

Učinkovit in trajen prenos znanja

Ljubljana, 06. 09. 2023





Učinkovit in trajen prenos znanja

Uvodni nagovor

dr. Boštjan Mali - bostjan.mali@gozdis.si

Ljubljana, 06. 09. 2023

PRENOS ZNANJA

Današnja delavnica bo potekala takole...

8:45 – 9:00	<i>Registracija udeležencev</i>
9:00 – 9:15	Uvodni nagovor (dr. Boštjan Mali)
9:15 – 11:00	Razlika med prenosom znanja in osveščanjem (Vesna Stanić)
11:00 – 11:30	<i>Odmor</i>
11:30 – 13:00	Komunikacijski kanali in njihove značilnosti (Vesna Stanić)
13:00 – 13:45	<i>Kosilo</i>
13:45 – 15:00	Uporaba sodobnih tehnologij pri prenosu znanja
15:00 – 15:15	Ocena izvedbe delavnice in zaključek delavnice

Prenos znanja in sodobne tehnologije

Vesna Stanić

Strateško komuniciranje in digitalni marketing

Ljubljana, 6. september 2023

Predstavitev udeležencev

Kaj o skupini pravijo rezultati ankete?

- 4/5 vprašanih se nekajkrat letno udeleži izobraževanj.
- 2/3 vprašanih se redko udeležuje komunikacijskih izobraževanj.
- 79 % vprašanih uporablja spletne učilnice, 48 % spletne ankete pred in po izobraževanjih. Družbena omrežja uporablja 17 % vprašanih.
- Pri izobraževanju je vprašanim najbolj pomembno:
 - nova znanja in izkušnje (97 %)
 - vsebina (79 %)
 - dostopnost izobraževanja (38%)
 - mreženje (34 %)
- Koristi izobraževanj: primeri iz prakse, nova znanja, aktivno sodelovanje.

PROGRAM

- 8:45-9:00 Registracija udeležencev
- 9:00-9:15 Uvodni pozdrav
- 9:15-11:00 Razlika med prenosom znanja in komuniciranjem
Pomen tehnologij
VAJA: Oblikovanje person
- 11:00-11:30 ☕
- 11:30-13:00 Kako opredelimo komunikacijske cilje?
Zgodbe, nauki in ključna sporočila
VAJA: Oblikovanje zgodb z referenčnimi točkami
- 13:00-13:45 🥗🍲🍜🍜
- 13:45-15:00 Uporaba sodobnih tehnologij pri prenosu znanja
Varnostni vidik
Praktični primeri
VAJA 1: primerjava analogno vs digitalno
VAJA 2: Elevator pitch

Kaj potrebujemo, da bomo
danes dobro delali?

Univerzalno učinkovite tehnologije ne obstajajo.

Lahko pa koristijo številnim.

Prenos znanja

- znanstvene in strokovne ugotovitve, študije, podatki, analize, dobre/slabe prakse ...
- praktična uporabnost pri vsakdanjem delu

Komuniciranje

- način posredovanja informacij
- poslovna funkcija
- strateško vodeno, taktično vrednoteno

Še tako koristno znanje je z neučinkovitim komuniciranjem neuporabno.

© 2000 Randy Glasbergen.
www.glasbergen.com



"THE COMPUTER SAYS I NEED TO UPGRADE MY BRAIN
TO BE COMPATIBLE WITH ITS NEW SOFTWARE."

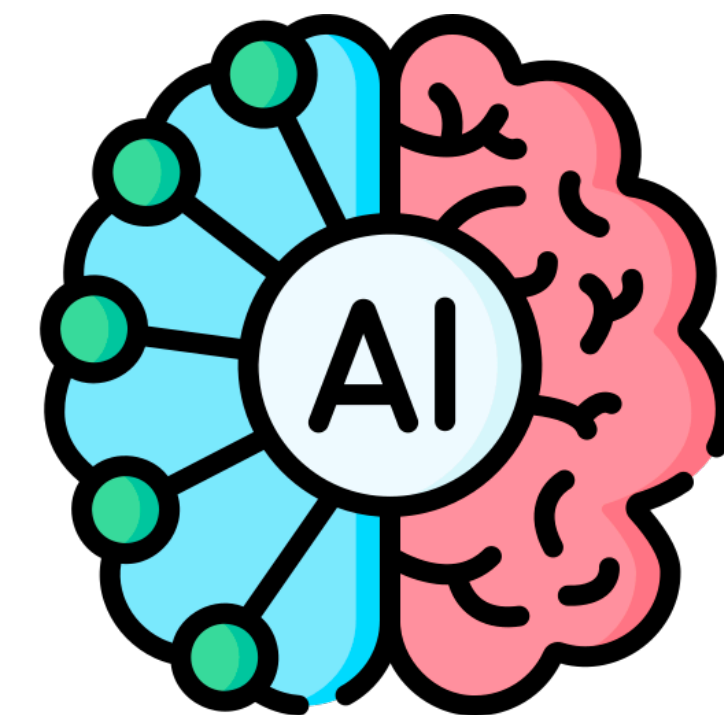
TEHNOLOGIJE

Brez ljudi
niso
uporabne


Predoziranje
škoduje

Omejena
uporabnost

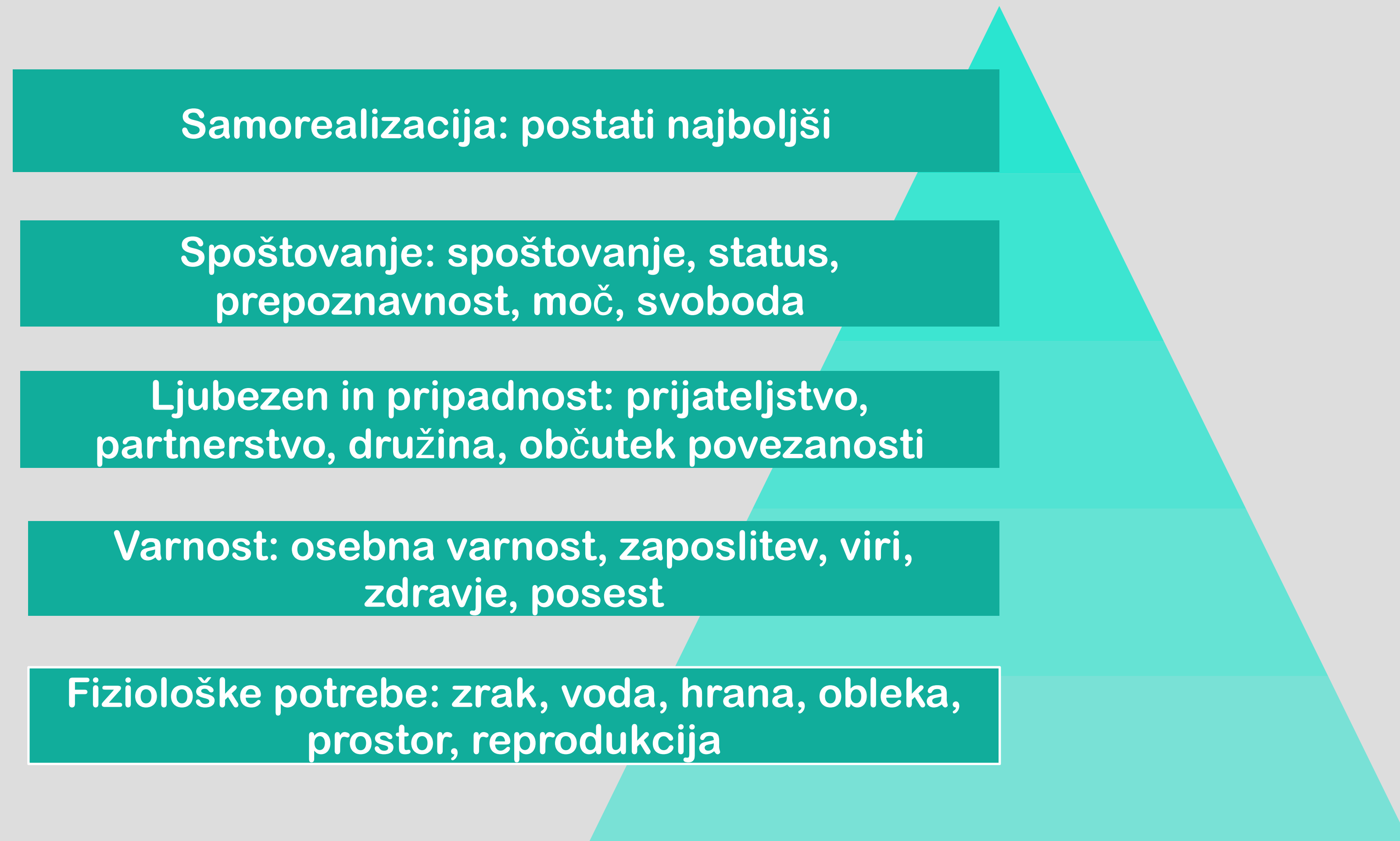
Spremembe
so stalnica



Delovanje ljudi

**Vedno komuniciramo
s  na drugi strani.**

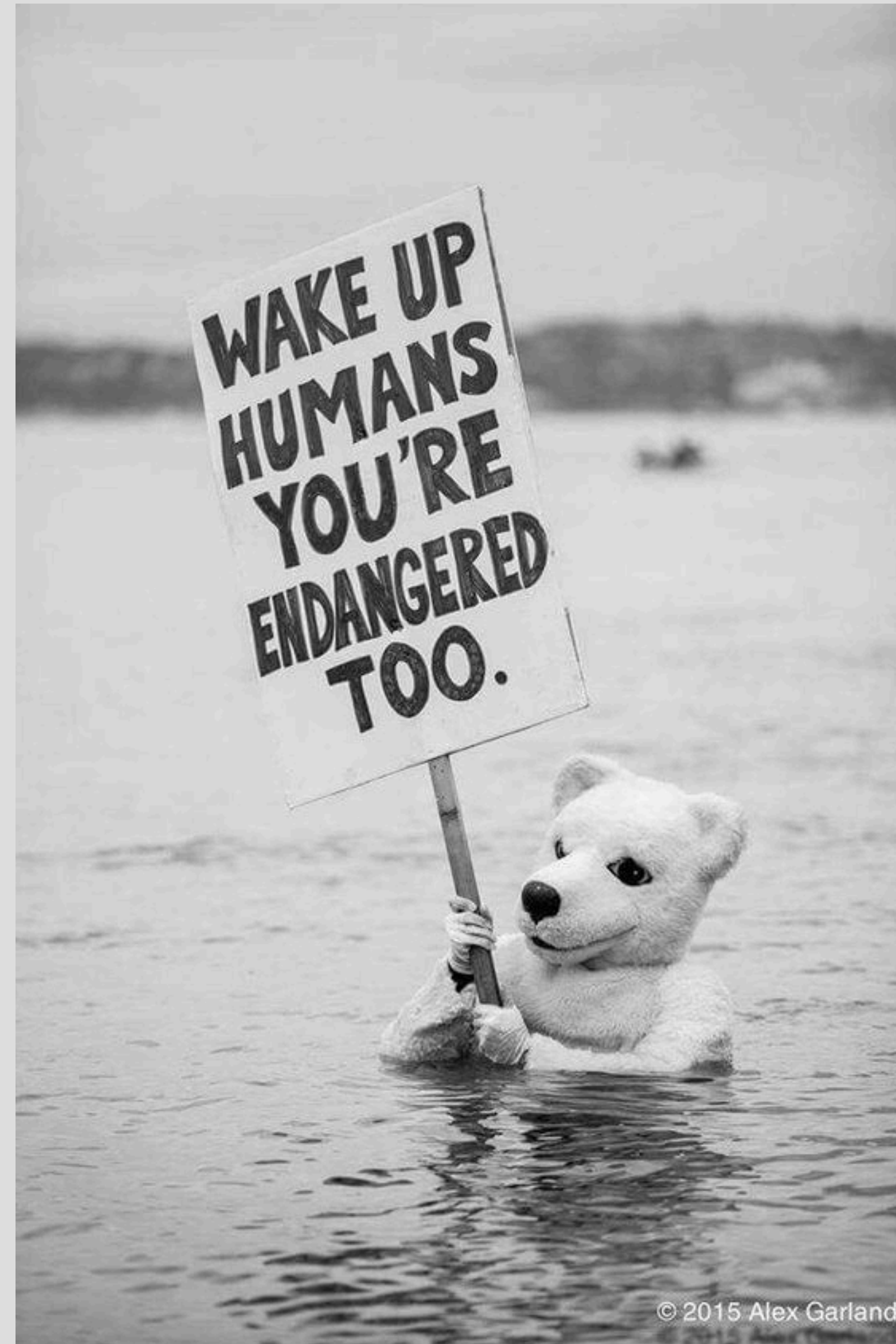




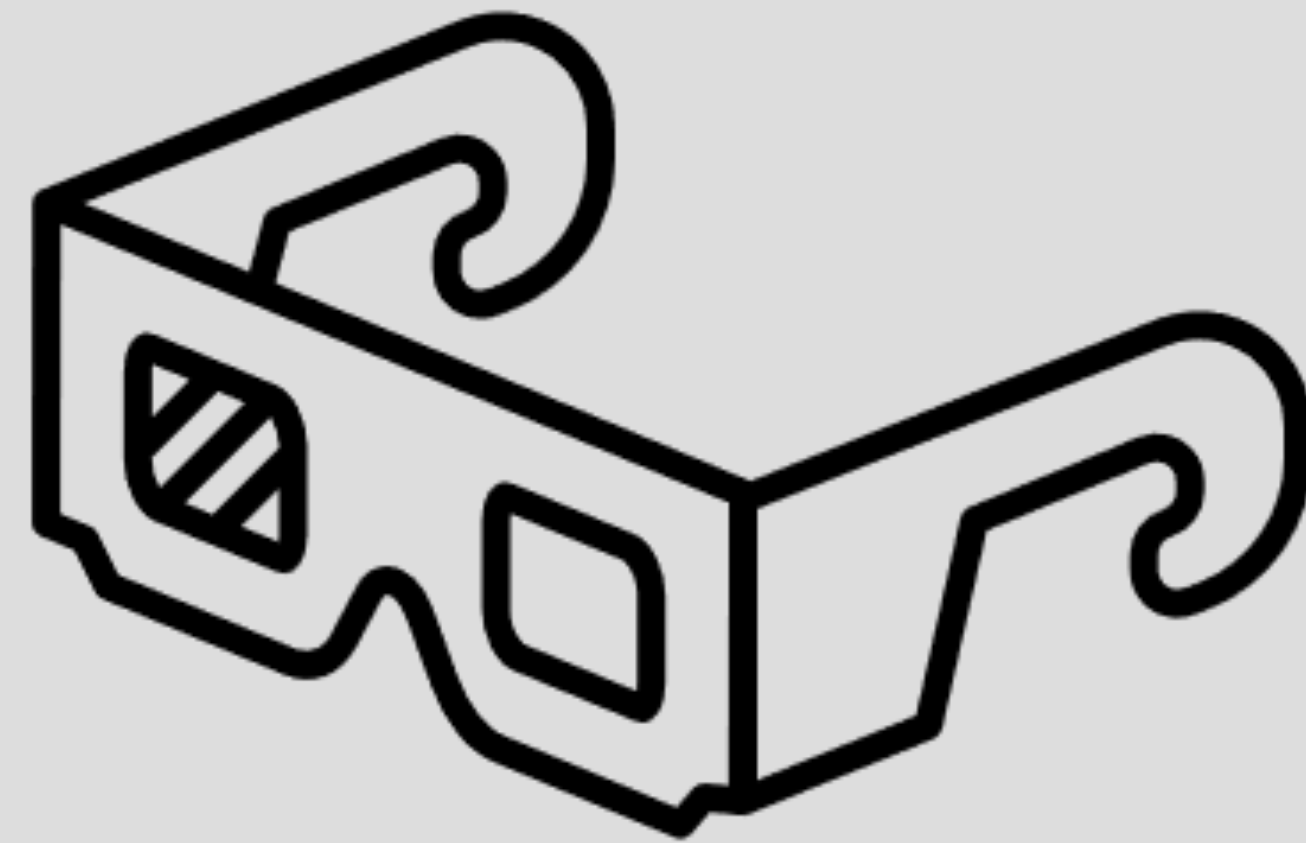
Abraham Maslow: hierarhija človekovih potreb

Ne razmišljamo v
številkah in besedah.

Informacije
predelujemo s
SLIKAMI in
ČUSTVI.



Nismo racionalna vrsta.



1- Dobimo informacijo /
informacije

2- Predelajo jo **centri za čustva**

3- Si jo razložimo

4- Se odločimo o vedenju

5- Spremenimo vedenje





Vizualno

Pogled
Slika
Videti
Predstavljati si
Jasnost



Avditivno

Zvok
Poslušati
Prebrati
Povedati
Govoriti



Kinestetično

Čutiti / občutiti
Dotakniti se
Počutiti se
Povezati se

+ neskončno pisan svet

**3 – 5
sekund**



**Nismo odgovorni za
komunikacijo drugih.**

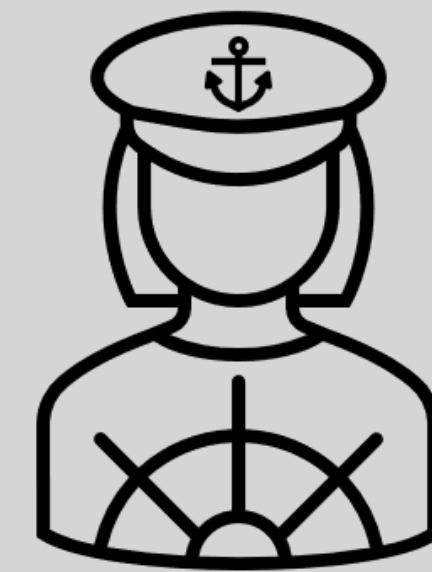
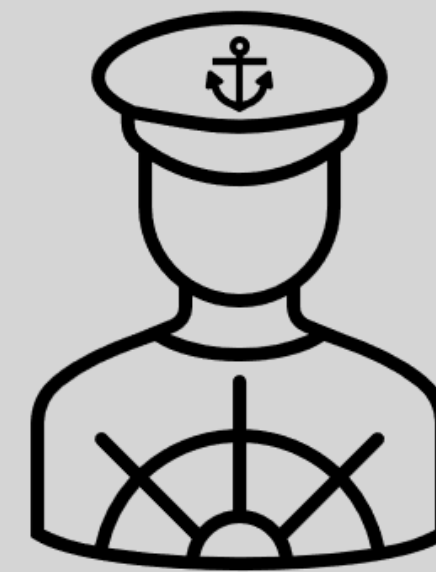
**V celoti smo odgovorni za
svoje komuniciranje.**



Vsak je sam svoj kapitan

Obvladovanje svojega delovanja / reakcij

- Razumevanje drugih
- Skupne rešitve
- Učinkovitost



DOLGOROČNI ODNOSI

Priprava na vsak stik = priprava na grajenje odnosov

Aktivno poslušanje (spraševanje, preverjanje razumevanja)

Pisno, vizualno, verbalno, neverbalno

Jasno in točno

Spoštljivo

Empatično

Razvijanje zaupanja



Koga želimo s seboj na poti?

Oblikovanje person



**Vsi
z neomejenim časom
in
proračunom**



Ciljne skupine vs. persone

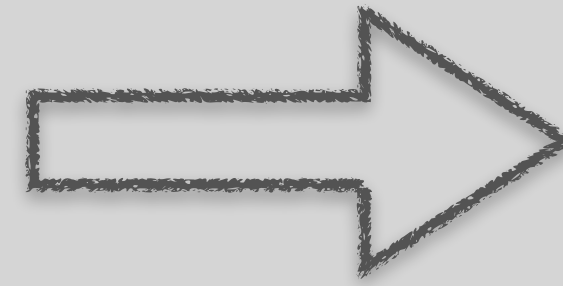


skupnosti

osebnosti

oblikovane na podlagi demografskih in vedenjskih lastnosti

**CILJNE
SKUPINE**



PERSONE

Družboslovno raziskovanje

- raziskave, ankete, medijske analize, analitika spletnih mest, družbenih omrežij
- demografski, sociografski in vedenjski podatki
- uporabniška izkušnja

Oblikovanje person

relevantne ciljne skupine in deležniki
grupiranje podatkov
posebitev in vizualizacija
uporabnost



VAJA: Oblikovanje person

Skupine po 3-4 člane

- Vsaka skupina vzame list in pisalo
- Simbol skupine (poljubno)
- Narišete osebnost
- Odgovorite na vprašanja
- Sledi ... predstavitev osebnosti, ki jo je oblikovala vaša skupina



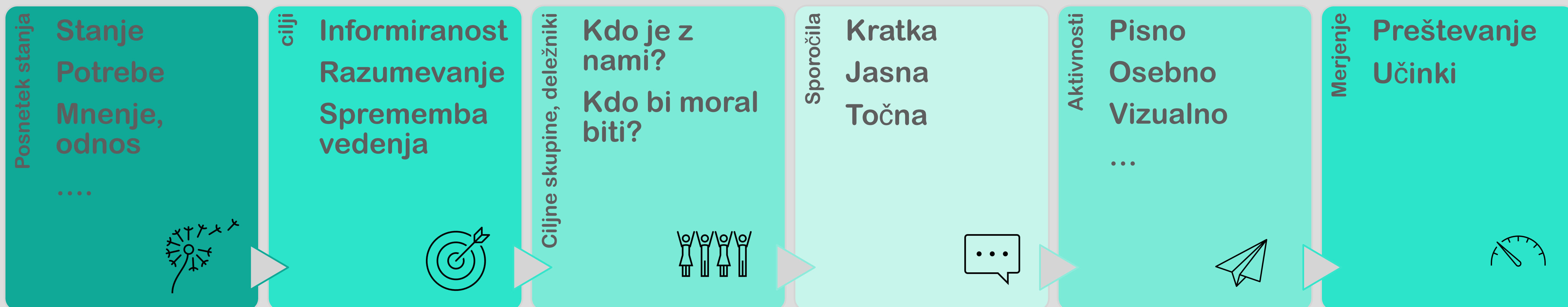
Kaj vse opredelimo pri posamezni personi?

- Ime, spol, starost, kraj bivanja (tip naselja), zakonski status, število otrok
- Zaposlitveni status, izobrazba
- Medijska potrošnja
- Prosti čas
- Odnos do podnebnih sprememb
- Aktivno/pasivno sodelovanje v organizaciji
- Odnos do uporabe tehnologij
- Ne/zainteresiranost za sodelovanje pri prenosu znanj



Odmor za kavo. Vrnemo se ob 11.30

Strateško komuniciranje



Komuniciranje:

- vsakdanja izmenjava informacij, zgodb, navdihov, motivacije ipd.
- proces množičnega sporočanja
- poslovna funkcija

Komunikacijski cilji

**S strateškim
komuniciranjem
dosegamo dolgoročno +
spremembo vedenja.**

10 do 20 let

**Sprememba
vedenja**

2 do 10 let

Razumevanje

1 do 5 let

Informiranost

**Sporočila so vaši ključi –
besedni in vizualni**

**KAJ
ŽELIMO
SPOROČITI?**



**KAJ
LJUDI
ZANIMA?**

Kaj so ključna sporočila?

Ponavljamo jih do nezavesti 😊

- Jasna
- Točna
- Enostavna
- Kratka
- Privlačna
- ~~Katastrofična komunikacija~~



Oblikovanje ključnih sporočil z referenčnimi točkami

Zakaj referenčne točke?

- Pomen neznanega postavljamo v odnos do nečesa vsakdanjega.
- Povečujemo enostavnost razumevanja in pomnjenja.
- Pridobimo večjo pozornost, če ima dodaten čustven naboj.
- Najboljše zgodbe z referenčnimi točkami postanejo nauki, pregovori, reki, slogani...

PRIMERI

"Ti si lepa kakor roža, dolga kakor smreka, brhka kakor hrast."

Vroče je kot v peklu.

Ne dihaj mu za ovratnik.

Prižgali so zeleno luč.

Na koncu dneva sem tako utrujen, da samo dol padem.

Prednost majhnih šol je, da otrok ni številka.

Nimamo Planeta B.

Zemlje nismo podedovali od naših prednikov, ampak smo si jo izposodili od naših potomcev.

Zaradi podnebnih sprememb umirajo severni medvedi.



Oblikujemo ključna sporočila s pomočjo referenčnih točk

1. Razdelite se v skupine po 2-3 osebe.
2. Izberite persono, za katero boste oblikovali ključno sporočilo.
3. Določite tematiko/področje, za katero želite oblikovati ključno sporočilo.
4. Potek dela v skupini:
 - 5 min: vsak zase razmišlja o ključnem sporočilu
 - 15 min: razprava v skupini: vsak prebere eno ključno sporočilo, vsi v skupini podajajo svoje predloge o morebitnih spremembah.
5. Zapišete končno verzijo.

Na koncu izberete eno ključno sporočilo, ki ga boste predstavili vsem udeležencem.

Na podnebne spremembe se prilagajamo tako hitro, kot da se dogajajo samo za desetimi gorami in desetimi vodami.

Podnebne spremembe imamo na lastnem dvorišču.

Nepoznavanje ciljnih skupin je kot nepoznavanje drevesnih vrst v gozdu.



Odmor za kosilo. Vrnemo se ob 13.45

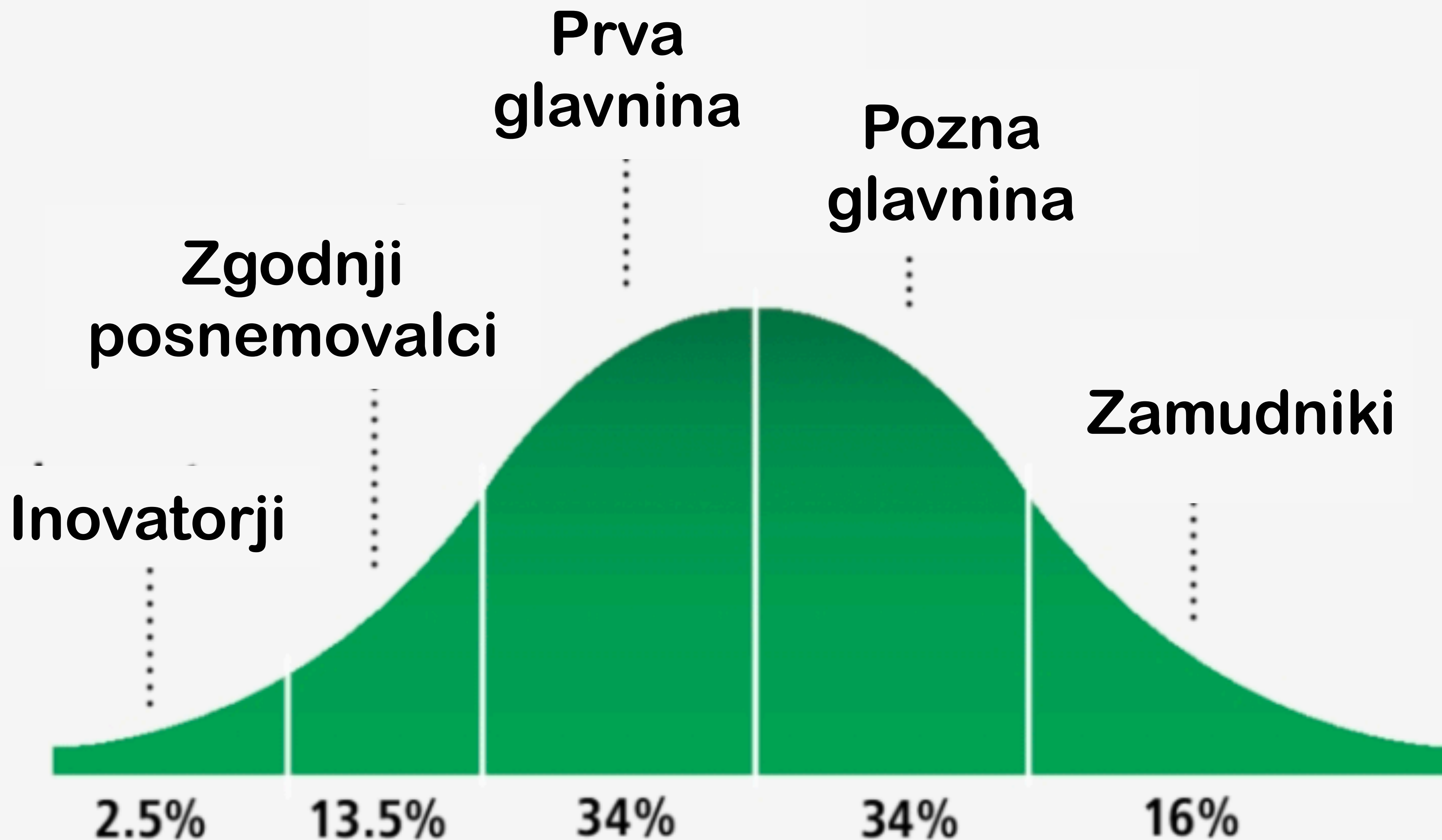
Uporaba tehnologij pri prenosu znanja

Tehnologija je delovno orodje.

Ne uporabljajte kladiva, če želite prižgati ogenj.

- ➔ Udeležencem olajšamo proces pridobivanja novih znanj.**
- ➔ Omogočimo hitrejši in boljši prenos informacij.**

Življenjski cikel novih tehnologij



Mobilne in
namizne
aplikacije

Kratke in
motivacijske
vsebine

Ankete, mnenja:

Mentimeter, Slido, 1ka, Google Forms

Izmenjava mnenj, vprašanja:
forumi, Google Groups

Spletna izobraževanja:

Coursera, YouTube, TEDed.com

Deljenje uporabnih člankov, videov

Grajenje skupnosti:

Viber, WhatsApp

Facebook zaprte skupine

Twitter/X

Spletne učilnice

30 -60 min

Aplikacije:

Zoom, Webex, GoToMeeting, Google Meeting

Virtualne sobe, ankete, pogovorno okno

LIVE prenosi

Vključene kamere

Interakcija

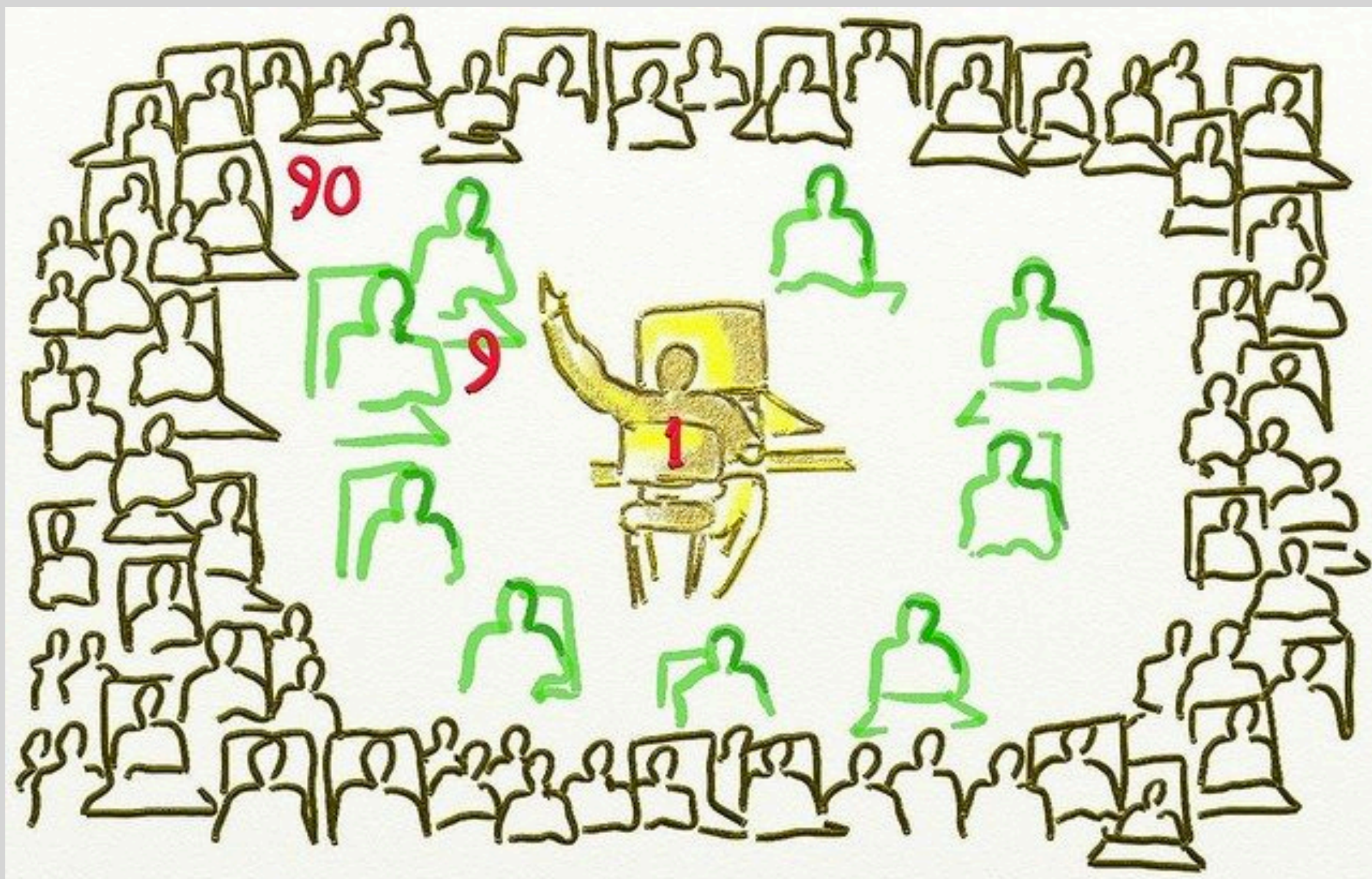
**Glasovalne
naprave**

Najem ali nakup glasovalnih naprav

Učni proces

Večji dogodki

Interes za nekaj novega ali strah pred novim



1 % ustvarjalcev

9 % komentatorjev

90 % opazovalcev


Razmerje med aktivnimi in pasivnimi udeleženci je odvisno od:

- medija
- časovne vmestitve
- aktualnosti vsebin
- oblikovanja vsebin

Primeri iz moje prakse

PRIMERI

1. Video serije
2. Podcast-i
3. Live prenos (s terena)
4. medium.com



The Forest School Podcast

Children of the Forest

EDUCATION · MONTHLY · 📅

This is the Forest School podcast, where Gemma and Lewis talk in depth about Forest School, book reviews and child development in the UK. [Children of the Forest Links;](#) [MORE](#)

▶ Latest Episode

Episodes

[See All](#)

1 AUG · 📅

'Do we make kids move too much?' and 'Are we encouraging aggression at Forest School?' 1h 12m

Support The Forest School Podcast on Patreon for bonus episodes and ad-free episodes at www.patreon.com/childrenoftheforest 🌲 🎧. --- Join our vi...

11 JUL · 📅

Play is More Playful When it is Age-Mixed - by Peter Gray 54 min

<https://petergray.substack.com/p/12-age-mixed-play-iii-play-is-more>
Support The Forest School Podcast on Patreon for bonus episodes and ad-free episodes at www.patreon.com/childrenoftheforest 🌲 🎧. --- Join our vi...

25 JUN · 📅

'The Autistic Guide to Adventure' with Allie Mason 57 min

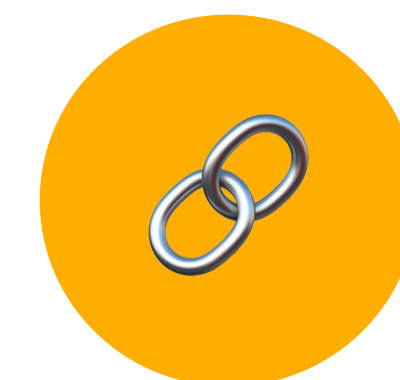
<https://uk.jkp.com/products/the-autistic-guide-to-adventure> Support The Forest School Podcast on Patreon for bonus episodes and ad-free episodes at www.patreon.com/childrenoftheforest 🌲 🎧. --- Join our vibrant commu...



Sustainable Tourism: Training for Tomorrow



SUSTAINABLE TOURISM



Delavnice digitalnega marketinga

1. Premostitev generacijskih razlik: delo v parih
2. Uporaba novih aplikacij:
 - deliš aplikacije, ki jih sam redno in aktivno uporabljaš
 - predhodna navodila za aktivacijo na mobilnih ali namiznih napravah
 - enostavne praktične vaje na delavnici
 - domače naloge
3. Viber/WhatsApp/Facebook skupine:
 - vprašanja pred delavnico
 - deljenje uporabnih vsebin na daljši rok
4. Individualne konzultacije s konkretnimi primeri

emplifi.io

- 1. Za zahtevne uporabnike digitalnega marketinga**
- 2. Prilagojeno poslovanju vsake organizacije (prenos znanj je fokusiran na doseganje poslovnih ciljev)**
- 3. Oblike prenosa znanj:**
 - Treningi na zahtevo**
 - Vodiči in videi**
 - Certificiranje**
 - Webinarji**

1. "Stara šola" razprav
2. Google Groups
3. proboards.com / freeforums.net
4. Trajna vrednost

Forumi

The screenshot shows a forum interface for 'Iamvessna'. The navigation bar includes links for Home, Help, Search, Members, Admin, Profile, and Messages. The breadcrumb trail indicates the current location: Iamvessna > General Discussion > Dobrodošli na forumu!.

The main content area features a poll titled 'Dobrodošli na forumu!' with the question 'Kako pogosto uporabljate forume?'. The poll options and their current status are as follows:

Option	Rank	Votes	Percentage
<input type="checkbox"/> Nikoli	1st	0	0%
<input type="checkbox"/> Včasih	1st	0	0%
<input type="checkbox"/> Redko	1st	0	0%
<input type="checkbox"/> Pogosto	1st	0	0%
<input type="checkbox"/> Stalno	1st	0	0%

There have been 0 votes by 0 voters. [View Voters](#) - [Lock Poll](#)
This poll will automatically lock on Sep 30, 2023 at 12:00am.

Below the poll, a post by 'Admin Administrator' is shown, dated '11 minutes ago'. The user has a profile picture and a star rating of five stars. The post content reads: 'V tej niti lahko napišete svoja mnenja ali vprašanja.' The user's profile information indicates they have 2 posts and are currently online.

Vaja: "Elevator pitch"

Vaja: Analogno vs digitalno

ZAKLJUČEK



**AHA
MOMENT**

Hvala za vaš čas in aktivno sodelovanje.

Vesna Stanić, iam.vessna@gmail.com
iamvesna.com
Facebook [@vesna.stanic](https://www.facebook.com/vesna.stanic)
Instagram [@vvessnna](https://www.instagram.com/vvessnna)



Učinkovit in trajen prenos znanja

Razprava

Vesna Stanić, iam.vessna@gmail.com __

Ljubljana, 17. 05. 2023

Ocena današnje delavnice



Link: [https://
www.menti.com/
alz1rx6ak1vd](https://www.menti.com/alz1rx6ak1vd)



Učinkovit in trajen prenos znanja

Zaključne misli

Vesna Stanić, iam.vessna@gmail.com __

Ljubljana, 06. 09. 2023