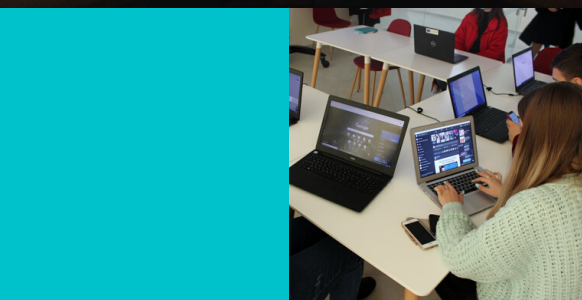
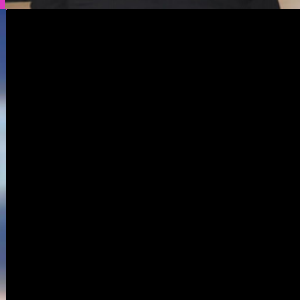


COMPASS
Towards European University
Lifelong Learning in Moldova

ASEM
Academia de Studii Economice a Moldovei



COMPASS

GHIDUL ASEM în domeniul ÎPV

Elaborat: Tatiana Bucos



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Ghidul ASEM în domeniu ÎPV este un livrabil în cadrul proiectului 597889-EPP-1-2018-1-MD-EPPKA2-CBHE-SP, „TOWARDS EUROPEAN UNIVERSITY LIFELONG LEARNING MODEL IN MOLDOVA” (COMPASS), finanțat de către Uniunea Europeană prin intermediul programului Erasmus+, acțiunea cheie 2 Consolidarea Capacităților în Domeniul Învățământului Superior

„Acest proiect este finanțat de Comisia Europeană. Suportul financiar din partea Comisiei Europene pentru acest proiect nu constituie o endorsement a conținutului care reflectă doar părerile autorilor, și Comisia nu poate purta răspundere pentru orice mod de utilizare a informației incluse în prezentul proiect de document”.

CUPRINS:

Introducere	4
Partea 1. Cadrul general al ÎPV universitar	
Abordări conceptuale a ÎPV.....	6
Conceptul ÎPV Universitar (ULLL).....	13
Cadrul legal ÎPV în Moldova.....	15
Partea 2. Recomandări pentru dezvoltatorii de programe ÎPV	
Elaborarea cursurilor ÎPV	21
Livrarea cursurilor ÎPV.....	31
Vânzarea cursurilor ÎPV.....	37
Partea 3. Învățarea pe tot parcursul vieții în ASEM	
Viziunea și prioritățile ASEM în domeniul ÎPV	51
Servicii de formare contunuă oferite de ASEM.....	52
Centre ASEM specializate în oferirea programelor de formare continuă.....	53
Despre proiectul COMPASS	55

Introducere



Ce scop urmărește Ghidul?

Ghidul este destinat profesorilor și experților din mediul real, care doresc să dezvolte cursuri de formare continuă generală și profesională.

Ghidul este divizat în 3 părți:

- ✓ în partea 1, sunt prezentate esența și evoluția conceptului de învățare pe tot parcursul vieții, cadrul regulatoriu și tipurile de programe de formare continuă în Republica Moldova;
- ✓ în partea 2, este descris traseul pe care îl parcurge autorul de cursuri de la formularea conceptului de curs, până la vânzarea acestuia;
- ✓ în partea 3, este prezentată abordarea ASEM a ÎPV, serviciile oferite și Centrele specializate în dezvoltarea programelor de formare continuă.



De ce trebuie să-l folosesc?

Dacă doriți să dezvoltați un program/curs de formare continuă, Ghidul vă va ajuta să identificați ce tip de program puteți dezvolta, să înțelegeți ce tip de certificat/diplomă poate fi oferit beneficiarului, dar și să înțelegeți care sunt pașii pe care trebuie să-i parcurgeți în dezvoltarea programului/cursului.



Cum pot să-l folosesc?

Ghidul poartă atât caracter informativ (părțile 1 și 3), cât și caracter consultativ (partea 2). În partea 2 sunteți ghidat(ă) pas-cu-pas în elaborarea sillabus-ului cursului de formare continuă, obțineți sfaturi cu referire la dezvoltarea conținutului, alegerea canalului de livrare, găsirea răspunsurilor la diverse întrebări legate de marketingul și vânzarea cursului.



Unde pot obține suport?

Dacă sunteți profesor ASEM și/sau expert într-un anumit domeniu și doriți să dezvoltați un program/curs de formare continuă, puteți obține suport la etapele de dezvoltare, digitalizare, marketing, administrare, acreditare curs de la centrele specializate ASEM:

- ✓ Școala de Formare Continuă ASEM, email: formare.asem@gmail.com
- ✓ Centrul de Educație & Servicii ProBusiness, email: smartlab.asem@gmail.com
- ✓ MACIP – email: macip.asem@gmail.com

Autor Ghid: **Tatiana Bucos, dr., conf. univ. ASEM**
Manager proiectul Erasmus+, COMPASS
Director Centrul de Educație & Servicii ProBusiness, SMARTLab ASEM

Partea 1

Cadrul general al ÎPV universitar

Abordari conceptuale a ÎPV

Provocările economice și societale contemporane determină necesitatea de a dezvolta o nouă paradigmă a educației – cea de învățare pe tot parcursul vieții (ÎPV, sau LLL în varianta engleză - abrevierea pentru Lifelong Learning) și conștientizarea faptului că educația nu se finalizează cu obținerea unei diplome sau a unui loc de muncă, învățarea permanentă este o condiție necesară pentru adaptarea la cerințele profesionale, economice, sociale, informaționale și tehnologice mereu în schimbare.

Apărut în anii '70 ai secolului XX, **conceptul învățarea pe tot parcursul vieții** s-a dezvoltat și modificat de-a lungul timpului, avansând în Comunitatea Europeană până la nivel de politici. Actualmente, strategia de învățare pe tot parcursul vieții a devenit o prioritate în politicile educaționale naționale datorită rolului și importanței ÎPV în dezvoltarea economico-socială și în dezvoltarea personală a fiecărui cetățean:

Rolul economic	reduce efectele fenomenelor de "îmbătrânirea profesională" a populației, a migrației forței de muncă, a deficitului de calificări pe piața forței de muncă ș.a.
Rolul social	contribuie la asigurarea echității și coeziunii sociale, promovează cetățenia activă
Impact la nivel personal	stimulează creativitatea, spiritul antreprenorial, responsabilitatea personală, crește veniturile și încrederea în forțele proprii

ÎPV oferă vaste posibilități pentru a răspunde mai bine exigențelor economiei/businessului în raport cu competențele individului¹.

Provocări privind ÎPV în Republica Moldova

Într-un mediu în schimbare rapidă și puternic interconectat, fiecare persoană are nevoie de o gamă largă de competențe, iar dezvoltarea acestora trebuie să se desfășoare în mod continuu, pe tot parcursul vieții. Îmbătrânirea populației și emigrarea unei părți considerabile a persoanelor economic active au condus la reducerea numărului populației cu vârstă de muncă, acestea reprezentând o mare provocare pentru economie.

¹ Bolboceanu A., Cucer A., Pavlenko L. ș.a. *Referințe epistemologice ale asistenței psihologice în contextul învățării pe tot parcursul vieții. Monografie realizată în cadrul Proiectului instituțional Epistemologia și praxeologia asistenței psihologice a învățării pe tot parcursul vieții. Chișinău: Institutul de Științe ale Educației, 2018. P.12*

Tendențele demografice, progresul tehnologic rapid, digitalizarea, schimbările aferente profilurilor și cerințelor profesionale amplifică nevoia de a extinde oportunitățile pentru ÎPV în țara noastră. Totodată, învățarea pe tot parcursul vieții trebuie să se bazeze pe o colaborare strânsă între mediul de afaceri, educație, formare și mediile de învățare. Actualmente, însușirea unui set fix de competențe de către tineri nu mai este suficientă, ei trebuie să acumuleze reziliență, un spectru amplu de competențe și capacitatea de a se adapta continuu la schimbări. Prin urmare, necesitatea și valoarea perspectivei învățării pe tot parcursul vieții în Republica Moldova este mai relevantă decât oricând, iar implementarea conceptului ÎPV a devenit imperativă.

Provocările pe termen lung, precum îmbătrânirea populației, adaptarea la cerințele erei digitale și dezvoltarea competitivității într-o economie globalizată și bazată pe cunoaștere impun **reconsiderarea învățământului pe tot parcursul vieții** la toate nivelele în Republica Moldova, de la cel instituțional până la cel național.

Viziunea UE în domeniul IPV

Parcursul european al implementării ÎPV înscrie o ascensiune continuă, cele mai importante evenimente legate de evoluția conceptului ÎPV, fiind:

Cartea Albă privind educația și formarea

1995

A stabilit cursul Uniunii Europene spre o societate care învață, se bazează pe dobândirea de noi cunoștințe și pe învățarea pe tot parcursul vieții

Summit-ul de la Lisabona

2000

- ✓ A fost anunțată intrarea Europei în epoca cunoștințelor.
- ✓ A fost adoptat documentul "European Communities: A Memorandum on Lifelong Learning", în care s-a constatat că piața muncii solicită permanent îmbunătățirea/înnoirea/actualizarea cunoștințelor, deprinderilor și competențelor profesionale.
- ✓ A fost adoptat **Programul de învățare pe parcursul vieții** care vizează transformarea Uniunii Europene în **cea mai competitivă economie bazată pe cunoaștere din lume**, capabilă de o creștere economică durabilă însoțită de o creștere cantitativă și calitativă a numărului locurilor de muncă și de o mai mare coeziune socială.

În memorandum-ul "European Communities: A Memorandum on Lifelong Learning/Comunitățile Europene: un Memorandum privind învățarea pe tot parcursul vieții"¹, este expus conceptul ÎPV, definiție preluată din **Strategia Europeană privind Ocupare a Forței de Muncă**:

Învățarea pe tot parcursul vieții toate activitățile de învățare, intenționat întreprinse în mod continuu cu scopul de a îmbunătăți cunoștințele, abilitățile și competențele

Memorandumul include șase **mesaje cheie** care oferă un cadru structurat pentru punerea în practică a învățării pe tot parcursul vieții:

1. noi competențe de bază pentru toți;
2. mai multe investiții în resurse umane;
3. inovație în predare și învățare;
4. valorificarea învățării;
5. regândirea îndrumării și consilierii;
6. aducerea învățării mai aproape de casă.

Ulterior conceptul ÎPV a fost dezvoltat și extins.

Comunicatul Comisiei Europene "Making a European area of lifelong learning a reality"

2001

Învățarea pe tot parcursul vieții - toate activitățile de învățare desfășurate pe tot parcursul vieții, cu scopul de a îmbunătăți cunoștințele, abilitățile și competențele, într-o perspectivă personală, civică, socială și sau legată de ocuparea forței de muncă².

Învățarea pe tot parcursul vieții **cuprinde toate etapele și formele de învățare**: de la educația preșcolară până la cea de după pensionare, dar și întreaga gamă de activități de învățare formală, non-formală și informală.

O asemenea abordare a ÎPV a fost precizată de către Serviciul de Cercetare al Parlamentului European³ care a specificat că ÎPV include următoarele **etape ale învățării pe tot parcursul vieții**:

- ✓ educația timpurie (ISCED 0);
- ✓ învățământul general obligatoriu (ISCED 1-3);
- ✓ educația și formarea vocațional tehnică (ISCED 4-5);
- ✓ educația terțiară (ISCED 6-8);
- ✓ educația adulților.

² Making a European area of lifelong learning a reality. Communication from the Commission.COM (2001) 678 final, 21 November 2001, Brussels, 21.11.2001.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0678&qid=1654930105125&from=EN>

³ <https://www.europarl.europa.eu/thinktank/infographics/lifelonglearning/>

Unele din aceste etape, în special, educația adulților, se poate realiza în materie de formare (procesul de dobândire a abilităților sau a comportamentelor necesare pentru desfășurarea unei anumite activități la locul de muncă) și educație formală, non-formală și informală.

Constatare:

Modelul european de învățare pe tot parcursul vieții *proces continuu de oportunități flexibile de învățare, corelând educația și competențele dobândite în instituțiile formale cu dezvoltarea competențelor în contexte non-formale și informale, în special la locul de muncă.*

Anul 2006 a fost numit **Anul European al învățării pe tot parcursul vieții**.

Programul de învățare pe tot parcursul vieții 2007–2013⁴

Program lansat de Consiliul Europei care are menirea să contribuie la dezvoltarea Comunității ca o societate avansată bazată pe cunoaștere, caracterizată de o dezvoltare economică durabilă, însoțită de o creștere cantitativă și calitativă a numărului locurilor de muncă și de o mai mare coeziune socială.

Programul trebuie să sprijine crearea unui ***Spațiu european al învățării pe tot parcursul vieții***.

Implementarea acestui program a permis cetățenilor europeni să ia parte la diferite forme de învățare la toate etapele vieții și să dinamizeze dezvoltarea sectorului de educație și de formare profesională din Europa.

2006

Recomandarea privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții⁵

Prin acest document, Parlamentul European și Consiliul UE recomandă statelor membre să dezvolte ***„furnizarea de competențe-cheie pentru toți ca parte a strategiilor lor de învățare pe tot parcursul vieții”***.

Acest document a stabilit **Cadrul european de referință al competențelor-cheie** și a definit competențele de care fiecare cetățean are nevoie pentru dezvoltarea personală, pentru ocuparea unui loc de muncă, pentru incluziune socială și cetățenie activă.

Întrucât cerințele față de competențe sunt în continuă schimbare, tot mai multe locuri de muncă devin înalt tehnologizate, dezvoltarea competențelor este din ce în ce mai relevantă în vederea

⁴ Programul de învățare pe tot parcursul vieții 2007- 2013. [on-line] http://publications.europa.eu/resource/cellar/9db52226-cb65-4fc1-8837-15be04430cc7.0014.02/DOC_2

⁵ Recomandare a Parlamentului European și a Consiliului din 18 decembrie 2006 privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții. În: Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. L 394/10 din 30.12.2006. [on-line] <https://www.ecalificat.ro/uploads/files/productsitems/0/ Recomandarea Parlamentului European și a Consiliului Europei privind competentele cheie.pdf>

asigurării rezilienței și capacității de adaptare la schimbări. Acest fapt a solicitat revizuirea Recomandării din 2006 și adoptarea în mai 2018 a noilor Recomandări privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții⁶. Conform acestui document, societățile și economiile europene se confruntă cu importante inovații tehnologice și digitale, precum și cu schimbări ale pieței forței de muncă și cele demografice. Multe dintre locurile de muncă de astăzi nu existau acum zece ani și diferite forme noi de relații de muncă vor fi create în viitor.

În Comunicatul Comisiei Europene "Delivering lifelong learning for knowledge, creativity and innovation"⁷ (2007) a fost reiterată importanța învățării pe tot parcursul vieții și s-a accentuat **necesitatea elaborării strategiilor naționale în domeniul ÎPV**, care ar contribui la realizarea unui spațiu european de învățare pe tot parcursul vieții.

Potrivit conceptului comunitar, învățarea nu se limitează la o singură etapă specifică a vieții, ci se desfășoară în contexte diferite, de-a lungul vieții.

Cadrul Strategic pentru cooperarea europeană în domeniul educației și formării (ET 2020)

2009

Uniunea Europeană a stabilit drept una din prioritățile strategice comune pe termen lung ale politicilor UE **transformarea învățării pe tot parcursul vieții și a mobilității în realitate**⁸ și a fixat următorii indicatori de referință care urmează să fie realizați până în anul 2020:

- ✓ cel puțin **15 %** dintre adulții (populația cu vârsta cuprinsă între 25-64 ani) să participe la activități de învățare pe tot parcursul vieții;
- ✓ cel puțin **40 %** dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 30 și 34 de ani să absolve o formă de învățământ superior.

În calitate de instrumente pentru implementarea politicilor europene în domeniul învățării pe tot parcursul vieții au fost evidențiate:

- ✓ Cadrul European al competențelor-cheie;
- ✓ Sistemul European de Transfer și Acumulare de Credite (ECTS);
- ✓ Europass;
- ✓ Cadrul European al Calificărilor pentru învățarea pe tot parcursul vieții;
- ✓ Cadrul European de Asigurare a Calității pentru învățământul vocațional (EQAVET);
- ✓ Sistemul European de Credite pentru educația și formarea profesională (ECVET)⁹ ș.a.

⁶ Recomandarea Consiliului din 22 mai 2018 privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții. În: Jurnalul Oficial al Uniunii Europene nr. C189/1 din 04.06.2018. [on-line] [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=LT](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=LT)

⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52007SC1484&qid=1654930037197#>

⁸ Cooperarea pentru atingerea obiectivelor politicilor în domeniul educației (cadrul ET2020). / Cooperation to Achieve Policy Objectives in the Field of Education (ET2020 Framework). Available:

https://ec.europa.eu/education/policies/european-policy-cooperation/et2020-framework_en

⁹ https://www.solidar.org/system/downloads/attachments/000/000/213/original/29_IIIpolicyframe.pdf?1457601278

La expirarea perioadei de implementare a Cadrului Strategic ET 2020, au fost evaluate progresele înregistrate în realizarea obiectivelor strategice, inclusiv în ceea ce vizează *transformarea învățării pe tot parcursul vieții și a mobilității într-o realitate pentru toți și s-a constatat însă că rata de participare a adulților la învățarea pe tot parcursul vieții a crescut la 9,2 % în 2020 de la 7,8 % în 2010, dar obiectivul stabilit (de 15 %) nu a fost atins¹⁰.*

În *Rezoluția Consiliului Europei privind un cadru strategic pentru cooperarea europeană în domeniul educației și formării în perspectiva realizării și dezvoltării în continuare a spațiului european al educației (2021-2030)*¹¹ se menționează că, "provocările societale, tehnologice, digitale, economice și de mediu afectează din ce în ce mai mult modul în care trăim și lucrăm, inclusiv distribuirea locurilor de muncă și cererea de aptitudini și competențe".

Constatarea Consiliului Europei:

Învățarea pe tot parcursul vieții instrument esențial pentru tranziții profesionale în condițiile solicitărilor competențelor diversificate pe piața muncii și creșterii vârstei de pensionare

Din aceste considerente au fost reiterate pentru următorul deceniu (până în 2030) prioritățile stabilite în Cadrul strategic anterior (ET 2020), inclusiv plasarea pe prim plan a *învățării pe tot parcursul întregii vieți și a mobilității*.

Învățarea pe tot parcursul vieții, se menționează în Rezoluție, influențează viziunea generală și obiectivele globale pentru educație și formare în UE și *cuprinde toate nivelurile și tipurile de educație și formare, precum și învățarea non-formală și informală, într-o perspectivă holistă*.

Cartea Albă privind viitorul Europei. Reflecții și scenarii pentru UE-27 până în 2025¹²

2017

Se subliniază că „este probabil ca majoritatea copiilor care încep școala primară astăzi să ajungă să aibă noi tipuri de locuri de muncă inexistente deocamdată” și că pentru abordarea corectă a acestei situații „*vor fi necesare investiții masive în competențe și o regândire majoră a sistemelor de educație și de învățare pe tot parcursul vieții*”.

Comisia Europeană recomandă statelor UE să sprijine dreptul la educație, formare profesională și învățare pe tot parcursul vieții de calitate, favorabile incluziunii prin susținerea și consolidarea dezvoltării continue a competențelor-cheie de la o vârstă fragedă pentru toți cetățenii, ca parte a strategiilor naționale de învățare pe tot parcursul vieții.

¹⁰ [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690630/EPRS_BRI\(2021\)690630_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690630/EPRS_BRI(2021)690630_EN.pdf)

¹¹ [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32021G0226\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32021G0226(01))

[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/ALL/?uri=CELEX:32021G0226\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/ALL/?uri=CELEX:32021G0226(01))

¹² Cartea Albă privind viitorul Europei. Reflecții și scenarii pentru UE-27 până în 2025. Uniunea Europeană, 2017. 32 p. [on-line] https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/carteia_alba_privind_viitorul_europei_ro.pdf

Viziunea Republicii Moldova

Aspirațiile Republicii Moldova de integrare europeană, de integrare în Spațiul European al învățământului superior, precum și recunoașterea contribuțiilor pe care le poate aduce dezvoltarea profesională și competențele profesionale la evoluția economico-socială trasează drept unul din obiectivele prioritare de dezvoltare a educației - **implementarea conceptului de învățare pe tot parcursul vieții**.

În Republica Moldova învățarea pe tot parcursul vieții este reglementată în diferite acte legislativ-normative, precum Constituția Republicii Moldova, Codul muncii, Codul Educației, Cadrul Național al Calificărilor, Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova, Regulamentul cu privire la formarea continuă a adulților, Ghidul de evaluare externă a programelor de formare profesională continuă s.a.

Codului Educației¹³, Titlul VII:

"Învățarea pe tot parcursul vieții" reglementează cadrul general al învățării pe tot parcursul vieții (structura, forme, finanțare, certificarea cunoștințelor și competențelor dobândite), modalități de realizare a învățării și surse de finanțare în contexte de educație formală, non-formală și informală.

Conceptul ÎPV, conform Codului Educației al RM

Proces ce include activitățile de învățare realizate de o persoană pe parcursul vieții, în scopul formării sau dezvoltării competențelor din perspectivă personală, civică, socială și profesională.

Învățarea pe tot parcursul vieții cuprinde învățământul general, profesional-tehnic și superior, precum și formarea profesională continuă a adulților.

Învățarea pe tot parcursul vieții se realizează în diferite contexte și vizează orice formă de **educație formală** (desfășurată într-o instituție de învățământ), **non-formală** (dezvoltarea în afara curriculei oficiale a acelor competențe, pe care fiecare le simte mai aproape de necesitățile și preferințele sale; se realizează la locul de muncă, în comunitate și, uneori, în cadrul instituțiilor de învățământ) sau **informală** (reprezintă influențele neorganizate asupra individului din mediu – familie, la locul de muncă, în comunitate, mass-media, activități de voluntariat etc.), de la educația pentru preșcolari până la învățământul superior și formarea profesională pentru adulți.

Aceste trei concepte – formal, non-formal și informal – se completează reciproc în cadrul programelor de învățare continuă. Astfel, învățarea pe tot parcursul vieții se poate realiza în

¹³ <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=355156>

variate forme, desfășurându-se atât în cadrul, cât și în afara sistemului tradițional de educație și formare profesională.

Conceptul ÎPV universitar (ULLL)

Pentru a face față noilor cerințe și a asigura societatea cu potențial uman calificat, instituțiile de învățământ superior prin programele de studii oferite pot contribui substanțial la implementarea strategiilor de învățare pe tot parcursul vieții și la îmbunătățirea relevanței sistemului de învățământ pentru piața muncii.

Potrivit **Codului educației** (art. 124), instituțiile de învățământ superior se pot implica plenar în realizarea învățării pe tot parcursul vieții pe segmentul programelor de formare profesională inițială și continuă conform competenței și pe dimensiunea activităților pe care le implică ÎPV.

În baza viziunii europene și naționale privind ÎPV se poate conchide că ***învățarea pe tot parcursul vieții la nivel universitar*** integrează, prioritar, următoarele elemente:

- formarea profesională inițială (ISCED 6-8);
- formarea continuă a adulților (preponderent profesională conform profilului instituțional, dar ar putea fi și generală, în condiții specifice);
- participarea în activități de învățare non-formală (și informală, după caz);
- validarea învățării/competențelor dobândite în context non-formal;
- prestarea serviciilor în domeniul ÎPV;
- alte activități aferente domeniului ÎPV.

Activitățile ÎPV la nivel universitar se pot realiza în diverse forme (cu frecvență, cu frecvență redusă, deschise, învățământ electronic, la distanță, mixt etc.), și medii (instituționalizat în cadrul entităților educaționale sau la locul de muncă, în alte medii).

Spectrul activităților ÎPV se determină de instituțiile de învățământ superior în acord cu strategiile universitare de dezvoltare, domeniile de competență, cerințele de competențe și calificări ale pieței muncii, necesitățile diferitor categorii de beneficiari, etc. Arhitectura universitară în domeniul ÎPV, modelul și formele de organizare, serviciile prestate se stabilesc în baza principiilor autonomiei universitare și politicilor instituționale, adoptate la nivel universitar.

Notă:

Conform conceptului European de clasificare a activităților de învățare, ***Clasificatorul Internațional Standard al Educației (ISCED-2011)***, art. 35-44 și Eurostat, definirea și particularitățile *învățării formale, non-formale și informale* sunt următoarele.

Educația formală (educația și formarea formală, conform noțiunii Eurostat) este definită ca educație instituționalizată, intenționată și planificată prin instituții publice și private recunoscute și, în totalitatea lor, constituie sistemul de educație formală al unei țări. Caracteristicile specifice acestei forme se rezumă la următoarele:

- ✓ programele de educație formală sunt recunoscute de către autoritățile din educație;
- ✓ educația formală constă, preponderent, din educație inițială;
- ✓ calificările din educația formală se încadrează în domeniile de aplicare ISCED;
- ✓ educația formală are loc, de obicei, în instituțiile de învățământ care sunt concepute să ofere educație cu program deplin (full-time);
- ✓ educația formală include, de asemenea, educație pentru toate grupele de vârstă cu conținut de program și calificări care sunt echivalente cu cele din educația inițială;
- ✓ programele de studii care derulează parțial la locul de muncă (învățământ dual) pot fi, la fel, considerate educație formală dacă conduc la o calificare recunoscută de autoritățile naționale în educație (sau echivalente).

Educația non-formală (educația și formarea non-formală, conform Eurostat) reprezintă orice activități de învățare organizate și susținute în afara sistemului de educație formală și poate cuprinde persoane de toate vârstele. Educația non-formală este educația instituționalizată, intenționată și planificată de către un furnizor de educație. Caracteristicile definitorii ale educației non-formale:

- ✓ reprezintă o componentă adițională, alternativă și/sau complementară la educația formală în cadrul procesului de învățare pe tot parcursul vieții;
- ✓ se adresează persoanelor de toate vârstele, poate fi de scurtă durată și/sau cu intensitate redusă;
- ✓ se desfășoară atât în cadrul instituțiilor de învățământ, cât și în afara acestora și poate răspunde necesităților persoanelor de toate vârstele;
- ✓ conduce, în mare parte, la calificări care nu sunt recunoscute de către autoritățile naționale în educație ca fiind formale sau echivalente acestora sau se poate finaliza fără calificări;
- ✓ acoperă programe educaționale orientate spre alfabetizarea adulților, educația de bază pentru copiii aflați în afara sistemului de educație, dezvoltarea abilităților de viață, a competențelor profesionale, a culturii generale ș.a.

Sistemul de clasificare a activităților de învățare (CLA) distinge următoarele categorii de educație non-formală:

- ✓ programe non-formale;
- ✓ cursuri (care pot derula în clasă, lecții private, cursuri teoretico-practice combinate, inclusiv ateliere ș.a.);
- ✓ instruire ghidată la locul de muncă.

Învățarea informală reprezintă forme de învățare care sunt intenționate sau deliberate, dar nu sunt instituționalizate. Acestea nu intră în domeniul de aplicare al ISCED. Pentru învățarea informală sunt specifice următoarele caracteristici:

- ✓ este mai puțin organizată, nu este structurată (pe obiective de învățare, timp de studiu și sprijin pentru învățare) și, de obicei, nu se finalizează cu certificare;
- ✓ include activități de învățare care au loc în familie, la locul de muncă, în comunitatea locală și în viața de zi cu zi a fiecărei persoane;
- ✓ include autoînvățarea, în cadrul căreia persoana nu își testează cunoștințele acumulate, nu este coordonată instituțional și, de regulă, această învățare nu este sistematică.

Cadrul legal al ÎPV în Moldova

Cadrul regulatoriu din Republica Moldova cu referire la învățarea pe tot parcursul vieții, se referă, în mod special, la 3 aspecte importante: 1. dreptul la ÎPV; 2. organizarea ÎPV; 3. controlul calității programelor ÎPV.

Dreptul la învățarea pe tot parcursul vieții este asigurat de Constituție și Codul muncii a Republicii Moldova. Conform articolului 35 din Constituția RM, „Dreptul la învățătură este asigurat prin învățământul general obligatoriu, prin învățământul liceal și prin cel profesional, prin învățământul superior, precum și prin alte forme de instruire și de perfecționare”¹⁴. La rândul său, în Codul muncii, Titlul VIII, se menționează că „salariatul are dreptul la formare profesională, inclusiv la obținerea unei profesii sau specialități noi”, iar „angajatorul este obligat să creeze condițiile necesare și să favorizeze formarea profesională și tehnică a salariaților care urmează instruirea în producție, se perfecționează sau studiază în instituții de învățământ, fără scoatere din activitate”. În același timp, în cadrul fiecărei unități persoană juridică, angajatorul, în comun cu reprezentanții salariaților, întocmește și aprobă anual planurile de formare profesională, condițiile, modalitățile și durata formării profesionale, drepturile și obligațiile părților, precum și volumul mijloacelor financiare alocate în acest scop (în mărime de cel puțin 2 la sută din fondul de salarizare al unității), se stabilesc în contractul colectiv de muncă sau în convenția colectivă”¹⁵.

Actele legislative ce vizează procesul de organizare a ÎPV în Moldova sunt Codul Educației al Republicii Moldova, aprobat de Parlamentul RM la 17.07 2014 și Regulamentul cu privire la formarea continuă a adulților, aprobat prin Hotărârea de Guvern, nr. 193, din 24.03.2017.

¹⁴ Constituția Republicii Moldova, articolul 35.

https://www.constcourt.md/public/files/file/Baza%20legala/constitutia_ro_22.05.17_ro.pdf

¹⁵ Codul muncii Republicii Moldova, Titlul VIII, https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=113032&lang=ro

Cadrul general al învățării pe tot parcursul vieții:

- ✓ ÎPV include activitățile de învățare realizate de o persoană pe parcursul vieții, în scopul formării sau dezvoltării competențelor din perspectivă personală, civică, socială și profesională;
- ✓ ÎPV cuprinde învățământul general, profesional-tehnic și superior, precum și formarea profesională continuă a adulților;
- ✓ ÎPV se realizează în contexte de educație formală, nonformală și informală;
- ✓ Certificarea cunoștințelor și competențelor dobândite în contexte de educație nonformală și informală poate fi făcută de structuri abilitate în acest sens.

Modalități de realizare a învățării pe tot parcursul vieții:

1. educația formală se poate realiza în:

- ✓ instituții de învățământ general, profesional tehnic și superior;
- ✓ instituții sau organizații publice și private care oferă servicii de educație și programe de formare profesională, autorizate provizoriu sau acreditate;
- ✓ întreprinderi sau organizații care oferă propriilor angajați programe de formare profesională, autorizate provizoriu sau acreditate.

2. educația informală

- ✓ instituțiile și organizațiile menționate la educația formală;
- ✓ instituții extrașcolare;
- ✓ centre de îngrijire și protecție a copilului;
- ✓ întreprinderi;
- ✓ instituții culturale;
- ✓ asociații profesionale, culturale, sindicale;
- ✓ organizații nonguvernamentale;
- ✓ alte organizații.

3. educația non-formală

- ✓ se realizează prin activități organizate în familie, la locul de muncă, în comunitate, în rețele sociale, prin activități de voluntariat, sportive, culturale etc. și poate conduce la formarea de competențe și calificări.

¹⁶ Codul Educației al Republicii Moldova, https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=110112&lang=ro

**Regulamentul
cu privire la
formarea continuă
a adulților¹⁷**

Formarea continuă a adulților – totalitatea proceselor în dezvoltare ale învățării formale, nonformale și informale cu ajutorul cărora adulții își dezvoltă capacitățile, își îmbogățesc cunoștințele și își perfecționează calificarea profesională și tehnică sau le aplică în alt mod pentru utilitate personală și socială.

Formarea continuă a adulților include:

1. educația generală a adulților;
2. formarea profesională continuă a adulților.

Formarea continuă a adulților are scopul de a contribui la îmbunătățirea calității vieții maturilor, prin:

- ✓ completarea educației de bază prin educație recurentă sau compensatorie;
- ✓ organizarea învățării cât mai aproape de beneficiar;
- ✓ dezvoltarea culturii de investiții în formarea continuă a resurselor umane și facilitarea integrării sociale a indivizilor;
- ✓ actualizarea cunoștințelor și perfecționarea pregătirii profesionale;
- ✓ recalificarea profesională ținând cont de restructurarea economică, de mobilitatea socială sau de modificările capacității de muncă;
- ✓ crearea posibilităților de certificare a competențelor profesionale, funcționale, sociale dobândite în manieră formală, nonformală și/sau informală;
- ✓ dezvoltarea metodelor și contextelor de predare și învățare necesare pentru a asigura continuitatea învățării pe tot parcursul vieții;
- ✓ însușirea unor cunoștințe avansate, metode și procedee moderne pentru realizarea sarcinilor de serviciu;
- ✓ creșterea gradului de alfabetizare digitală, dezvoltarea competențelor digitale și a incluziunii digitale;
- ✓ promovarea învățării pe tot parcursul vieții.

Furnizorii de formare a adulților pot funcționa doar în calitate de persoane juridice.

Controlul calității în domeniul ÎPV este realizat în baza Metodologiei de evaluare externă a calității în vederea autorizării de funcționare provizorie și acreditării programelor de studii și a instituțiilor de învățământ profesional tehnic, superior și de formare continuă, aprobată prin HG nr. 616, din 18.05.2016 și modificată prin HG nr. 79 din 16.02.2022. Metodologia urmărește scopul de a stabili, reglementa și monitoriza modulul în care programele de studii și instituțiile de învățământ corespund nivelului de calitate definit de standardele educaționale naționale.

¹⁷ *Regulamentul cu privire la formarea continuă a adulților,*
<http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=369645>

Tipuri de programe de formare continuă a adulților în RM

Conform Regulamentului cu privire la formarea continuă a adulților¹⁸, formarea continuă a adulților cuprinde:

Educația generală a adulților:

- ✓ se referă la programele focusate pe sporirea nivelului de cultură generală și a activității social-civice a populației;
- ✓ presupune cursuri pentru dezvoltarea competențelor generale sau funcționale.

Formarea profesională continuă a adulților:

- ✓ se referă la programele care urmăresc formarea și/sau dezvoltarea competențelor profesionale ale adulților care au o calificare inițială prin specializare, recalificare, policalificare, calificare suplimentară;
- ✓ se realizează la meseriile (profesiile), specialitățile, specializările incluse în Clasificatorul ocupațiilor din Republica Moldova și în nomenclatoarele respective ale meseriilor, specialităților și specializărilor din Republica Moldova;
- ✓ se realizează prin programe de formare profesională acreditate, care cuprind totalitatea activităților de pregătire teoretică și/sau practică în vederea realizării obiectivelor de formare de competențe pentru un anumit domeniu;
- ✓ programele sunt organizate în instituțiile educaționale de formare profesională continuă și în alte tipuri de instituții/organizații de stat ori private ce sunt supuse autorizării/acreditării și sînt abilitate pentru această activitate.

Pentru formarea profesională continuă a adulților pot fi aplicate diferite tipuri de programe, care diferă în funcție de complexitate, durată, pregătirea anterioară a cursanților, dar și de tipul de document eliberat la finalizarea programului.

¹⁸ *Regulamentul cu privire la formarea continuă a adulților*,
<http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=369645>

Tipuri de programe de formare profesională continuă în RM

Tip curs	Cerințe față de formarea anterioară a cursantului	Nr. ore	Document eliberat la finalizare
cursuri tematice și programe de perfecționare/specializare	-	> 90	certificat de perfecționare/calificare/atestare a competențelor profesionale
cursuri și programe de perfecționare/specializare de scurtă durată	-	90-300	
cursuri și programe de perfecționare/specializare multidisciplinare	-	300 – 600	
cursuri și programe de calificare suplimentară pentru nivelurile 3, 4, 5 ISCED	diplomă de nivel corespunzător, același domeniu	540-900	✓ în baza studiilor de nivel 3 ISCED – certificate de calificare
cursuri și programe de recalificare profesională pentru nivelurile 3, 4, 5 ISCED	diplomă de nivel corespunzător, dar alt domeniu	900-1800	✓ în baza studiilor de nivel 4 ISCED – diplome de nivel 4 ISCED ✓ în baza studiilor de nivel 5 ISCED – diplome de nivel 5 ISCED
cursuri și programe de calificare suplimentară pentru nivelul 6 ISCED	diplomă de nivel corespunzător, același domeniu	900-1800	diplomă de nivel 6 ISCED
cursuri și programe de recalificare profesională pentru nivelul 6 ISCED	diplomă de nivel corespunzător, dar alt domeniu	1800-2700	

Programele de calificare suplimentară și recalificare pot fi realizate doar de către instituțiile abilitate în domeniul formării profesionale continue de instituții de învățământ superior și profesional tehnic secundar, postsecundar sau postsecundar nonterțiar de specialitate, în baza Cadrului Național al Calificărilor și a standardelor de evaluare externă și acreditare.

Partea 2

Recomandări

pentru dezvoltatorii de cursuri ÎPV

Elaborarea cursurilor de formare continuă a adulților

Unele recomandari p/u elaborarea cursurilor ÎPV

Cursurile de formare profesională continuă sunt un produs, prin care sunt trasmise cunoștințe și dezvoltate anumite competențe, abilități, deprinderi. Dacă cursul la care se lucrează urmează a fi comercializat, procesul de creare și administrare a acestuia trebuie să fie privit ca un proiect de business, conștientizând că rezultatul financiar al acestuia va fi influențat de o multitudine de factori. Astfel, procesul de creare a cursului este similar celui de dezvoltare a unui produs nou:



În cazul creării de cursuri, **etapa de capturare** se referă la identificare tematicii domeniului/la care va fi dezvoltat cursul, a problemei publicului țintă care va soluționată prin parcurgerea cursului.

Pentru ca cursul să fie ușor de comercializat, este nevoie ca la alegerea tematicii să fie luate în calcul 2 momente cruciale:

1. aria de competență a trainerului/dezvoltatorului de curs de formare continuă;
2. importanta tematicii pentru publicul țintă – ce problemă reală a publicului țintă va fi soluționată, cât de acută este această pentru el, în ce măsură acesta este gata să cumpere cursul pentru a-și soluționa problema.

Respectiv, pentru a dezvolta un curs de formare continuă nu este suficient ca trainerul să posede expertiză într-un anumit domeniu, mai este important ca aceasta expertiză să poată fi canalizată către soluționarea unei probleme a cursantului potențial. Din acest motiv, procesul de creare a unui curs de formare continuă trebuie să pornească cu identificarea și analiza publicului țintă.

Identificarea publicului țintă și a necesităților de formare

Cursurile de formare profesională continuă pot fi orientate către un auditoriu neinițiat în tematică sau către cei care au deja studii în domeniu, experiență profesională, dar care necesită o aprofundare a cunoștințelor sau să dezvolte anumite abilități speciale. În același timp, același curs poate fi orientat către diferite categorii de cursanți, în sensul disponibilității de a plăti, importanța tematicii cursului pentru activitatea lor profesională, viața cotidiană, obișnuințele de învățare, timpul pe care îl pot aloca învățării etc. Respectiv, cunoașterea publicului țintă va ajuta la luarea unui șir întreg de decizii legate de curs: durata, conținutul, limbajul utilizat, metodele de livrare, tipuri de activități practice etc.

Dacă cursul/trainingul este organizat pentru un grup deja format (ex. va fi organizat pentru un anumit grup din angajații companiei X), informația despre grup poate fi obținută de la solicitant, dacă însă nu există un grup format, pot fi aplicate diverse tehnici pentru a-l identifica și analiza:

1. Deducerea logică, folosind experiența precedentă – dacă aveți deja experiență în organizarea cursurilor la tematica respectivă, puteți alege grupul țintă în funcție de ceea ce cunoașteți despre auditoriul cu care ați lucrat anterior.
2. Pornind de la formularea problemei, provocării ce urmează a fi soluționată în urma cursului - după ce a fost formulată problema/provocarea, faceți o listă de persoane care au această problemă, din toate categoriile de persoane identificate, alegeți-le pe acele care sunt gata să investească timp/bani pentru a învăța;
3. Organizarea de sondaje/interviuri – pot fi organizate pe o platformă online, distribuind invitația de participare la sondaj/interviu prin intermediul rețelelor de socializare;
4. Organizarea de webinare cu 1-2 subiecte din cursul respectiv – cei care se înscriu la webinar sunt potențiali utilizatori ai cursului la care lucrați. Pentru a cunoaște mai multe despre ei adăugați un formular de înregistrare cu întrebări prin care puteți afla unele detalii despre participanți;
5. Lansarea publicității și înscrierea prealabilă la curs, cu completarea unui formular de înregistrare.

După ce a fost identificat publicul țintă, este nevoie să se obțină răspuns la 4 întrebări esențiale:

- ✓ Cine sunt persoanele care formează grupul țintă? Cu cât mai mult se va cunoaște despre ei, cu atât mai bine va putea fi adaptat cursul la specificul publicului. Încercați să aflați despre cursanți și unele informații care nu țin obligatoriu de conținutul cursului, ex. care sunt rețelele sociale pe care le preferă, ce cărți citesc, sunt intraverți sau extraverți – aceste informații vă vor fi utile la etapa de promovare, dar și de proiectare a diverselor activități din cadrul cursului.
- ✓ De ce aceștia vor accesa cursul, care sunt motivele lor reale? Și de ce ar putea să nu-l acceseze?
- ✓ Ce cunosc/știu ei să facă deja?
- ✓ Ce trebuie să cunoască, să știe să facă, să posede la sfârșitul cursului?

Răspunsurile la întrebările de mai sus pot fi obținute prin organizarea de sondaje/interviuri, analiza profilurilor de pe rețelele de socializare, organizare de focus grupuri, în urma cărora vor fi colectate date ce permit crearea unei imagini generale cu referire la caracteristicile grupului pentru care va fi creat cursul de formare continuă.

Proiectarea cursului

După parcurgerea etapei de capturare, la care s-a decis care este tematica cursului și ce probleme ale publicului țintă urmează a fi soluționate, se trece la etapa de **conceptualizare**, adică de **proiectare** a cursului, ținând permanent în vizor publicul țintă și problema acestuia. Procesul de proiectare a cursului presupune parcurgerea a câțiva pași:

Pasul 1. Formularea preliminarilor

La această etapă este prezentată informația de bază, prin care se crează imaginea generală a cursului:

Titlul cursului	Titlul trebuie să fie formulat astfel, încât să conțină ideea de bază a conținutului, în același timp să fie atractiv pentru publicul țintit.
Prezentare succintă	Se oferă o descriere succintă a cursului, ce obiective urmărește, cum sunt atinse, ce subiecte cheie sunt abordate, ce metode de livrare sunt aplicate.
Grupul țintă	Cui este dedicat cursul? Ce necesități ale acestuia sunt acoperite de curs?
Răționamentele cursului	De ce cursanții au nevoie de acest curs? Cum contribuie cursul la soluționarea provocărilor personale/profesionale ale cursanților? Ce conexiuni are cursul cu standardele profesionale?
Canalele de livrare	Alegeți forma de livrare care va fi aplicată: ✓ Face to face ✓ Curs online (sincron/asincron) ✓ Curs cu predare hibridă (Blended learning)
Durata	Cât timp este necesar și cum este divizat pe activități - ore cu contact direct/studiu individual, activități teoretice/activități practice. Pentru un curs online asincron poate fi prezentat numărul de ore recomandat săptămânal.
ECTS	Câte credite transferabile sunt atribuite cursului (30 ore = 1 credit transferabil).
Numărul de cursanți	Numărul minim/maxim de cursanți în grup (dacă este cazul).
Cunoștințe, competențe necesare	Ce cunoștințe, competențe trebuie să aibă participanții pentru a putea parcurge cursul?
Numele trainerului	
Datele de contact ale trainerului	

Pasul 2. Formularea scopului cursului

Fiecare curs trebuie să urmărească un scop. Scopul cursului este o propoziție scurtă prin care se explică ce finalitate generală urmărește cursul. Lucrând asupra formulării scopului cursului încercați să găsiți răspunsul la întrebarea – ce ar trebui să știe și/sau să poată face cursantul după parcurgerea cursului.

Următoarele întrebări ar putea ajuta la identificarea scopului cursului:

- ✓ Ce problema a grupului țintă urmează să soluționeze cursul respectiv?
- ✓ Care sunt nevoile actuale ale cursanților? Ce decalaj există între ceea ce pot ei astăzi și ceea ce își doresc să poată?
- ✓ Care sunt nevoile viitoare ale cursanților? Aici urmează să fie anticipate anumite situații, schimbări viitoare pentru care cursanții ar trebui să se pregătească astăzi.
- ✓ Care sunt cerințele/exigențele domeniului de angajare/activitate? Dacă cursul pregătește pentru un anumit job, sau dezvoltă anumite competențe practice, trebuie de identificat ce poate face cursul pentru a ajuta cursantul să ia job-ul, sau să realizeze sarcina practică.

Exemplu:

Scopul cursului „Introducere în statistică”: ***La finalizarea cursului, cursanții vor fi capabili să cerceteze, să analizeze și să interpreteze independent datele.***

Astăzi ei nu știu cum să le facă, sau o fac stângaci/neprofesionist, dar una dintre responsabilitățile job-ului este anume analiza și interpretarea datelor, respectiv, cursul va soluționa problema pe care o are astăzi grupul țintă.

Adăugați scopul cursului în tabel:

Scopul cursului

Pasul 3. Formularea finalităților cursului

Finalitățile cursului se referă la descrierea detaliată a cunoștințelor, competențelor, abilităților care vor fi achiziționate odată cu finalizarea cursului.

Pentru a identifica finalitățile cursului, încercați să găsiți răspunsul la următoarele întrebări:

- ✓ Ce vreți să cunoască și să poată face cursanții la finalizarea cursul?
- ✓ Care ar trebui să fie impactul cursului asupra cursanților într-o perspectivă de 2-3 ani?
- ✓ Ce informații cheie ar trebui să dețină cursanții?
- ✓ Ce idei cheie sunt importante să fie înțelese de către cursanți?
- ✓ Ce fel de gândire ar trebui să aibă cursanții?
- ✓ Ce abilități ar trebui să dobândească?

- ✓ Ce tipuri de proiecte ar trebui să fie capabili să realizeze?
- ✓ Ce interdependențe ar trebui să fie capabili să recunoască?
- ✓ Ce ar trebui să învețe despre ei înșiși?
- ✓ Ce ar trebui să învețe despre ceilalți?
- ✓ Cum poate cursul să-i ajute să învețe cum să învețe?

După ce ați găsit răspuns la întrebările de mai sus, identificați 2-4 cele mai importante finalități ale cursului. Începeți descrierea finalităților cu fraza: **La finalizarea cursului cursanții vor fi capabili să** ... adăugați în continuare **verbe de acțiune măsurabile** prin care să comunicați care vor fi performanțele acestora la final. Pentru formularea finalităților folosiți Tabelul verbelor din Taxonomia lui Bloom – accesați link-ul <https://tips.uark.edu/blooms-taxonomy-verb-chart>

În formulări evitați verbe care se referă la acțiuni ce sunt greu de măsurat/demonstrat: înțelege, crede, îmbunătăți, crește, gândi, cunoaște, deveni, aborda.

Formulați și introduceți în tabel 2- 4 cele mai importante finalități ale cursului la care lucrați:

Finalitățile cursului

Pasul 4. **Evaluarea învățării**

Odată ce ați identificat finalitățile învățării, treceți la identificarea modului în care cursanții vor fi evaluați pentru a măsura în ce măsură au atins finalitățile preconizate.

Pe durata cursului pot fi organizate 3 tipuri de evaluări:

- **Pre-evaluarea** – este realizată înainte de un eveniment de învățare. Ajută cursantul și trainerul să înțeleagă modul în care învățarea anterioară va afecta derularea cursului - un scurt chestionar poate ajuta la identificarea nivelului de cunoaștere a tematicii, concepțiilor greșite pe care le au cursanții etc.. Informația acumulată poate fi folosită în calitate de punct de pornire în activitățile de învățare.
- **Evaluarea curentă** – se realizează în timpul cursului și are scopul de a înțelege cum este perceput, înțeles conținutul de către cursanți, dar și scopul de a monitorizarea progresului cursanților.
- **Evaluarea finală** – este concepută pentru a măsura cunoștințele/competențele cursantului după ce a avut loc instruirea. Examenele de finalizare, prezentarea proiectelor individuale și/sau de grup etc. care presupun obținerea unei note.

Pentru evaluarea curentă și cea finală, pot fi aplicate două tipuri de evaluare: sumativă și formativă:

- **evaluarea sumativă** – aprecierea rezultatelor învățării cu o anumită notă, determinându-se dacă cursantul a promovat sau nu tema/modulul/cursul, ca exemplu se aplică un test de evaluare care va cuprinde întrebări de tip test-grilă și întrebări deschise;

- **evaluarea formativă** are scopul de a stimula procesul de învățare al cursantului pe durata cursului, cursantul verificând ceea ce a înțeles/memorat, spre exemplu prin aplicarea unui test de autoevaluare, cu generarea automata a notei. Sau cursantul trebuie să realizeze anumite sarcini, care vor fi verificate de către profesor și pentru care va primi un feedback. Această evaluare oferă cursantului o perspectivă asupra propriului progres și îl poate ghida către următoarele etape și sarcina finală, unde va obține nota pentru curs.

Înscrieți în tabel cum vor fi evaluați cursanții, ce forme și metode concrete de evaluare vor fi aplicate.

Evaluarea învățării

Pasul 5. **Activitățile de învățare**

După ce ați identificat care sunt finalitățile cursului și cum vor fi evaluate rezultatele obținute, treceți la identificarea modului în care vor fi conduși cursanții din punctul A (începerea cursului) la punctul B (atingerea finalităților). Cu alte cuvinte, trebuie să vă gândiți cum va fi organizat cursul, ce strategii vor fi folosite în auditoriu și înafara lui pentru ca cursanții să ajungă la finalitățile planificate?

Pentru a completa aceasta etapă, încercați să răspundeți la următoarele întrebări:

- ✓ Cum vor primi cursanții conținutul theoretic cursului (prelegere, lectură, vizionare film)?
- ✓ Ce va trebui să facă cursanții în timpul orelor de curs?
- ✓ Cum va fi stimulată învățarea cursanților?
- ✓ Vor fi folosite tehnică și softuri speciale în procesul de învățare?
- ✓ Vor fi organizate sesiuni de reflecție?
- ✓ Va fi aplicată învățarea directă sau indirectă?
- ✓ Vor fi organizate activități de grup, dezbateri, jocuri de rol?
- ✓ Vor exista activități înafara orelor de curs?

Pentru a vă asigura că activitățile planificate sunt corelate cu evaluările și finalitățile cursului, completați matricea de mai jos, prin intermediul cărei se va verifica în ce măsură sunt aliniate/corelate finalitățile, evaluările și activitățile planificate.

Folosind informațiile cu care s-a lucrat până acum, completați tabelul:

Finalitatea învățării	Evaluare	Activitatea de predare învățare	Resurse
1.			
2.			
3.			
4.			

La această etapă trebuie să găsiți acele modalități de organizare a învățării încât cursanții să beneficieze cât mai bine de conținutul cursului, în același timp să motiveze învățarea. Respectiv, activitățile de învățare trebuie să se potrivească cu scopul cursului, să fie captivante, interactive și să inspire. Accesați linkul pentru a analiza diverse activități ce pot fi integrate în curs pentru a-l face interactiv și motivant <https://cat-database.sites.uu.nl/learning-activities>.

Pasul 6. **Structurarea cursului**

Gândindu-vă la structura cursului, trebuie să luați decizii asupra a 2 aspecte:

1. Cum va fi organizat și navigat cursul – cursul conține un volum mare de informații, din acest motiv, pentru ca cursanților să le fie mai ușor să însușească conținutul cursului, este nevoie ca acesta să fie structurat în blocuri informaționale separate, fiecare bloc ținând anumite rezultate măsurabile. Spre exemplu, cursul va fi divizat în introducere, 6 module didactice, test inițial și final de evaluare a cunoștințelor. Fiecare modul, va avea 5-6 unități de studiu, care la rândul său sunt formate din suport teoretic (video, podcast, text, prelegere etc., un test de autoevaluare, activități pentru lucru în grup, sarcini de evaluare a cunoștințelor per modul. După ce am identificat în ce blocuri va fi divizat cursul, decidem care este consecutivitatea în care cursul va fi parcurs. Dacă în predarea sincronă cursanții vor parcurge cursul concomitent, respective există un singur traseu prin care va fi parcurs cursul, acesta fiind ghidat permanent de către profesor, în cazul trainingului online asincron, pentru același curs pot fi propuse câteva scenarii de parcurgere, plus cursanții pot selecta doar câteva dintre modulele propuse de către trainer.
În același timp, la această etapă se decide care sunt condițiile de acces ale cursantului la materialul cursului. Spre exemplu, dacă cursul este online, asincron, cursantul va avea acces la modulul 2, doar după ce va parcurge și realiza sarcinile practice din modulul 1.
2. Cum vor fi realizate sarcinile din cadrul fiecărui modul/temă – pentru parcurgere poate fi folosită metoda tradițională, adică, cursantul parcurge cu trainerul materialul teoretic (ex. participă la prelegere), după care va realiza sarcinile practice propuse de profesor, sau este folosită metoda clasei inversate, unde cursantul parcurge individual materialul teoretic (video, texte, podcast etc.), realizează un test de autoevaluare, ulterior se va întâlni cu trainerul pentru a discuta mai aprofundat unele subiecte din lecția/modului respectiv.

Prezentați structura cursului în tabelul de mai jos:

Titlul modulului/temei	Conținut teoretic (evidențiați cele mai importante subiecte), metode de predare	Activități practice, metode de organizare

Pasul 7. Cerințe tehnice

La această etapă identificați care sunt condițiile tehnice necesare pentru ca cursul să fie organizat așa cum a fost gândit. Completați tabelul:

Infrastructură și dispozitive	Enumerați care sunt cerințele tehnice special necesare organizării cursului și ce dispozitive sunt necesare? Ex.: sala cu mobilier flotant, proiector, 4 laptopuri etc.
Mediul online și soluții digitale	Ce platforme, softuri vor fi folosite pentru atingerea obiectivelor cursului? Ex. <i>Moodle, Canva, Kahoot!, padlet, Google Classroom; Microsoft Teams.</i>

Pasul 8. Elaborarea programei/syllabus-ului cursului

După ce ați descris diverse aspecte ale cursului, este timpul să integrați informația într-un program/syllabus. Verificați la departament, care sunt cerințele/exigențele față de designul unui program pentru cursurile de formare continuă. Dacă nu există anumite cerințe specifice, puteți elabora syllabus-ul cursului prin integrarea componentelor descrise mai sus într-un tabel unic:

Syllabus/program al cursului de formare profesională continuă	
Informații generale	
Titlul cursului	
Prezentare succintă	
Grupul țintă	
Raționamentele cursului	
Numele trainerului	
Datele de contact ale trainerului	
Canalele de livrare	
Durata	
ECTS	
Numărul de cursanți	
Cunoștințe, competențe necesare	
Scopul cursului	
Finalitățile cursului	
Evaluarea învățării	
Infrastructură și	

dospozitive		
Mediul online și soluții digitale		
Structura cursului		
Titlul modulului/temei	Conținut teoretic (evidențiați cele mai importante subiecte), metode de predare	Activități practice, metode de organizare

Pasul 9. **Calendarul cursului**

Înainte de a începe activitatea cursantului trebuie să cunoască calendarul cursului – cât durează și cum este divizat timpul între activități și evenimente importante, precum parcurgerea materialului teoretic, realizarea testelor de autoevaluare, participarea la sesiunile de mentorat etc. Setați calendarul cursului astfel încât cursanții să aibă suficient timp pentru a parcurge materialul, realiza sarcinile practice, în același timp, nu puneți o perioadă exagerat de mare pentru diverse activități, or există riscul că cursanții se vor plictisi în așteptarea noilor activități, ulterior abandonând cursul. Calendarul cursului are scopul de a ordona activitatea cursanților (în special, în cazul cursurilor online, asincron), dar și cel de a menține ritmul activității

Elaborarea conținutului cursului

Odată ce conceptul cursului este definit, se trece la următoarea etapă, cea de **creare/dezvoltare** a conținutului propriu-zis. Crearea conținutului, în special de conținut care permite atingerea scopului cursului, poate fi una dintre cele mai provocatoare etape a procesului de elaborare a unui curs de formare continuă. Modul în care este selectată, dozată și livrată informația către audiență este esențială pentru succesul unui curs.

Conținutul cursului se referă la 2 componente importante: 1. Componenta informațională/teoretică a cursului; 3. Componenta practică, partea aplicativă a cursului. Pentru ca cursul să-și atingă obiectivul este nevoie ca conținutul teoretic să fie permanent corelat cu scopul cursului, iar sarcinile aplicative să acopere integral conținutul teoretic, ținând în vizor finalitățile la care trebuie să ajungă cursantul.

În același timp, pentru a menține atenția cursanților, trainerul trebuie să găsească acea modalitate de livrare a conținuturilor teoretice și de combinare cu sarcinile practice, încât să-l motiveze spre învățare.

Deoarece dezvoltarea conținutului este un proces de creație, nu există reguli stricte despre cum trebuie să arăte un conținut de curs. Totuși există unele recomandări ce pot fi luate în calcul:

>> **Luarea în calcul a diferitor stiluri/preferințe de învățare**

Publicul pentru care elaborați cursul este constituit din persoane care au diferite stiluri de învățare: unii sunt **vizuali** – învață mai bine dacă în conținut sunt integrate elemente vizuale (video, diagrame, text), alții sunt **auditivi**, pentru ei este important să audă informația (preferă prelegeri, podcasturi); a treia categorie de cursanți, kinestezicii - învață atingând sau făcând.



Pentru a satisface preferințele tuturor participanților la curs se recomandă pregătirea cursului în formate diferite, adaptate fiecărei categorii de cursanți

>> **Dozarea corectă a conținutului**

Aglomerarea cursului cu conținut teoretic/practic poate duce la pierderea atenției auditoriului. Pentru a evita situații de acest gen, este recomandată divizarea conținutului în doze mai mici. Ca și în cazul alimentelor care ar trebui consumate în bucăți mici pentru o digestie mai bună, bucățile mici de conținut sunt mai ușor de consumat și digerat mental.

În același timp este necesar de a exclude din conținut informațiile care nu se referă nemijlocit la subiectul abordat. Dacă există informații care sunt interesante și ar putea prezenta interes pentru unii cursanți, dar nu țin nemijlocit de subiectul cursului, pot fi oferite separat sub formă de supliment/bonus, excluzându-le din conținutul de bază. Includerea acestor informații în conținutul de bază va distra atenția cursantului și îl va face să piardă din vizor subiectul abordat în curs, plus ar putea să-i creeze un anumit confuz și reticență față de conținut.

Dacă tematica cursului este una complexă – cursul de formare continuă poate fi împărțit în module separate, sau chiar în mai multe cursuri cu tematici mai înguste.

>> **Varietatea este condimentul din conținutul cursului**

Pentru a face cursul interesant și intrigant pentru cursant acesta ar trebui să conțină o varietate de materiale audio, vizuale, text, aplicative. Dacă scopul conținutului este ca cursantul să poată realiza o anumită sarcină – în conținut ar trebui să fie integrate sarcini practice, exerciții care să-

i permită cursantului să realizeze sarcina în paralel cu parcurgerea conținutului practic, dacă scopul urmărit de curs este ca conținutul să fie memorat, în conținut ar trebui să fie integrate sarcini prin care să-și amintească conținutul parcurs.

Utilizarea unei varietăți de forme de prezentare a conținutului, asigură mai multe puncte de contact a cursantului cu conținutul, ceea ce îi permite să-l înțeleagă și să-l aplice mai ușor în practică. Spre exemplu, în cadrul unui curs online de culinărie, rețeta de preparare a unui tort va fi prezentată atât în format video cât și sub formă de text. Acestea două sunt orientate către același cursant – în materiile video primește o instrucțiune vizuală, pas cu pas, ușor de înțeles cu referire la procesul de preparare, dar când va trece la aplicarea în practică va avea nevoie de text, pentru a urmări care sunt cantitățile exacte de ingrediente, informații care nu se rețin în baza vizualizării materialului video.

Fiecare metodă de prezentare a conținutului își are punctele sale forte pentru situații specifice de învățare. O combinație de metode oferă cel mai bun mediu de învățare.

Pentru cursurile online există platforme specializate de creare a conținuturilor, ex. <https://rise.articulate.com> care permit combinarea organică a materialelor textuale cu video, aplicații practice, sarcini interactive, puncte de reflecție etc.

>> Designul conținutului contează

Creierul uman este construit astfel, încât percepe și memorează mult mai bine informația structurată logic, dar și dacă este aranjată estetic. Combinație culori, fonturi, folosiți imagini pentru a face conținutul cât mai memorabil.

Livrarea cursurilor ÎPV

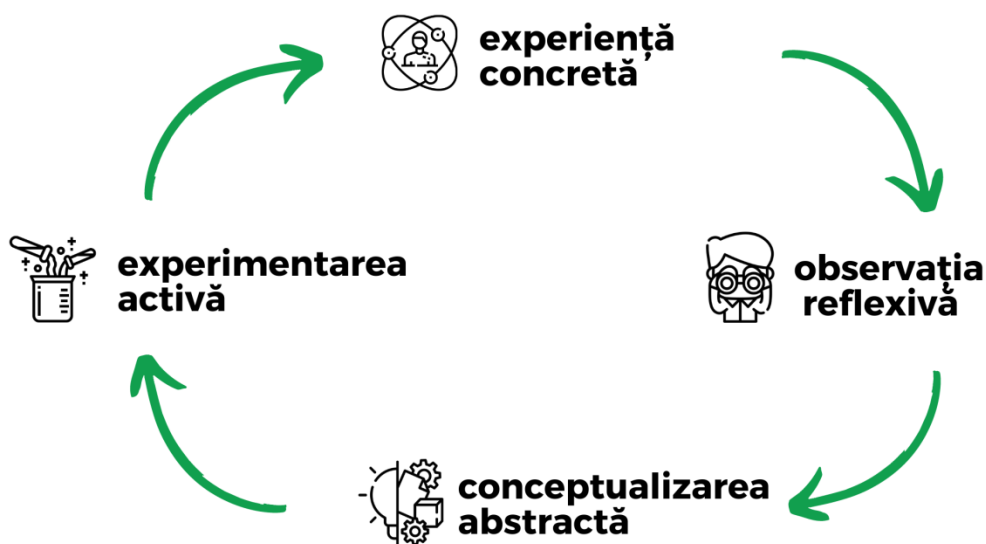
Modele de livrare a cursurilor ÎPV

Cursul creat urmează a fi livrat către publicul țintă. Livrarea este un subiect la care se răspunde la etapa de **conceptualizare** a cursului, deoarece conținut cursului va depinde de canalul de livrare selectat.

Modul de livrare a cursurilor de formare continuă trebuie să fie adaptat la specificul cursanților. Pentru un public de adulți, se va lua în calcul cunoștințele, experiența lor profesională, dar și de viață pe care deja o dețin. În același timp, procesul de învățare a adulților trebuie să fie focusat pe dezvoltarea unor abilități concrete.

În instruirea adulților pot fi aplicate diverse modele de predare. Spre exemplu, modelul clasic sau cel sugerat de Colb:

1. **Modelul clasic** – se referă la modelul tradițional de predare. Conținutul cursului este divizat în blocuri informaționale autonome și interdependente, fiecare bloc fiind constituit din teorie și activități practice. Activitățile practice au rolul de a pune în aplicare cunoștințele achiziționate în cadrul cursului.
2. **Modelul Colb** – presupune organizarea cursului prin aplicarea stilului experiențial de învățare. Modelul se bazează pe ideea că toți adulții au deja anumite experiențe de viață și le este mult mai ușor să accepte noi cunoștințe dacă acestea sunt conectate cu cunoștințele și experiențele pe care le dețin. În acest model procesul de predare-învățare este prezentat sub forma unui ciclu, care constă din 4 etape:



- ✓ **experiența concretă** – realizarea unei acțiuni sau descrierea experiențelor precedente ale cursanților (10% din timp);
- ✓ **observația reflexivă** – cursanții reflectă asupra experienței pe care o posedă (20% din timp);
- ✓ **conceptualizarea abstractă** – formularea unei teorii în baza experiențelor practice (cunoștințele dispersate sunt conectate într-un concept comun). Conținutul teoretic formulat de către cursanți este completat de către trainer cu cunoștințe noi (50% din timp);
- ✓ **experimentarea activă** – cursanții experimentează, aplică în practică cunoștințele noi (30% din timp).

“Învățarea este procesul în care cunoașterea este creată prin transformarea experienței” (David Kolb, 1984). Pentru mai multe detalii despre modelul experiențial de învățare, accesați: <https://www.niu.edu/citl/resources/guides/instructional-guide/experiential-learning.shtml>

Căi de livrare a cursurilor ÎPV

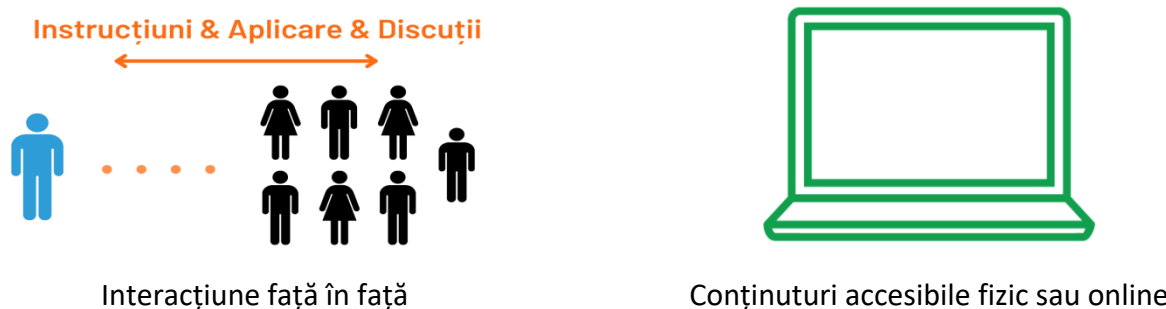
Livrarea cursurilor de Invățare pe tot Parcursul Vieții poate fi realizată aplicând diverse canale de predare-învățare:

- ✓ cu prezență fizică;
- ✓ online;
- ✓ hibrid.

Alegerea canalului de organizare a cursului depinde de specificul metodelor de predare, conținutul și obiectivele cursului, specificul grupului țintă (amplasarea geografică, competențele digitale, obișnuințele de învățare etc.), dotarea tehnică și competențele digitale ale trainerului.

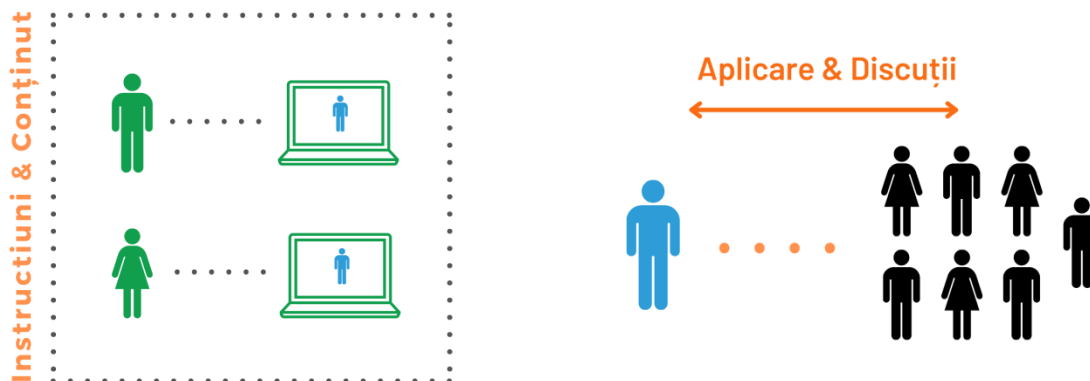
Curs cu prezență fizică

Cursurile cu prezență fizică sau offline sunt metoda clasică de învățare. Acestea se desfășoară într-o sală, la îndrumarea și coordonarea unui trainer, cu apropierea fizică a acestuia, dar și a cursanților între ei. Pentru asigurarea accesului cursanților la conținuturile cursului, materialele didactice (PPT, manuale, texte, video, documente oficiale, studii de caz etc.) sunt transmise fizic, în format electronic prin email, sau sunt plasate pe pagina cursului din Moodle, Google Classroom, Web etc. sau pe o platformă cloud de stocare a materialelor, gen Google Drive.



Cursurile cu prezență fizică pot fi organizate în forma tradițională (toate activitățile de învățare se desfășoară în clasa de curs, fiind folosite sau nu tehnologii de transmitere a conținutului cursului către cursanți) sau utilizând metoda **Flipped Classroom** (clasa inversată).

În cazul Flipped Classroom, cursanții studiază mai întâi materialul cursului pus la dispoziție de către trainer (texte, conținuturi video, podcast-uri, realizează teste, participă la discuții online etc.), apoi, în cadrul întâlnirilor față în față învață cum să implementeze ceea ce au învățat individual). Conținutul cursului este plasat pe o platformă online și este studiat de către cursanți până la activitatea din sală.



Conținut accesibil asincron, până la ora de curs

Interacțiune față în față

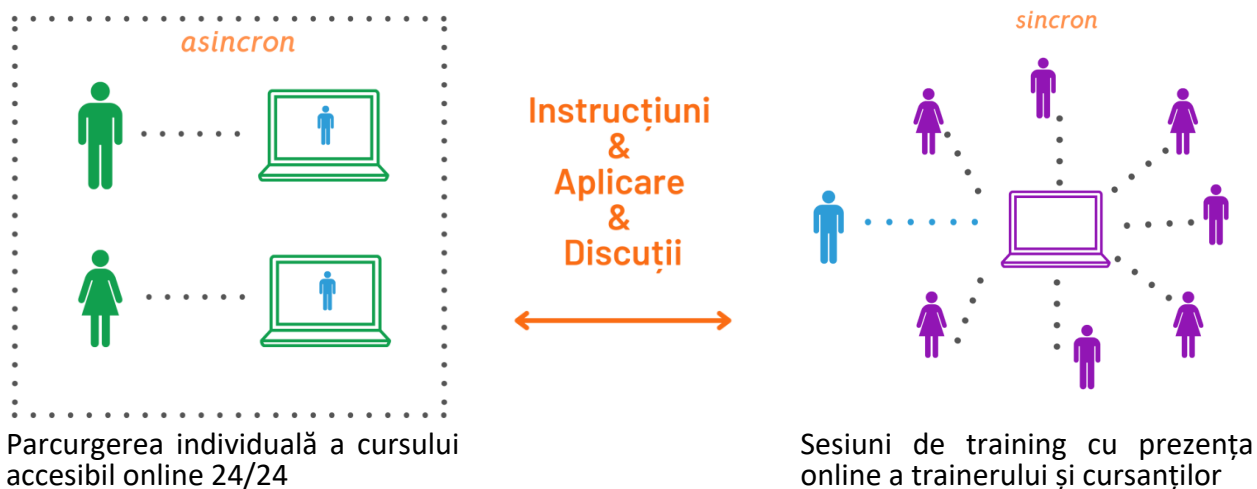
Pentru mai multe detalii despre modul de organizare a **clasei inversate** accesați <https://www.weber.edu/WSUImages/tlf/TLF%202013/Flipped%20Classroom%20Field%20Guide.pdf>

Unele avantaje ale cursurilor offline:

- ✓ Comunicarea directă cu trainerul influențează percepția informațiilor, grație conectării memoriei asociative, care are un efect pozitiv asupra învățării.
- ✓ Permite implicarea activă a cursanților în activitățile din cadrul cursului, asigurând un mediu favorabil învățării.
- ✓ Pot fi puse imediat întrebări pentru a clarifica zonele obscure ale subiectelor din conținutul trainingului. Feedback imediat din partea trainerului și colegilor.
- ✓ În timp ce studiază, cursanții interacționează și comunică între ei, ceea ce le permite să facă cunoștințe valoroase care îi vor ajuta în viitorul.

Curs online

Cursurile online presupun conectarea trainerului cu cursanții prin intermediul Internetului, folosind diverse platforme online de comunicare, management a procesului de învățare, chestionare etc. Cursurile online pot fi organizate prin aplicarea a două metode: sincron și asincron.



Parcurgerea individuală a cursului accesibil online 24/24

Sesiuni de training cu prezența online a trainerului și cursanților

Metoda sincron - predarea informației și captarea acesteia de către cursanți se desfășoară în același timp. În acest scop sunt organizate traininguri live, utilizând platforme de comunicare precum Zoom, Microsoft Teams etc.

Avantajele metodei sincron: comunicarea în timp real, trainerul este conectat direct cu publicul său, având posibilitatea să observe eventuale distrageri sau pierderi ale atenției/interesului și să reacționeze imediat. În același timp, poate răspunde în timp real la întrebări și completa neclarități ce apar pe parcursul sesiunii. Dezavantajele metodei sincron: pot apărea dificultăți tehnice legate de imagine, sunet, conexiune Internet care reduc calitatea trainingului.

Metoda asincron trainerul alege un mijloc intermediar de transmitere a informației, precum platformele Moodle, Udemy etc., crearea unui canal pe Youtube sau alte rețele de socializare-cursanții vor accesa platformă intermediară pentru a prelua informația.

Avantajul metodei asincron: informația livrată cursanților este mai bine pregătită, cu mai multe explicații sau exemple, aplicații practice. Cursanții accesează conținuturile în timpul comod fiecăruia și pot reveni repetat. Trainerul poate reveni pe platformă pentru a actualiza/completa conținuturile. Cursantul are mai mult timp pentru a citi, viziona, exersa decât în cazul cursurilor sincron. Dezavantajele metodei asincron: lipsa comunicării trainer-cursant, cursant-cursant.

Unele avantaje ale cursurilor online:

- ✓ *Sunt mult mai accesibile pentru cursanți din perspectiva timpului, banilor, locației.*
- ✓ *Sunt ușor de păstrat, cursanții având posibilitatea de a reveni la materialele cursului.*
- ✓ *Materialele de curs pot fi mai diversificate, oferind posibilitatea de conectare cu un volum mare de resurse accesibile online.*
- ✓ *Oferă intimitate cursanților, aceasta fiind un avantaj în special pentru persoanele introverte, care nu se simt confortabil în prezența unui grup mare de oameni și nu vor să se expună sau să vorbească în public.*

Curs hibrid

Cursurile hibrid presupun combinarea activităților online cu cele offline - trainerul lucrează în același timp cu cursanții care se află în sala fizică, cât și cu cei care s-au conectat online, folosind diverse instrumente hardware și software pentru conferințe video și comunicare. Cursurile hibrid oferă flexibilitate în livrarea sincronă a conținutului, permițând cursanților să participe la discuțiile în mod sincron, indiferent de forma de participare – offline sau online.

Cursurile hibrid pot fi organizate în diverse forme:

Modelul HyFlex – presupune livrarea simultană a conținutului cursului către cursanții care participă la curs în sală cât și către cei ce se conectează online, cursanții sunt implicați simultan în discuții prin intermediul platformelor de tipul Zoom. Sesiunile sincron sunt complementate de activități asincron (teme pentru acasă, discuții, chestionare etc.) găzduite pe platforme LMS (ex.

Moodle). Cursanții aleg independent sesiunile la care participă online/offline sau trainerul face un grafic de participare prin rotație a cursanților la sesiunile offline.



Grupul din sală

Grupul online sincron

Support asincron

Pentru unele activități din cadrul cursului poate fi destul de dificil de a le organiza sincron online și offline, respectiv acestea vor fi sincron pentru grupul cu prezență fizică și asincron (cu materiale video, texte, sarcini, teste etc. pregătite din timp) pentru grupul ce participă online.

Pentru mai multe detalii despre modelul HyFlex accesați <https://library.educause.edu/-/media/files/library/2020/7/eli7173.pdf>

Modelul Flipped Classroom modificat – presupune livrarea asincronă a conținutului înainte de sesiunile trainingului (videoclipuri, texte, podcasturi etc.) și organizarea activităților interactive/aplicative în sală cu 1/3 dintre cursanți conform unui grafic de rotație a grupurilor. Cealaltă membrii ai grupului completează activitățile aplicative online.



Aplicarea acestui model presupune atât pregătirea conținuturilor care vor fi livrate până la sesiunea offline, cât și activități aplicative diferite pentru cursanții care participă offline și cei care participă online. În același timp, deoarece cursanții participă doar la o parte dintre

activitățile față în față este nevoie de monitorizare permanentă a progresului obținut în realizarea cursului, feedback individual și suport în realizarea sarcinilor practice.

Unele avantaje ale cursurilor hibrid:

- ✓ *Flexibilitate – permite cursanților să gestioneze timpul eficient, dacă nu pot participa la trainingul offline se pot conecta online.*
- ✓ *Accesibilitate – cursanții pot economisi pe cheltuielile de transport și de ședere grație faptului că se pot conecta la curs de la distanță, participând la activitățile offline doar periodic.*
- ✓ *Rezultatele obținute sunt mai înalte decât în cazul cursurilor online grație posibilității de a interacționa cu trainerul și cu colegii în sesiunile offline.*
- ✓ *Implicarea mai activă a cursanților în procesul de învățare.*

Vânzarea cursurilor ÎPV

Avansarea economiei cunoașterii generează o creștere continuă a cererii pentru cursurile de formare continuă. În același timp, piața solicită tot mai mult cursuri online, acestea fiind mai accesibile și comode pentru public. După cum arată unele date recente, piața globală de e-learning va ajunge la 325 miliarde de dolari către anul 2025, rata de creștere anuală a industriei fiind de 7,5%. Respectiv, dezvoltarea cursurilor, în special a celor online, este o nișă de perspectivă ce poate fi exploatată de către profesori și experții în diverse domenii – cursurile asigurându-le venituri suplimentare.

Succesul cursurilor de formare continuă depinde de un șir de factori cei mai importanți fiind:

- ✓ Brandul personal al trainerului (cât de recunoscut este acesta);
- ✓ Nivelul de expertiză al trainerului;
- ✓ Contentul cursului (se referă la informația pe care o conține, modul de prezentare/accesare, activitățile practice, finalitățile pe care le va obține cursantul);
- ✓ Dimensiunea publicului țintă;
- ✓ Veniturile și capacitatea de plată a publicului țintă;
- ✓ Dimensiunile pieței și concurența;
- ✓ Abilitățile de marketing și vânzări ale echipei ce gestionează cursul.

Respectiv, succesul unui curs ÎPV depinde atât de trainer, conținut, interesele și posibilitățile publicului țintă, cât și de strategiile de marketing și vânzări aplicate. Pentru a atrage atenția publicului țintă și al motiva să acceseze cursul este nevoie ca autorul sau echipa care administrează cursul să se focuseze pe cele 4 componente ale mix-ului de marketing: produs, preț, plasare, promovare.

Crearea și împachetarea produsului

Succesul unui curs depinde de gradul în care acesta este adaptat la necesitățile și posibilitățile publicului țintă. Dacă cursul țintește diverse categorii de cursanți, acesta trebuie să fie adaptat la specificul fiecărui segment în parte.

Crearea cursului

Câteva momente cheie de luat în calcul la etapa de creare a cursului pentru a-i asigura vânzări:

- ✓ **Alegerea tematicii cursului** – tematica cursului trebuie să fie legată de expertiza pe care o deține trainerul, în același timp să corespundă interesului publicului țintă (rezolvă o problemă a lor, le permite să obțină performanțe care le va oferi anumite avantaje pe viitor, este o tematică un trend etc.). Înainte de a începe crearea cursului se recomandă testarea ideii prin organizarea unor webinare, organizarea de sondaje, interviuri etc., în baza căror se va constata dacă publicul este sau nu interesat de acest produs.
- ✓ **Explorarea domeniului** – analiza literaturii, publicațiilor, tendințelor, concurenților. Dacă pe piață există deja cursuri la aceeași tematică, trebuie de analizat foarte atent ce există deja și de identificat prin ce se va diferenția cursul pe care intenționăm să-l lansăm, să găsim argumente valoroase prin care să atragem atenția publicului țintă.
- ✓ **Schițarea cursului** – divizarea conținutului în module/secțiuni și stabilirea modului de parcurgere de către cursanți, scoaterea în evidență a rezultatelor pe care le vor atinge la finele fiecărui modul și a cursului integral. Este important ca conținutul cursului să fie corelat cu finalități concrete, care contează cu adevărat pentru publicul țintă.
- ✓ **Crearea conținutului** – crearea de PPT, videoclipuri, texte, aplicații practice, quiz-uri, sondaje, templateuri etc. La această etapă contează atât conținutul informațional pe care intenționăm să-l livrăm, cât și forma în care acesta va fi livrat. Se recomandă divizarea conținutului informațional în doze mici, care vor fi oferite în format diferit, spre exemplu textele vor fi combinate cu file-uri audio și cu videoclipuri, În același timp, conținutul informațional va fi combinat cu sarcini aplicative, preferabil cu utilizarea soluțiilor digitale pentru a diminua timpul necesar realizării sarcinilor și permit afișarea imediată a rezultatelor. Cu cât cursul va fi mai aplicativ, iar tehnicile de transmitere a informației mai accesibile și interactive, cu atât interesul față de curs va fi mai mare.
- ✓ **Titlul cursului** – aceeași tematică și conținut poate fi scoasă pe piață sub diferite titluri. Chiar dacă pare că cele mai importante într-un curs sunt conținutul și expertiza trainerului, nu trebuie de ignorat importanța și impactul pe care îl poate avea titlul asupra publicului. Titlul este acel element în baza cărui publicul își va crea prima impresie despre conținutul și finalitățile cursului. Un titlu bun va atrage atenția și va

încuraja publicul să facă click pe publicitatea online, să intre pe pagina de vânzare pentru a afla ce îi oferă și cum poate beneficia de el.

Unele recomandări ce pot fi utile la formularea titlului:

- utilizați serviciile oferite de motoarele de căutare, gen Google trends pentru a identifica care sunt cuvintele cheie folosite de către public la căutarea conținuturilor incluse în curs. Folosiți cele mai populare expresii utilizate la căutare pentru a formula titlul – așa cursul va apărea în top atunci când cineva caută online informații la tematica respectivă.
- adaptați titlul cursului la specificul publicului țintă (specific lingvistic, probleme cu care se confruntă, valori, percepție a informației etc.)
- titlul trebuie să fie scurt și simplu - titlurile scurte și directe, care redau esența conținutului sunt mult mai atractive pentru clienți.

Pentru mai multe sfaturi despre cum să alegi un titlu bun cursului accesați <https://www.learnworlds.com/catchy-ecourse-titles-tips-ideas-examples/>

Împachetarea cursului

Împachetarea se referă la modul în care cursul va ajunge la cursant. Aici urmează să se răspundă la 2 întrebări:

1. Ce model de livrare a cursului va fi aplicat - offline, online sau poate hibrid? Dacă este aleas online-ul, va fi conținutul livrat în format sincron sau asincron?
2. Cursul va fi accesibil într-o singură variantă sau publicul are posibilitatea de a alege din câteva versiuni posibile?

Publicul țintă va aprecia disponibilitatea trainerului de a oferi cursul în diferite versiuni, astfel cursul devenind mai personalizat. Spre exemplu, cursul este divizat în module cu finalități clare, iar cursant are posibilitatea de a cumpăra cursul integral sau de a alege modulele care îl interesează, prețul cursului variind în funcție de alegerea făcută.

O altă modalitate de personalizare a cursului – oferirea cursului în diferite versiuni, în funcție de facilitățile la care are acces cursantul. Spre exemplu: versiunea Basic – acces la conținutul teoretic, template-uri gratuite, aplicații de autoevaluare digitală a cunoștințelor; versiunea Premium – conținut teoretic, 2 module bonus, template-uri gratuite, autoevaluare digitală, chat cu trainerul și ceilalți cursanți, feedback personalizat al trainerului per fiecare modul.

Stabilirea prețului

Stabilirea prețului presupune găsirea răspunsului la 2 întrebări:

1. Cum va fi taxat utilizatorul?
2. Cât va plăti utilizatorul pentru curs?

Cum poate fi taxat utilizatorul?

Pot fi aplicate diferite strategii de taxare a utilizatorilor cursului:

Cursul este oferit gratuit – această strategie poate fi folosită în diferite cazuri:

- cheltuielile de elaborare și livrare a cursului sunt acoperite de finanțatori sau de către sponsori, condiția finanțării fiind oferirea gratuită a cursului pentru toți sau pentru anumite categorii de utilizatori;
- cursul este la etapa de testare, respectiv, este oferit gratuit pentru un termen scurt în scopul de a verifica cum funcționează, ce ajustări sunt necesare și de a acumula feedback de la utilizatori;
- cursul are ca scop demonstrarea valorii conținutului, a expertizei trainerilor și se folosește în scopul de a vinde un curs mai complex și costisitor;
- versiunea gratuită este folosită ca instrument de vânzare, mizând pe faptul că utilizatorii interesați de tematică vor accesa versiunea plătită, care este mult mai complexă și oferă mai multe facilități;
- cursul este folosit pentru promovarea brandului și crearea comunității, a bazei de date de utilizatori potențiali a altor cursuri, vândute sub același brand;
- cursul este oferit în calitate de bonus pentru o anumită achiziție, în scopuri de fidelizare a clienților;
- cursul gratuit este monetizat prin alte căi decât taxa pentru curs, ca exemplu, prin taxa pentru eliberarea certificatului, sau prin oferirea serviciilor de consultanță în domenii conexe cu tematica cursului, prin vânzarea de produse/servicii conexe cu tematica cursului.

Cursul presupune o plată de o singură dată – este stabilit un preț clar, plătit o singură dată de către utilizator și sunt anunțate facilitățile pe care le va primi utilizatorul în baza prețului achitat. În acest caz pot fi aplicate mai multe strategii de stabilire a plății:

- stabilirea prețului pentru cursul integral și/sau pentru fiecare modul în parte, utilizatorul având posibilitatea să aleagă cursul integral sau doar modulele care îl interesează;
- pentru același conținut informational sunt stabilite prețuri diferite, în funcție de facilitățile pe care le alege utilizatorul (ex. versiunea Basic sau versiunea Premium).

Avantajul acestei metode constă în faptul că trainerul poate ușor să comunice valoarea cursului, poate oferi reduceri pentru următoarele cursuri achiziționate iar utilizatorului îi este clar pentru ce plătește.

Cursul este oferit în bază de abonament – în baza abonamentelor lunare utilizatorii au acces la curs și facilități conexe cursului: utilizarea unor instrumente digitale accesibile doar pe pagina cursului, acces la informații adiționale care țin de tematica cursului (ex. podcasturi), acces la comunitatea utilizatorilor și chat/forum cu trainerul și utilizatorii.

Pentru ca utilizatorii să fie dispuși să plătească abonamente lunare este nevoie ca prezența pe pagina cursului să-i ofere valoare suplimentară. Ca exemplu, conținutul cursului este permanent înnoit, comunitatea de utilizatori este valoroasă prin activitatea desfășurată – membrii răspund la întrebări legate de tematica cursului, se împartă cu experiența proprie etc.

Cât va plăti pentru curs?

Stabilirea prețului cursului este o sarcină extrem de importantă – nivelul prețului afectează profitabilitatea cursului: dacă prețul este prea mare s-ar putea ca numărul de cumpărători să fie prea mic, pe când prețul mic poate să asigure vânzări mari dar să nu acopere cheltuielile. Uneori se consideră că prețul mic face cursul mai atractiv și invers, dar aceasta frecvent nu funcționează – cumpărătorul ar putea pune la îndoială calitatea cursului și competența trainerului dacă prețul este prea mic, și invers, prețul mare poate insufla încredere și disponibilitate mai mare de a fi cumpărat.

Ca și în cazul altor produse/servicii, pentru stabilirea prețului cursurilor pot fi aplicate 3 metode:

1. **stabilirea prețului în funcție de costuri** – în acest caz se identifică toate cheltuielile legate de pregătirea și livrarea cursului (arendă spațiu, rechizite, apa, pauze de cafe, recompensele trainerului, cheltuieli de marketing, recompensele asistenților etc.) și se stabilește care este numărul mediu de persoane în grup. Prin raportarea cheltuielilor totale la numărul de persoane în grup se va determina cheltuielile ce revin unei persoane. Adăugând o marjă de profit la costurile per persoană (ca exemplu, 50%), se obține prețul cursului pentru o persoană. În cazul acestei metode de formarea a prețului, pentru a asigura profitabilitate cursului trebuie de luat în calcul absolut toate cheltuielile, iar grupul de cursanți să fie format dintr-un număr egal sau mai mare comparativ cu cel anticipat, în caz contrar se va pierde profitul.
2. **stabilirea prețului în funcție de concurență** – în acest caz prețul se stabilește în funcție de media existentă pe piață la cursuri cu exact aceeași tematică sau cu tematici similare. Un moment important – publicul țintă poate accepta prețurile mari ale unor concurenți deoarece au încredere în calitatea cursului și expertiza trainerului, certificatul eliberat de ei este credibil etc., dar nu este garantat că ei vor fi dispuși să plătească același preț pentru cursul oferit de altcineva. Aplicând această metodă de formare a prețului este important de a testa care este reacția publicului la prețul oferit. Testarea poate fi făcută prin afișarea diferitor prețuri în diferite intervale de timp sau în campanii diferite de marketing, ulterior prețurile vor fi ajustate în funcție de comportamentul consumatorilor.
3. **stabilirea prețului în funcție de disponibilitatea cursanților de a plăti** – metoda pornește de la faptul că atât necesitățile de formare a utilizatorilor cât și posibilitățile de plată sunt diferite, respectiv, pentru a acoperi mai multe segmente de clienți vor fi oferite versiuni diferite ale cursului. Ca exemplu, sunt afișate versiunile Basic și Premium

ale cursului, cu facilități, dar și cu prețuri diferite utilizatorul având posibilitatea de a alege versiunea care îi convine mai mult.

Fiecare dintre cele 3 metode de stabilire a prețului are avantajele dar și dezavantajele sale, respectiv, la stabilirea prețului este bine să fie luate în considerație toate 3.

Plasarea cursurilor

Plasarea cursurilor se referă la canalele prin care sunt expuse spre vânzare cursurile. Există 3 canale prin care cursurile pot fi vândute:

- prin intermediul unei platforme specializate/marketplace în vânzarea cursurilor online;
- prin intermediul unei organizații specializată în vânzarea și administrarea cursurilor;
- prin canale proprii – web a cursului, paginile cursului pe rețelele de socializare etc.

Marketplace-uri pentru cursuri online – sunt platforme online prin intermediul căror oricine își poate expune spre vânzare cursuri, platforma asumându-și atragerea pe platformă a unui număr cât mai mare de utilizatori. Grație platformei, cumpărătorul poate găsi în același loc multiple cursuri la tematica de care este interesat (toate ofertele vânzătorilor fiind listate într-un catalog comun de cursuri), iar vânzătorul se poate adresa prin intermediul platformei la un număr foarte mare de potențiali cumpărători. Pe lângă faptul că platforma asigură conexiunea dintre cumpărătorul și vânzătorul de cursuri online, ele mai soluționează și diverse probleme legate atât de logistica cursului (găzduire web a cursului, vânzări, încasări de plăți, marketing etc.) cât și de managementul cursului (înscriere la curs, monitorizarea progresului, comunicare, evaluarea cunostintelor, generarea certificatelor etc.). Unele platforme oferă și soluții digitale ce pot fi utilizate la etapa de creare a conținuturilor cursului.

Fiecare marketplace are modelul său de monetizare (din ce câștigă bani – din vânzarea cursurilor sau din alte servicii, ex., cursurile sunt gratuite dar se percep taxe pentru eliberarea certificatelor), dar și modelul prin care sunt recompensați autorii de cursuri. Spre exemplu, autorii de cursuri primesc 50% din încasările din vânzarea cursurilor prin intermediul platformei www.udemy.com, iar cei care își vând cursurile pe www.skillshare.com sunt remunerați sub formă de royalty (plată pentru dreptul de autor) pentru fiecare minut de vizualizare a cursului amplasat pe platformă.

Accesați link-ul pentru a afla despre cum funcționează 12 cele mai populare marketplace-uri pentru cursuri: <https://instructor-academy.onlinecoursehost.com/best-online-course-marketplaces/>

Organizații specializate – sunt anumite unități instituționale specializate în dezvoltarea și livrarea programelor ÎPV. Ca exemplu, în cadrul universităților/colegiilor se obișnuiește să existe unități responsabile de formarea continuă (ex. în ASEM sunt Școala de Formare Continuă,

MACIP, SMARTLab etc.), care dezvoltă propriile programe, dar și pot susține profesorii și experții din domeniul practic să dezvolte și să vândă programe ÎPV din numele acestor unități instituționale/companii. În același timp, pot exista diverse ONG-uri, companii private (ex. compania Proactive) care fac același lucru – dezvoltă și comercializează cursuri ÎPV.

Avantajele utilizării acestui canal: 1. va fi mai ușor de ajuns la publicul țintă (cel puțin la etapa de lansare pe piață a autorului), unitatea instituțională/compania având deja un nume, clienți fideli, experiență în marketing etc.; 2. va fi mai simplu de a identifica tematica și formatul cursului – unitatea instituțională/compania are experiență și tehnici legate de studiul pieței, analiza potențialului cursului, cunoaște care sunt tendințele pieței, specificul diferitor categorii de clienți etc. 3. autorului îi este mai simplu să dezvolte cursul – unitatea instituțională/compania preia procesele legate de administrare, marketing, vânzare curs, dar și unele procese legate de elaborarea cursului, spre exemplu, editarea materialelor didactice (text, video etc.), digitalizarea sarcinilor practice etc.

Important: la încheierea acordului de colaborare cu o unitate instituțională sau companie specializată, trebuie să fie negociate 2 aspecte: 1. cum va fi remunerat autorul; 2. cui vor aparține drepturile de autor asupra cursului. Aceste două momente sunt decisive, în special, dacă cursul va fi livrat online, în regim asincron.

Canale proprii – autorul se ocupă individual de întregul proces de analiză și testare a pieței, dezvoltare conținut, administrare curs, marketing și vânzări sau angajează persoane care vor fi responsabile de anumite procese legate de elaborarea, managementul și vânzarea cursului.

Avantajele canalului: 1. autorul decide individual cum va arăta și cum va fi promovat, administrat cursul; 2. autorul gestionează individual fluxurile financiare; 3. autorul își dezvoltă brandul personal. Dezavantaje: 1. Scoaterea produsului pe piață poate necesita mult timp, autorul fiind responsabil de absolut toate procesele; 2. Ignorarea unor procese importante – timpul pe care îl are la dispoziție autorul, dar și competențele pe care le posedă sunt limitate, respectiv, vor fi date priorități unor procese (spre exemplu, calității informației incluse în curs), alte procese fiind ignorate (spre exemplu, din lipsă de timp, comunicarea curentă cu utilizatorii și/sau cu persoanele interesate de curs va fi ignorată.) Pentru a depăși aceste dezavantaje autorul poate angaja persoane care să fie responsabile de anumite procese, dar acest lucru va fi dificil, din punct de vedere financiar, la etapa de lansare pe piață a cursului.

Important: Pentru a asigura vânzarea cursurilor prin acest canal, este nevoie de a investi timp și bani în promovarea atât a cursului cât și a trainerului.

Bonus! Importanța paginii de vânzare a cursului.

Indiferent de modul în care va fi organizat cursul (online, offline, hibrid), acesta are nevoie de participanți/utilizatori, care la rândul său trebuie să afle despre existența cursului, dar și să

înțeleagă ce beneficii va obține de la cursul respectiv. Aceste sarcini pot fi soluționate prin elaborarea unei pagini de vânzare a cursului (landing page), care va fi accesibilă online, va conține cele mai relevante informații pentru utilizatori, dar și prin intermediul cărei doritorii se vor înscrie la curs. Dacă cursul are o astfel de pagină, toate campaniile de marketing trebuie să fie conectate cu pagina respectivă. Pagina va oferi și posibilitatea de a analiza de unde vin clienții și care din informația plasată online prezintă pentru ei un interes mai mare.

O pagină de vânzări necesită două lucruri: textul și designul. Pentru a scrie un text perfect, este important de a cunoaște publicul, ce necesități/interese are și cum poate fi convins. Cu alte cuvinte, textul de pe pagina web trebuie să răspundă la 3 întrebări cheie: 1. pentru cine este cursul; 2. ce îi va oferi acest curs; 3. prin ce acest curs este benefic pentru el.

În ceea ce privește designul paginii, pentru acesta nu este nevoie de competențe tehnice specifice (web design și programare). În acest scop pot fi utilizate platforme online (constructoare de site-uri), care oferă șabloane gata făcute, ușor de personalizat/adaptat. Unele platforme ce pot fi folosite în acest scop: www.leadpages.com, <https://tilda.cc>, <https://onepage.com>, www.wix.com, www.learnworlds.com/school-website.

Pentru a atinge rezultate bune, pagina de vânzări trebuie să conțină 3 elemente importante:

1. Titluri scurte centrate pe valoarea cursului. Chiar la începutul pagii trebuie să fie afișat titlu cu text mare, vizibil, în baza cărui vizitatorii ași vor crea impresia despre ce vor găsi pe pagină. În același timp, trebuie să fie prezentate pe scurt beneficiile oferite de curs.
2. Cuvinte/expresii ce îndeamnă la acțiune. Vizitatorii paginii trebuie să fie implicați, entuziasmați și atrași de cursurile dvs. În acest scop se folosesc cuvinte/expresii care să-i motiveze spre acțiune (ca exemplu: descoperă, explorează, învață, îmbunătățește etc.
3. Dovezi și testimoniale. Deoarece este expus spre vânzare un produs informațional, trebuie de confirmat valoarea acestuia prin dovezi care vin de la foștii și actualii utilizatori. Se recomandă prezentarea unor statistici relevante, afișarea pe pagină a comentariilor recepționate prin email, messenger, viber etc. de la cursanți. Dovezi ale calității cursului pot fi și unele publicații pe site-uri de noutăți, în media, la TV etc. cu referire la curs.

Accesați linkul pentru mai multe sfaturi cu referire la conținutul paginii de vânzări a cursurilor <https://www.learnworlds.com/course-landing-page-with-examples/#twenty>

Promovarea cursurilor

Succesul și profitabilitatea cursurilor depind nu doar de calitatea conținutului și de expertiza trainerului, dar și de modul în care acesta este promovat. În același timp promovarea va avea impactul scontat asupra profitabilității cursului doar dacă este organizată astfel, încât să fie luat în calcul traseul pe care îl parcurge cumpărătorul din momentul în care a aflat despre curs, până face

achiziția propriu zisă. În marketing acest traseu este descris prin instrumentul care poartă numele de **pâlnie de vânzări** - instrument care descrie specificul etapelor prin care trece cumpărătorul din momentul conștientizării necesității unui produs/serviciu, până în momentul în care va face achiziția. Pentru a avea o campanie de succes este nevoie ca instrumentele de promovare asociate fiecărei etape din pâlnie să fie focusat pe finalitatea anticipată de la etapa respectivă.

Conform pâlniei de vânzări, cumpărătorul de cursuri parcurge 5 etape ce trebuie de luat în calcul la organizarea promovării: conștientizare, interes, dorință, acțiune, loialitate.



Forma pâlniei indică că la fiecare etapă numărul de persoane din pâlnie devine tot mai mic, respectiv, sarcina promovării constă atât în atragerea a unui număr cât mai mare de persoane în pâlnie, cât și diminuarea pierderilor de potențiali cumpărători care au loc la trecerea de la o etapă la alta. Vom analiza în continuare care sunt sarcinile promovării la fiecare etapă a pâlniei și ce instrumente pot fi utilizate pentru a atinge rezultatele așteptate.

Etapa de CONȘTIENTIZARE

La această etapă promovarea urmărește scopul de a capta atenția publicului țintă prin conținut convingător, branding și printr-un mesaj care să iasă în evidență. Dacă cursul are o pagină web, scopul campaniei de promovare constă în atragerea unui trafic cât mai mare pe web, fără aceste măsuri întreprinse la următoarele etape ale pâlniei nu au sens. Pentru a atrage trafic pot fi folosite mai multe canale:

- ✓ **Publicarea informației pe web**, care va fi accesibilă persoanelor care intra pe web în căutarea informațiilor de acest gen sau sunt direcționate spre web de către motoarele de căutare etc.

- ✓ **Publicitatea plătită** pe Facebook, Instagram, Google, LinkedIn, pe site-uri de publicitate, alte site-uri cu flux mare de vizitatori, care va ajuta ca informația să fie afișată anume persoanelor care au nevoie de cursul respectiv;
- ✓ **Publicarea articolelor, postări pe blog/vlog** legate de tematica cursului. Scrierea articolelor este una dintre cele mai relevante căi de a atrage atenția persoanelor interesate de conținutul cursului. Prin articole și postările în blog/vlog sunt demonstrate expertiza trainerului, abilitățile, experiența. Pentru un impact mai bun, articolele/postările pot conține chiar anumite părți din conținutul cursului.
- ✓ **Producerea de conținut în social media.** Conținutul pentru social media este similar celui din articole și postările în blog/vlog. Conținutul distribuit prin rețele de socializare (pagina din Facebook, canalul din Telegram sau Youtube etc.) trebuie să fie focusat pe problemele/durerile/interesele grupul țintă, conexe cu tematica cursului. În baza acestor probleme pot fi elaborate tutoriale simple și scurte, ghiduri complexe etc. Nu există o strategie „perfectă” pentru conținuturile din social media, totul se rezumă la identificarea platformei potrivite pentru conținutul livrat, persistența și încercarea continuă a diferitelor tipuri de conținut.
- ✓ **Dezvoltarea legăturilor și rețelelor.** Un scopuri promoționale poate fi folosit publicul altor persoane pentru a genera trafic – scrierea de postări pentru alte bloguri, influenceri, partajarea de conținut pe paginile și în grupurile altor persoane, apariții în podcasturi, interviuri, publicații în buletine informative relevante etc.

Etapa de INTERES

Dacă la etapa precedentă era nevoie de a capta atenția publicului țintă, la aceasta etapă se aplică tehnici prin care să fie menținută atenția.

Tehnici ce permit menținerea atenției vizitatorilor:

- ✓ **Aplicarea tehnicilor lead magnet.** Termenul „*lead*” se referă la datele de contact ale persoanelor pentru care conținutul cursului este relevant, iar „*lead magnet*” este ceva valoros ce este oferit potențialului cumpărător în schimbul datelor de contact.
Există o mulțime de magneti ce pot fi folosiți în scopul de a colecta datele de contact a publicului interesat de conținutul cursului: oferirea de texte în format PDF, ghiduri, rapoarte, lectii video gratuite, checklist-uri, tutoriale, șabloane, lecții de probă (1-2 sesiuni gratuite), cupoane de reduceri, tombole etc.
Această metodă de menținere a atenției va funcționa dacă este oferit ceva care contează cu adevărat pentru publicul interesat de tematica cursului.
- ✓ **Ghiduri aprofundate (articole sau video).** Articolele sau videourile afișate la această etapă trebuie să fie mai profunde și mai complexe comparativ cu cele oferite la etapa de conștientizare. La această etapă pot fi oferite resurse noi sau pot fi setate astfel postările

la etapa de conștientizare, încât să fie accesibilă doar o parte din conținut, cealaltă parte devenind accesibilă doar după ce sunt lăsate datele de contact.

- ✓ **Webinare gratuite.** Pot webinar live sau preînregistrate, cu o durată de 0,5 – 1,5 ore, organizate într-un format captivant și interactiv. Webinarul trebuie să conțină 1-2 subiecte relevante din curs, prin care va fi demonstrate publicului țintă importanța conținutului dar și expertiza trainerului.
- ✓ **Remarketing** - reamintirea persoanelor care au fost interesate de publicitate, articole etc. folosite la prima etapă despre curs. Prin utilizarea unor tehnici speciale, persoanele care au deschis articolele, videoclipurile, au intrat pe pagina web a cursului pot vedea repetat publicitatea sau alte materiale promoționale.

Etapa de DORINȚĂ

În partea de sus a pâlniei, acțiunile de promovare erau focusate inițial pe captarea atenției (conștientizarea) publicului țintă, apoi pe păstrarea atenției (interesul) prin conținuturi mai aprofundate și mai valoroase. Dacă totul a fost făcut corect, persoanele interesate au oferit datele de contact în schimbul lead magnitudinii de care au beneficiat. Dar încă nu s-a reușit transformarea interesului cumpărătorului țintă în dorința de a cumpăra cursul.

Scopul promovării la această etapă constă în construirea unei strategii de comunicare (prin Email, Messenger, Telegram, Slack etc.) cu publicul care a oferit datele de contact, prin care se urmărește convingerea acestuia de faptul că expertul poate să-i ofere soluții pentru problema specifică pe care o are. În acest scop, pentru canalul de comunicare selectat va fi construită o pâlnie, în conformitate cu care vor fi trimise mesaje cu o anumită regularitate și logică.

Spre exemplu, dacă va fi folosit emailul drept canal de comunicare, persoana care a lasat datele de contact va fi abordată repetat prin mesaje care au menirea de a o determina să facă achiziția. În acest scop, vor fi expediate treptat mesaje care urmăresc:

- Pasul 1: Stabilirea încrederii;
- Pasul 2: Consolidarea autorității;
- Pasul 3: Conștientizarea durerii;
- Pasul 4: Oferirea soluției.

Fiecare pas presupune transmiterea a 2-3 mesaje, focusate pe atingerea obiectivului aflat în vizorul etapei respective a campaniei de email marketing. Spre exemplu, pentru a insufla încredere potențialului cumpărător, vor fi trimise 3 mesaje la adresa indicată de utilizator:

E-mail 1: Bun venit și acces la lead magnit – conține un mesaj de mulțumire pentru interesul persoanei față de conținutul lead magnitudinii și un link de unde va fi descărcat acesta.

E-mail 2: Povestea trainerului – este oferită o informație atractivă despre trainer, iar în calitate de bonus poate fi oferit accesul la un articol mai valoros.

E-mail 3: Misiunea trainerului și ce urmează – vor fi prezentate valorile de bază, dar și oferite informații cu referire la conținutul educational, pentru a înțelege la ce se pot aștepta cursanții.

Accesați linkul pentru a afla mai multe despre cum pot fi construite campaniile de e-mail marketing pentru vanzarea cursurilor <https://www.inboxarmy.com/email-marketing-guide/email-marketing-for-online-courses>.

Etapa de ACȚIUNE

Această este etapa către care trebuiau să ducă toate măsurile întreprinse la etapele precedente – nu este suficient ca publicul țintă să afle despre curs și să citească articolele, să participe la webinar etc., sarcina întregii campanii este motivarea publicului să cumpere cursul.

Pentru a atinge obiectivul se va opera cu două elemente cheie: 1. imboldul spre acțiune; 2. pagina de vânzare a cursului. Aceste două elemente funcționează împreună, deoarece imboldul spre acțiune cu care s-a finalizat campania prin e-mail de la etapa precedentă trebuie să direcționeze publicul țintă spre pagina de vânzări a cursului.

Există mai multe moduri de a face acest lucru, dar în mare parte, magia se întâmplă în interiorul pâlniei de e-mail (sau de pe alt canal de comunicare). Până la acest moment publicul țintă a fost antrenat într-o călătorie captivantă, i-a fost captată și menținută atenția, interesul a fost transformat în dorință, i-a fost insuflată încredere și au fost consolidate relațiile, i-au fost oferite diverse resurse valoroase. Respectiv, publicul este pregătit pentru a face achiziția – este timpul de a trece la următorul pas: *îndemnul spre acțiune*.

Prin acest pas cumpărătorii potențiali sunt puși în fața deciziei – să cumpere sau cel puțin să vadă oferta, care este plasată pe pagina de vânzare a cursului. În ofertă publicului îi va fi reamintită problema cu care se confruntă; prezentată soluția oferită de trainer; dezvăluite beneficiile de bază; prezentați următorii pași.

Un moment cheie pe pagina de vânzare va fi butonul spre acțiune (ex. „înscrie-te acum”) prin intermediul căruia vizitatorul poate începe procesul de cumpărare a cursului.

Accesați linkul pentru a afla mai multe despre cum trebuie să arăte o pagină de vânzări cu impact ridicat <https://foundr.com/articles/building-a-business/online-courses/online-course-landing-sales-page>

Etapa de LOIALITATE

După ce vânzarea a fost finalizată se recomandă continuarea campaniei de promovare, urmărind loializarea atât a publicului care a cumpărat, cât și a celui ce nu a cumpărat.

Dacă **persoana a cumpărat**, loializarea îl va motiva:

- ✓ să cumpere și să participe la cursurile viitoare;

- ✓ să contribuie la generarea de noi idei de cursuri;
- ✓ să participe la testarea proiectelor viitoare;
- ✓ să recomande cursul altor persoane;
- ✓ să ofere recenzii, testimoniale, studii de caz de succes.

În acest scop pot fi create forumuri, grupuri private pe Facebook, Telegram, Slack etc., prin care se va menține relația cu trainerul dar și cu ceilalți cusanți pentru a primi raspuns la întrebări, a face schimb de experiență, a primi acces la content suplimentar și/sau servicii după finalizarea cursului. O comunitate de acest gen permite trainerului să distribuie și să testeze conținuturi noi, să adreseze întrebări, să adune testimoniale, să observe și să cerceteze publicul, să testeze idei noi și proiecte viitoare.

Chiar dacă **persoana nu a cumpărat**, este necesară loializarea ei, fiind o resursă valoroasă pentru trainer. Menținerea comunicării cu acest grup de utilizatori poate ajuta la:

- ✓ înțelegerea greșelilor care au fost comise la etapele precedente de promovare sau chiar la etapa de elaborare a cursului;
- ✓ dezvoltarea altor produse ce pot fi mai relevante pentru acest public;
- ✓ poate fi public țintă în următoarele campanii de promovare – dacă nu au cumpărat acum, nu este exclus faptul că vor cumpăra cursul în viitor.

Pentru a beneficia de aceste oportunități este nevoie de a păstra contactele în baza de date și de a menține comunicarea prin email (prin campanii de email marketing dedicate acestui grup de utilizatori) sau prin alte canale de comunicare.

La finalizarea fiecărei campanii de promovare și vânzare a cursurilor se recomandă realizarea unei analize pentru a înțelege care au fost succesele și lacunele campaniei – informații care vor fi utile pentru următoarele campanii de promovare.

Partea 3

Formarea profesională continuă în ASEM

Viziunea și prioritățile ASEM în domeniul ÎPV

Academia de Studii Economice din Moldova (ASEM) este o universitate ce s-a angajat în „pregătirea specialiștilor de înaltă calificare în cele mai diverse domenii ale științelor economice și în domenii adiacente..., o instituție cu o prezență intensă a activității de antreprenoriat, inclusiv prin extinderea programelor de formare continuă”.¹⁹

În corespundere cu responsabilitățile pe care le are față de societate, ASEM etalează **misiunea generală de a dezvolta și îmbunătăți competențele-cheie și competențe specifice ale populației, din perspectiva multifuncționalității și transferului de cunoștințe, abilități și atitudini spre sporirea ocupării forței de muncă și a productivității muncii, toate acestea bazându-se pe o participare mai mare la învățarea pe tot parcursul vieții.**

Activitatea ÎPV în ASEM este coordonată de Școala de Formare Continuă a ASEM, care are misiunea de a promova cultura ÎPV la nivel instituțional și de a reuni eforturilor tuturor subdiviziunilor ASEM în vederea amplificării și valorificării potențialului ASEM în domeniul ÎPV.

Școala de Formare Continuă a ASEM, prin activitatea pe care o desfășoară intenționează atingerea obiectivelor:

- promovarea conceptului ÎPV (prin organizarea de evenimente, publicații etc.) și realizarea studiilor în domeniul învățământului continuu;
- crearea cadrului instituțional (infrastructură, reglementări, proceduri de monitorizare etc.) favorabil dezvoltării programelor și serviciilor ÎPV;
- implicarea activă a personalului didactic din cadrul departamentelor ASEM și a profesioniștilor din economia reală în dezvoltarea programelor ÎPV;
- crearea unei oferte în domeniul ÎPV flexibilă la necesitățile pieței, focusate pe interesele beneficiarilor, utilizând metode moderne de predare;
- diversificarea continuă a programelor, serviciilor ÎPV;
- poziționarea ASEM pe piața serviciilor educaționale drept instituție lider în organizarea programelor de formare continuă în domeniile economie, finanțe, management, marketing, administrarea afacerilor, economie și afaceri internaționale, științe administrative, cibernetică, statistică și informatică economică, contabilitate sociologie, limbi modern aplicate ș.a.

Dezvoltarea ÎPV în ASEM se realizează în conformitate cu Strategia ASEM de învățare pe tot parcursul vieții, perioada 2021-2025. Conform strategiei, ariile strategice prioritare ale ASEM în domeniul ÎPV sunt:

1. Adoptarea învățării pe tot parcursul vieții (ÎPV) drept concept-cheie a culturii educaționale în ASEM;
2. Consolidarea și dezvoltarea capacităților instituționale în domeniul ÎPV pentru asigurarea calității serviciilor de ÎPV;

¹⁹Declarația Rectorului privind Politica ASEM în domeniul calității // https://ase.md/files/legal/interne/1.4_declaratia_pca_r02.pdf

3. Crearea unei oferte competitive în domeniul ÎPV, flexibilă la necesitățile utilizatorilor individuali și corporativi;
 4. Digitalizarea și aplicarea tehnologiilor educaționale moderne în prestarea serviciilor ÎPV.
- Ariilor strategice revin obiective specifice și măsuri care vor permite punerea în practică a Strategiei²⁰.

Servicii de formare continuă oferite de ASEM

Pe lângă dezvoltarea și livrarea propriu-zisă a programelor de formare continuă, ASEM oferă și un set de servicii, orientate către beneficiarii programelor și/sau dezvoltatorii de programe de formare continuă:

>> Catalogul cursurilor de formare continuă

Bloc informational amplasat pe pagina web a Școlii de Formare Continuă a ASEM, prin intermediul căruia beneficiarul se documentează despre programele oferite de ASEM, traineri, orar etc. și prin intermediul căruia are loc înscrierea la cursuri.

>> Help desk

Serviciul urmărește asigurarea accesibilității informației cu referire la serviciile de formare continuă oferite de ASEM și oferirea suportului în selectarea programelor de formare continuă corespunzătoare necesităților utilizatorilor individuali și/sau corporativi.

Activități specifice:

1. [Ghidul beneficiarului serviciilor FC](#) – document accesibil online care cuprinde informații cu referire la formarea continuă în general și serviciile de formare continuă prestate de ASEM;
2. [Intrebări frecvente](#) – rubrică pe pagina web a Școlii de Formare Continuă a ASEM unde sunt listate întrebările frecvente ale utilizatorilor cu referire la formarea continuă în general și la serviciile de formare continuă prestate de ASEM;
3. [Ghidare](#) – asistența utilizatorilor individuali în selectarea programelor de formare continuă (online - chat, email; telefon; face2face);
4. [Dezvoltare programe pentru clienții corporativi](#) – dezvoltarea de programe de formare continuă personalizate, la solicitarea clientului corporativ (identificarea necesităților, elaborare program, recrutare traineri etc.).

>> Asistentă în crearea cursurilor de formare continuă

Serviciul are ca scop susținerea autorilor de cursuri de formare continuă prin ghidarea și/sau preluarea procesului de pregătire a conținuturilor didactice și/sau a activităților de marketing. Autorii de cursuri sunt asistați la toate etapele de creare, vânzare și livrare a cursurilor.

²⁰ *Strategia ASEM de învățare pe tot parcursul vieții, perioada 2021-2025, aprobată în ședința Senatului ASEM nr.14, din 30.06.2021.*

Activități specifice: training și consultanță; elaborare program curs; creare conținut textual, video, aplicații practice etc.; digitalizare conținuturi didactice; marketing program.

Beneficiari: profesori ASEM; profesori din alte instituții de învățământ; experți/profesioniști din economia reală.

Condiții de prestare: contra plată.

>> Asistență în obținerea autorizării și acreditării cursurilor de formare continuă

Serviciul are ca scop susținerea structurilor din ASEM și din exterior în vederea obținerii autorizării și/sau acreditării pentru programele de formare continuă.

Activități specifice:

2. consultanță cu referire la procedura de obținere a autorizației și/sau a acreditării;
3. suport în elaborarea dosarelor pentru acreditarea programelor de formare continuă.

Beneficiari: centre/departamentele ASEM încadrate în oferirea programelor de formare continuă; beneficiari din exterior - centre specializate din cadrul altor instituții de învățământ, companii private etc., prestatoare de servicii de formare continuă.

Condiții de prestare: gratuit pentru subdiviziunile ASEM, contra plată pentru prestatorii de servicii din exterior.

Centre ASEM specializate în oferirea programelor de formare continuă

În dezvoltarea programelor de formare continuă sunt implicate câteva subdiviziuni specializate:

- **Școala de Formare Continuă a ASEM** – are misiunea de a promova cultura ÎPV la nivel instituțional și de a reuni eforturile tuturor subdiviziunilor ASEM în vederea amplificării și valorificării potențialului ASEM în domeniul ÎPV. ȘFC oferă programe de formare continuă în domeniile psihopedagogia disciplinelor economice, managementul vânzărilor, resurse umane, comunicare, managementul proiectelor, managementul calității etc. Școala de formare continuă oferă suport consultativ și logistic centrelor specializate și departamentelor ASEM în dezvoltarea, livrarea, autorizarea și acreditarea programelor de formare continuă.
- **MACIP** – specializat în prestarea serviciilor complexe de consultanță și training în afaceri. Oferă programe de formare continuă în domeniile: management, contabilitate, marketing, drept economic, limbi straine de afaceri.
- **Școala Superioară de Turism și Servicii Hoteliere** – specializată în organizarea programelor de formare continuă în domeniul Turism și Servicii hoteliere. Școala oferă programe de recalificare profesională în domeniile: Administrarea Afacerilor în Turism;

Administrarea Afacerilor în Structurile de Primire Turistică; Managementul Serviciilor Turistice; Managementul Serviciilor în Structurile de Primire Turistică; Ghid turistic.

- **Centrul de Consultanță și Dezvoltare Profesională în Comerț și Alimentație Publică** – prestează servicii profesioniste de instruire și consultanță în domeniul comerțului și alimentației publice. Centrul oferă 2 programe de formare profesională: 1. bucătar; vânzător.
- **Centrul de Educație și Servicii ProBusiness SMARTLab** – specializat în dezvoltarea programelor de formare continuă focusate pe dezvoltarea competențelor necesare unui anteprenor: inițiere în afaceri, scalarea afacerii, comunicare de business, planificare și gestiune financiară, competențe digitale fundamentale, ecommerce etc.

Ghidul ASEM în domeniu ÎPV a fost elaborat în cadrul proiectului COMPASS

COMPASS CĂTRE MODELUL UNIVERSITAR EUROPEAN DE ÎNVĂȚARE PE PARCURSUL VIEȚII

Co-finanțat Comisia Europeană, program Erasmus+
Acțiunea cheie 2: Cooperare pentru inovare și schimb de bune practici
Consolidarea capacităților în domeniul învățământului superior.

Nr. proiect 597889-EPP-1-2018-1-MD-EPPKA2-CBHE-SP

Durată 15/11/2018 – 14/11/2022

SCOPUL PROIECTULUI

Contribuția la integrarea mai profundă a Republicii Moldova în EHEA prin integrarea unui model universitar de învățare continuă (ULLL) în Moldova.

OBIECTIVE

Promovarea și consolidarea culturii ULLL în Moldova și consolidarea consensului național al actorilor cheie cu privire la problemele de dezvoltare a ULLL;

Dezvoltarea și promovarea unui cadru legislativ național și stimularea schimbărilor de reglementare în domeniul ULLL în Moldova;

Creșterea funcției de integrare a universităților din Moldova prin dezvoltarea strategiilor integrate universitare de ULLL;

Sporirea capacităților instituționale ale universității în Moldova pentru implementarea eficientă a reformei ULLL.

Web proiect <http://compass-project.md>

Partnerii proiectului:

Coordonator: Academia de Studii Economice din Moldova

Co-coordonator: European University Continuing Education Network (Belgia)

Other MD partners:

Academia de Musică, Teatru și Arte Plastice
Universitatea de Educație Fizică și Sport
Universitatea Pedagogică de Stat "Ion Creangă"
Universitatea Cooperatist Comercială din Moldova
Universitatea de Stat din Comrat
Consiliul Rectoților din Moldova
Ministerul Educației și Cercetării din Moldova

Other EU partners:

Universitatea din Turku (Finlanda)
Universitatea de Formare Continuă din Krems (Austria)
Universitatea din Graz (Austria)
Universitatea din Barcelona (Spania)
Universitatea din Genova (Italia)
Universitatea din Brest (Franța)
Institutul de Cercetări și Dezvoltare Politică Europeană (Slovenia)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

