soocamo s toliko izzivi?

Znanje je vseh obdobjih zelo pomembno, je pa res, da bodo podjetja, ki bodo v tem trenutku nehala vlagati v razvoj kadrov, zagotovo težje konkurirala podjetjem z neprekinjenim pridobivanjem aktualnega znanja. Pomembno je, da imajo podjetja dostop do kakovostnega znanja, ki je uporabno za reševanje njihovih poslovnih problemov in upoštevanje njihove dejanske potrebe. Prav iz tega razloga se podjetja pogosto odločajo za tako imenovane imenovane »in-company« programe. Sestavimo jih ob tesnem sodelovanju z vodstvi podjetij, vsebine vključujejo obravnavo konkretnih primerov in problemov, reševanje le teh pa običajno prinese dolgoročno uporabne rešitve, kar poleg pridobljenega znanja predstavlja dodatno vrednost takega programa. zdd



Najprej mora vsak pri sebi razumeti, kdo je in kje vidi svoje poslanstvo, katere so poti, ki jih namerava v življenju prehoditi. Nato lahko presodi, kje in kako lahko z navedenim prispeva k razvoju svojega podjetja.

Boljša prihodnost pripada izobraženim

DODIPLOMSKI PROGRAMI

- Marketing
- Poslovna administracija
- Poslovanje
- Organiziranje in menedžment socialnih dejavnosti
- Menedžment vseživljenjskega izobraževanja

MAGISTRSKI PROGRAMI

- Mednarodno poslovanje
- Organiziranje in menedžment socialnih dejavnosti
- Menedžment vseživljenjskega izobraževanja

Informativni dnevi vsak teden klasično in online.
Pričakujemo vas.

Prešernova 1, 2000 Maribor
Tel: 02 228 38 90 | fakulteta@doba.si | www.fakulteta.doba.si

DOBA
Fakulteta
za uporabne poslovne
in družbene studije
Maribor

tematska priloga oglasnega trženja

Več informacij:
Univerza v Ljubljani
Ekonomska fakulteta
Center poslovne odličnosti
Kardeljeva ploščad 17
1000 Ljubljana
+386 1 5852 495
WWW.EF.UNI-LJ.SI/IMBA

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

AACSB
ACCREDITED

PRIJAVE 2013/2014 www.ef.uni-lj.si/mba