



YourBrandUp OÜ hindamisaruanne

Turunduse ja reklaami õppekavarühma kvaliteedi hindamine

Täienduskoolitusasutuse nimi (jur)	YourBrandUp OÜ
Veebilehe aadress	https://www.brandup.ee
Kontaktisik koolitusasutuses, telefon	Evelin Org, +372 5300 7551
Hindamiskomisjon	Liisi Toom, Ege Jaanso
Hindamisperiood	Oktoober 2022 – märts 2023
Valimi õppekavad	<ol style="list-style-type: none">1. Persoonibrändi veebiakadeemia: Sulle mõjusa persoonibrändi kujundamine / Tugev persoonibränd seitsme nädalaga2. Praktiline müügi- ja turunduskoolitus alustavale ettevõtjale

HINDAMISVALDKONDADE HINNANGUTE KOONDTABEL

Hindamisvaldkonnad	Koondhinnang hindamisvaldkonnale
1. Õppekavaarendus ja õppekava	<i>Nõuded ei ole täidetud</i>
2. Õppimine ja õpetamine	<i>Nõuded ei ole täidetud</i>
3. Koolitajad	<i>Nõuded on põhiosas täidetud</i>
4. Ressursid	<i>Nõuded on täidetud</i>

Õppekavarühma *Turundus ja reklaam* õppekavade hindamine

Tõendid

- Õppekava “Persoonibrändi veebiakadeemia: Sulle mõjusa persoonibrändi kujundamine” / “Tugev persoonibränd seitsme nädalaga”
- Õppekava “Praktiline müügi- ja turunduskoolitus alustavale ettevõtjale”
- Asutuse eneseanalüüs
- Tõend nr 1 - Õppekava arendamise protsessi joonis
- Tõend nr 2 - Õppekava arenduskava
- Veebilehekülg: <https://www.brandup.ee/koolitus>
- Veebilehekülg: <https://brandnimegasina.ee>

1. ÕPPEKAVAARENDUS JA ÕPPEKAVA

1.1. Õppekava on tõendus põhine ja ajakohane.

SUUNISED: Asutusel on olemas õppekavade väljatöötamise ja arendamise põhimõtted, protsess ja neid rakendatakse praktikas. Asutuses vaadatakse regulaarselt üle õppekavad, selgitatakse välja nende arenguvajadused kasutades õppijate, koolitajate jt osapoolte (nt tööandjad) tagasisidet ning uuendatakse õppekavasid, püüeldes parima kvaliteedi poole. Õppekavade väljatöötamiseks on selge alus ning kus võimalik, toetatakse valdkondlikele uuringutele. Õppekava arendamise alusmaterjalid on asjakohased.

Hindamisel oli 2 õppekava: 1) *Tugev persoonibränd seitsme nädalaga* ja 2) *Praktiline müügi- ja turunduskoolitus alustavale ettevõtjale*. Vestluses tõi koolitusasutus välja, et persoonibrändi koolitus sai alguse sisetundest. Kõigepealt pandi kokku raamat, millest õige pea anti välja ka e-raamat ning selle kogemuse põhjal tehti mõned üksikud avalikud koolitused ja sisekoolitused. Kuna huvi oli suur, siis selle pealt otsustati edasi liikuda.

Eneseanalüüsist selgub, et koolitusasutus kasutab oma õppekavade kokkupanekuks läbimõeldud neljaastmelist kava (tõendid nr 1 ja 2), mis tugineb kvaliteedi parendamise tsüklil: 1) kavandamine ja koostamine 2) rakendamine 3) analüüs ja hindamine 4) parendamine või muutmine. Õppekava loomisel on tuginetud väga paljudele üldtunnustatud meetoditele, teooriatele ja tööriistadele ning neid on kohandatud koolituse fookusele vastavaks, näiteks DiSC analüüsi põhiseid 4 isiksuse tüüpi kasutatakse aluseks, kuidas selgitada erinevate müügistrateegiatega vajalikkust. Õppekavade arendamisel kasutatakse palju osalejate tagasisidet, näiteks paar kuud tagasi lisati persoonibrändi veebiakadeemia õppevahendina kasutusel olev e-raamat iga mooduli lõppu konkreetsete peatükkidega ja kord kuus viidi sisse lisakohtumised grupile, kus kohtuda ja ka vahetult tekkinud küsimusi küsida lisaks e-maili teel ja FB grupis suhtlemisele. Intervjuu käigus

lisas asutuse esindaja, et informatsiooni parendusteks saadakse erinevatest teadusuuringutest ja isiklikust praktilisest kogemusest - koolitaja tõi välja, et on ise lõpetanud MA turunduses, kuid ülikoolis persoonibrändi teemat näiteks üldse ei käsitletud. Mõlemal koolitajal on varasem kogemus lektorina, mida kasutati õppekava kokku panemisel. Samuti kuuluvad mõlemad koolitajad mitmetesse erialaühingutesse ja valdkonna ekspertgruppidesse, mis annab ülevaate Eestis valdkonnas toimuvast. Ühtlasi hoitakse silm peal konkurentide tegevusel Eestis ja turundusgurudel üle maailma. Ühtegi turu-uuringut koolituse teema vajalikkuse kohta ja võimalike klientide kohta tehtud pole, kuid koolituse arendamise faasis testiti koolitust erinevate gruppide peal ning saadud tagasiside põhjal arendati koolituse sisu ja formaati - näiteks katsetati erinevaid veebiplatvorme koolituse läbiviimiseks. Koolituse sisu ja ülesehitust on arutatud erinevates ekspertgruppides, sh teised turundusvaldkonna eksperdid, personalijuhid suurettevõtetes, koolituse aluseks olevat raamatut testiti samuti juhtimise õppejõudude ja praktikutega.

Uute õppekavade ideed on välja kasvanud esimesest koolitusest ja osalejate tagasisidest, näiteks käib praegu LinkedIn koolituse koostamine.

Komisjoni hinnangul lähtub koolitusasutus koolituste koostamisel ajakohasest valdkondlikust teadmistest ning läheneb õppekavaarendusele süsteemselt.

1.2. Õppekavade arendamine arvestab koolituse sihtrühma vajadusi.

Õppekavas *“Tugev persoonibränd seitsme nädalaga”* ei ole välja toodud koolituse eesmärki, samuti on puudu sihtrühma kirjeldus, millest tulenevalt on koolitus justkui mõeldud kõigile soovijatele, sõltumata eelnevast kogemusest või taustast. Koolituse reklaamtekstis pole samuti eesmärk ja sihtgrupp selgesõnaliselt defineeritud, välja on toodud loetelu *“Kellele sobib?”* küsimustega, milles potentsiaalne osaleja peaks ennast ära tundma - *Unistad oma ettevõttest aga ei oska või ei julge alustada? Soovid selgust, millega Sa päriselt tahaks tegeleda? Otsid uusi kliente? Soovid oma hobist teha äri aga ei tea täpselt kuidas alustada? Oled oma valdkonna ekspert ja tahad võimendada enda positsiooni? Soovid vähendada turunduskulusid kuid suurendada müüki? Vajad inspiratsiooni, julgustust ja motivatsiooni?.* Ainuüksi selliste küsimuste põhjal pole huvilisel võimalik aru saada, kas koolitus on talle sobilik või mitte. Komisjoni hinnangul võimaldaks sihtrühma selge defineerimine õppekavas potentsiaalsel õppijal langetada teadlik otsus õppima asumise kohta. Asutus toob eneseanalüüsis välja, et õppekava on laias laastus suunatud inimestele, kellel on soov alustada ettevõtlusega, kasvatada oma ettevõtet, vahetada valdkonda või leida töö ja teha seda praktiliste nippide ja tööriistade abiga persoonibrändingu kontekstis. See sobib ka neile, kes soovivad kaasaegseid teadmisi digiturunduses, müügis ja turunduses.“

Õppekavas *Praktiline müügi- ja turunduskoolitus alustavale ettevõtjale* on samuti puudu koolituse eesmärk ja sihtrühm, kuigi sihtrühm on aimatav vähemalt koolituse pealkirjas. Õppekava reklaamtekstis on küll sihtrühm kirjeldatud, kuid taas on komisjon seisukohal, et kumbki komponent peaks selgelt väljendatud olema õppekava dokumendis. Laia sihtgruppi kinnitati ka vestluses, müügikoolituse õppekava puhul toodi välja, et sihtgrupp on kitsam ja tuleneb juba varasemal koolitusel osalenute vajadustest - nimelt saadi koolituse idee ja ülesehituse sisend persoonibrändi koolitusel osalenutelt, kes vajasis spetsiifilisemat koolitust just müügi teemadel. Vestluse käigus toodi välja, et erinevate sihtgruppide vajadusi püütakse toetada läbi suunavate näidete ja enda valdkonna vajadustele mõtlemisele innustamise.

Vestlusel koolitajaga uuris komisjon nii seda, kuidas koolitused olemasolevate õppekavade alusel saavad vastata kõigi erinevate klientide ootustele. Vastusena tuli välja, et selles osas on kõik sujunud, koolituse nõu loenguosa raames antakse teemast ülevaade ja iseseisva töö osas peaks iga osaleja vastavalt oma vajadustele ja eesmärkidele seda infot lahti mõtestama ja kasutama ja seni on sellega toime tulnud. Praktikas näeb see välja selliselt, et kui näiteks erinevaid sotsiaalmeedia platvorme tutvustatakse, siis iseseisva töö jaoks valib koolitusel osaleja välja endale sobiva, mille baasil kodutöö teha. Õppekavast ega eneseanalüüsist ei selgu, mille alusel on tehtud valik just nende turunduskanalite käsitlemiseks, mis õppekavas on mainitud. Veebivestlusel selgitas koolitaja, et valikul on lähtutud kõige populaarsematest kanalitest ja kõigist ei hakkanud süvitsi rääkima, õppija valib ise, milline talle sobib vastavalt oma eesmärgile.

Õppekava ülesehituses on pandud valdav osa vastutusest õppijatele - nõu näost näkku kohtumised toimuvad vaid koolituse alguses ja konsultatsioonides, iseseisvatele töödele antakse küll individuaalset tagasisidet, kuid materjali omandamise (videote vaatamine, raamatu lugemine) ja sellest aru saamise vastutus, ajagraafikus püsimine ja õpimotivatsiooni hoidmine on õppija ülesanne. Koolitajad sekkuvad juhul, kui nad koolituskeskkonnas märkavad, et osaleja pole aegsasti videosid vaadanud või iseseisvaid töid teinud. Komisjoni hinnangul ei arvesta õppekava selline ülesehitus kõigi osalejate vajadustega, kus varasemalt valdkonda mitte tundev õppija ei pruugi nii suure iseseisva töö koormusega toime tulla. Komisjoni hinnangul tasuks koolitajal õppekavas täpsustada koolituse sihtgruppi või lasta täita küsimustik, mis näitaks, kas koolitus vastab huvilise vajadustele.

Nii eneseanalüüsist kui vestlusest selgus, et osalejatelt kogutakse aktiivselt tagasisidet ja selle alusel on koolitus üles ehitatud ja koolituskavasse/materjalidesse muudatusi jooksvalt tehtud. Sihtgruppi vajadusi toetatakse koolitaja sõnul läbi tagasiside andmise individuaalselt ja/või toimuvate Q&A jooksul. Koolitaja töö välja probleemkoha ka koolitajate jaoks, kus on segadusi kodutöödeks mineva individuaalse ajaga - nimelt on iseseisva töö jaoks planeeritud minimaalselt aega, et osalejatel oleks motivatsiooni asjad kiiresti ära teha, kuid realselt kuluvat aega tööde sooritamise jaoks ei ole tegelikult kaardistatud. Komisjoni hinnangul tekib sellisel juhul olukord, kus õppekavas lubatud õppemaht ei kajasta tegelikult koolituse läbimiseks kuluvat aega ega arvesta sihtgruppi vajadusi.

Parendusvaldkonnad ja soovitused

- 1) Õppekava arendamisel ei ole tähelepanu pööratud sihtgruppi ega koolituse eesmärgi defineerimisele. Sihtgruppi jaoks võib jääda segaseks, kuidas koolitus tagab, et nii tööd otsiv kui oma ettevõtte müüki suurendada sooviv osaleja saab oma eesmärgi täidetud. Komisjon soovib täpsustada õppekavades eesmärke, milleni koolituse lõpus peaks jõudma ja mida osaleja koolituselt saab.
- 2) Persoonibrändi koolituse õppekavast ei tule välja, mil moel valitakse sotsiaalmeedia ja turunduskanalid, mida koolituse käigus käsitletakse, ega valitud kanalite nimekiri. Komisjon soovib õppekavas luua selge ülevaade käsitletavatest kanalitest ja platvormidest, mis võimaldaks õppijal otsustada, kas need on osalejale olulised ja aitavad isiklike eesmärke täita.
- 3) Koolituse läbiviimisel on sisu valdavalt valmiskujul olemas veebikeskkonnas videote, lugemismaterjalide ja ülesannetena, mis on käsitletavad iseseisva tööna. Otseülekandena kohtumisi on ette nähtud vaid koolituse alguses ja küsimuste-vastuste voorus konsultatsioonina. Koolituse

sisuliste teemade läbimine toimub iseseisvalt. Komisjon soovib lähtuvalt sihtgrupist pakkuda suurema osakaaluga kontaktõpet, kus valdkonnaga alles tutvunud õppijal on võimalik vahetult suhelda koolitajaga.

1.3. Õppekavarühma õppekavade erinevad osad (pealkiri, eesmärk, õpiväljundid, teemad, meetodid, hindamine, iseseisev töö) moodustavad sidusa terviku ja toetavad õppekava eesmärkide ja õpiväljundite saavutamist.

Komisjonile kättesaadavates materjalides ei kattu õppekavade nimed. Näiteks Persoonibrändi veebiakadeemia veebilehel on õppekava pealkirjaks "Tugev persoonibränd seitsme nädalaga." Soovitame õppekava nimetust erinevates dokumentides ja veebilehel ühte moodi kajastada, et õppijal oleks võimalik omavahel seostada koolituse kohta esitatud reklaamtekst ja õppekava.

Õppekava eesmärki pole kummaski õppekavas ega eneseanalüüsis kajastatud, koolituste reklaamtekstis ja vestlusel koolitusasutuse esindajaga eesmärgid selgusid, kuid näiteks Praktilise turundus- ja müügikoolituse puhul lubab eesmärk palju rohkem, kui 5 akadeemilise tunni pikkuse koolituse käigus oleks võimalik saavutada või õppekavas loetletud teemad võimaldaks: *"Tahad õppida ennast paremini müüma, asutada oma ettevõtte või ennast täiendada, et olla töajuturul konkurentsivõimelisem? See koolitus annab sulle väga palju praktilisi teadmisi, kuidas läbi müügi, turunduse ja brändingu edu saavutada."* Esitatud lubaduse kohaselt peaks koolituse käigus omandama ka oskused asutada oma ettevõtte, kuid seda valdkonda koolituse käigus ei puudutata. Komisjoni hinnangul on antud lubadus väljaspool koolituse haaret ning tuleks eesmärgi sõnastusest eemaldada.

Praktiline turundus- ja müügikoolitus õppekavas on esitatud 13 õpiväljundit, millest 6 on sõnastatud oskustena, 1 tegevusena ja ülejäänud teadmistena. Komisjoni hinnangul ei ole 1 akadeemilise tunni jooksul toimuvate praktiliste tegevuste jooksul võimalik omandada mahukalt kirjeldatud oskusi või demonstreerida nende oskuste saavutatust, näiteks õpiväljundid: *"oskab kasutada digiturunduse kaasaegseid töövõtteid"* ja *"oskab kasutada kaasegaseid müügi- ja turundusvõtteid oma ettevõtte loomiseks, käive ja väärtuse kasvatamiseks, valdkonna vahetamiseks, uue töökoha leidmiseks"*. Selliselt sõnastatud õpiväljundite puhul selgub oskuste omandamine alles pärast koolituse lõppu ja eeldab õppija poolt iseseisva töö tegemist, mida pole koolituse õppemahu sisse arvestatud. Samuti on koolituse sisu kirjelduses mitme teema juures küll mainitud iseseisvat tööd, kuid selle olemust pole täpsustatud ning koolituse mahus see ei kajastu.

Komisjoni hinnangul esineb ebakõla persoonibrändi veebiakadeemia pealkirja, sisu ja mahu vahel. Koolituse veebilehel toodud nimekirja kasudest (vt "Jõuad selguseni järgmistes küsimustes ja saad inspiratsiooni ja praktilisi tööriistu tegutsemiseks") sisaldab 14 kasu/oskust, mis peaksid olema saavutatavad väga laia spektriga sihtrühma poolt. Vaadates veebilehel eksponeeritud tagasisidet, on näha, et edukam sihtgrupp võib olla väike-ettevõtja, kellel on kindel toode või teenus juba valitud. Koolitaja mainis vestluse käigus, et need, kellel on raskusi enda tugevuste ja nõ "superpowerite" leidmisega, on pöördunud ka põhjalikuma tagasiside saamiseks või nõustamiseks. Vestluse käigus tõi koolitaja välja, et persoonibrändi koolitus ongi pigem turundusele suunatud koolitus (1-10 pali süsteemis, kui 1 on et koolitus on enesearengule suunatud

ja 10 turundusele suunatud? Koolitaja valis 8). Samas viitab pealkiri persoonibrändi loomisele, mis aga tähendab suures mahus väärtustele, oskustele ja isiklikele valikutele suunatud sisu ning on erinev toote ning ettevõtluse turundamisest ning indiviidi karjääri kujundamisest. Persoonibrändi veebiakadeemia õppemahuks on õppekavas toodud 100 akadeemilist tundi, millest 15 at on auditoorne õpe, 15 at praktiline õpe ning 70 tundi iseseisev töö. Vestlusel selgus, et tegelikkuses on kontaktõpe vaid kahel kohtumisel - esmakohtumine ja konsultatsioon (Q&A) ning ülejäänud õpe toimub veebikeskkonnas kas videote vaatamise või õppematerjalide lugemise raames. Seega juhib komisjon tähelepanu, et õppemahud on eksitavalt kirjeldatud ning iseseisva töö osakaal on tegelikkuses oluliselt suurem õppekavas märgitust ja auditoorse töö osakaal vastavalt oluliselt väiksem.

Mõlema koolituse õppekavades on toodud välja suur hulk õpiväljundeid, mis on koolituste pealkirjadega seotult väga ambitsioonikad. Samas koolituste sisu ja meetodid ei toeta nende õpiväljundite saavutamist, võttes arvesse muuhulgas seda, et koolituse sihtrühm on selgelt määratlemata.

Mõlema koolituse lõpus kontrollitakse õpiväljundite omandamist video teel suulise hindamise või kirjalike küsimustega, millele osalejad peavad vastama ja saavad seejärel tõendi, eeldusel, et nad on läbi vaadanud ka 5 tundi õppematerjali praktilise turundus- ja müügikoolituse puhul või 20 õppetükki persoonibrändi koolituse puhul. Komisjoni hinnangul ei võimalda vestlus või kirjalikele küsimustele vastamine kontrollida kõigi õpiväljundite saavutamist. Eneseanalüüsis on koolitusasutus välja toonud, et õpiväljundite saavutamist ei hinnata konkreetse hindega, küll aga on oluline aktiivne osalus ja materjalist aru saamine/selle läbimine, kodutööde tegemine. Õppekavas on veel täiendavalt välja toodud **Nõuded koolituse lõpetamiseks:** *Koolituse läbinu saab tunnistuse koolituse läbimise kohta. Tõendi väljastamise eelduseks on koolitusel osalemine täies mahus ning koolitusarve tasumine. Koolituse läbimisel väljastatav dokument: Koolituse täies mahus läbinud osalenule väljastatakse tõend. Tõendi väljastamise eelduseks on koolitusel osalemine täies mahus ning koolitusarve tasumine.* Komisjon juhib tähelepanu, et õppekavades on läbisegi kasutatud mõisteid tunnistus ja tõend, millele on esitatud erinevad nõuded. Seega ei ole õppijal võimalik üheselt aru saada, milline dokument koolituse lõpus väljastatakse.

Komisjon juhib tähelepanu ka ebakõlale õpiväljundite, hindamismeetodite ja koolituste mahtude vahel. Vastavalt eneseanalüüsile ja veebivestluse kaudu saadud infole hinnatakse peamiselt kohalolekut (sh veebikoolituse puhul videote läbimist läbi Thinkificu peatükkide edenemise) ja kodutööde saatmist koolitajatele. Kursused on koolitajate sõnul läbitavad, kui videod ja peatükid on läbi vaadatud. Samas on õpiväljunditena toodud välja mitmed omandatud oskused, mida osalejad peaksid omandama, et olla võimelised neid hiljem ka rakendama. Arvestades koolituste mahtu, teemade rohkest, osalejate laia profiili, ei ole komisjon veendunud, et õppekava läbides saab hinnata õpiväljundid omandatuks.

Parendusvaldkonnad ja soovitused

- 1) Praktilise turundus- ja müügikoolituse reklaamtekstis esitatud eesmärk lubab oskust asutada oma ettevõtte, kuid koolituse sisus ettevõtlusega alustamist ei käsitleta. Komisjon soovib eksitava osa eesmärgisõnastusest eemaldada.
- 2) Persoonibrändi akadeemia õppekava ja reklaamteksti kohaselt on koolituse suur rõhuasetus enesearengu aspektidel, kuid tegelikkuses on suurem osa koolitusest keskendunud turundusele.

Komisjon soovib läbi mõelda ja tuua selgemini välja, kas tegemist on turunduskoolitusega, karjäärialase koolitusega või enesearengu-koolitusega ning selgemalt viidata, mis on persoonibrändi eripära.

- 3) Praktilise turundus- ja müügikoolituse õppemaht on eksitav ega kajasta iseseisva töö osa, samuti on praktilise töö osakaal õppe kogumikus väga väike, mis laia sihtrühma ja praktilisi oskuseid sisaldavaid õpiväljundeid silmas pidades ei pruugi piisav olla. Komisjon soovib korrigeerida õppemahtu ja -osakaalusid, et need võimaldaks õpiväljundid saavutada.
- 4) Õppekavas ja eneseanalüüsis mainitud hindamismeetodid ei ole sobilikud kõikide õpiväljundite saavutatuse kontrollimiseks. Komisjon soovib lisada hindamismeetodeid, mis võimaldaksid hinnata ka oskuste demonstreerimist.
- 5) Õppekavas esitatud informatsioon koolituse lõpus väljastatavate dokumentide kohta ei ole järjepidev ning läbisegi on kasutatud mõisteid tunnistus ja tõend. Komisjon soovib asutusel selgelt määratleda, milline dokument ja millistel tingimustel koolituse lõpus osalejale väljastatakse.

Arenguvõimalused

- 1) Koolituse nimetus on erinevalt sõnastatud õppekavas ja reklaamtekstides. Komisjoni hinnangul võib erinevate nimetuste kasutamine õppijat segadusse ajada, mistõttu soovime veebilehel ja dokumentides õppekava nimetuse ühtlustada.

1.4. Hinnatavatel õppekavadel on selgelt sõnastatud õpiväljundid (täienduskoolituse standard § 2 lg 3).

Suunised: Õpiväljundid kirjeldavad koolituse lõpuks omandatavaid teadmisi, oskusi ja hoiakuid ning on arusaadavad. Kus asjakohane, vastavad õpiväljundid valdkonna kutsestandardi ja/või regulatsiooni nõuetele (täienduskoolituse standard § 2 lg 2). Õpiväljundid on hinnatavad ja mõõdetavad.

Mõlemas hinnatavas õppekavas on õpiväljundeid, mis on sõnastatud sellisel kujul, et neid ei ole võimalik mõõta ega hinnata. Õpiväljundid, mis kasutavad sõnastust *mõistab, saab aru, on teadlik, omab ülevaadet* on passiivsed. Selliselt sõnastatuna seostub õppe tulemus eelkõige õppija subjektiivsest võimekusest ja eripärast (läheldes varasemast elu- või töökogemusest, üldisest silmaringist, sotsiaalsest, hariduslikust taustast jne) mingist teemast aru saada, kuid ei ütle, missugusel tasemel ja mida täpselt õppija lühiajalise koolituse tulemusel peaks saavutama. Ka on selliselt sõnastatud ÕV saavutatust ka väga keeruline ja sageli võimatu hinnata.

Õppekavas "Praktiline müügi- ja turunduskoolitus alustavale ettevõtjale" on õpiväljundeid esitatud 13, mis on sõnastatud "saab aru", "oskab", "tunneb", "mõistab", "paneb paika" tegevustena. Komisjoni hinnangul pole õpiväljundite sõnastamisel "saab aru", "tunneb" ja "mõistab" võimalik teadmiste taset objektiivselt mõõta ega hinnata. Komisjon soovib õpiväljundites kasutada teadmiste kontrollimist võimaldavalt sõnastust, näiteks õpiväljundi "saab aru, mida tähendab kaasaegne müük ja turundus ning mis on muutunud" asemel kasutada "teab kaasaegse müügi ja turunduse põhimõisteid" Samuti on osa õpiväljunditest sõnastatud tegevustena, mis toimuvad väljaspool koolitust ning nende saavutatust pole võimalik seega kontrollida. Õppekavas "Tugev persoonibränd seitsme nädalaga" on õpiväljundeid esitatud

23. Valdavalt on õpiväljundid esitatud oskuste ja teadmistena, kuid mõnede sõnastus ei kajasta õppija teadmisi, oskusi või hoiakuid. Näiteks *“saab konkreetse tegevusplaani, kuidas oma persoonibrändi teadlikult kujundada”* või *“on selgelt sõnastanud oma persoonibrändi”*. Ühtlasi on komisjoni hinnangul mitmed õpiväljundid sõnastatud liiga ambitsioonikalt, mistõttu pole eelneva kogemusega õppijal võimalik neid koolituse mahu juures saavutada. Näiteks õpiväljund *“on motiveeritud oma persoonibrändi arendama”*. Samuti juhib komisjon tähelepanu, et 23-st õpiväljundist 7 käsitlevad sotsiaalmeedia erinevaid aspekte, mis koolituse fookust arvestades on ebaproportsionaalselt palju, sealhulgas on mitmed neist sõnastatud väga üldsõnaliselt. Näiteks *“saab aru sotsiaalmeedia olemusest ja võimalustest”* ja *“tunneb sotsiaalmeedia kehtivaid olulisemaid piiranguid”* on nõrgalt seotud persoonibrändiga ning oma sisult kordavad üksteist. Komisjon soovib sarnase sisuga õpiväljundid kokku koondada ja konkretiseerida vastavalt koolituse sisule.

Eneseanalüüsis tuuakse koolitajate poolt selgelt välja, et õpiväljundeid ei hinnata (väljavõtte eneseanalüüsist: *“Õpiväljundite saavutamist ei hinnata konkreetse hindega, küll aga on oluline aktiivne osalus ja materjalist aru saamine/selle läbimine, kodutööde tegemine.”*), vestluses täiendati, et selleks kasutatakse persoonibrändi koolitusel nõ *“vastutuspartneri”* süsteemi, kus teine osaleja toetab koolituse ajal oma kaaslast. Arvestades, et osalejad ei ole ise persoonibrändi ega ka turunduse eksperdid, on küsitav selle toe sisuline väärtus õpiväljundite omandamisel.

Parendusvaldkonnad ja soovitused

- 1) Mitme õpiväljundi puhul on sõnastatud õppija tegevus koolituse käigus või koolitaja poolt antav info, mitte omandatavad teadmised, oskused või hoiakud, näiteks *“saab konkreetse tegevusplaani, kuidas oma persoonibrändi teadlikult kujundada”*. Selliselt sõnastatud õpiväljundeid ei ole võimalik hinnata. Komisjon soovib õpiväljundite sõnastamisel lähtuda sellest, milliste oskuste, teadmiste või hoiakuteni õppija koolituse lõpus jõuab.
- 2) Mõlema õppekava puhul on mõned õpiväljundid sõnastatud liiga ambitsioonikalt, kajastades tegevusi, mis jäävad väljapoole koolituse mahtu, näiteks *“pane paika oma müügi- ja turundusstrateegia ja teab kuidas seda ellu viia”* ja *“on motiveeritud oma persoonibrändi arendama”*. Komisjon soovib õpiväljundite sõnastamisel jälgida, et nende saavutatust on võimalik koolituse raames tagada ja hinnata.
- 3) Mõlemas hinnatavas õppekavas on oma sisult korduvaid ja üldsõnalisi õpiväljundeid, mille puhul ei ole selget seost koolituse fookusega. Näiteks persoonibrändi õppekavas õpiväljundid *“saab aru sotsiaalmeedia olemusest ja võimalustest”* ja *“tunneb sotsiaalmeedia kehtivaid olulisemaid piiranguid”*. Komisjon soovib sarnase sisuga õpiväljundid koondada ning nende sisu selgemalt siduda koolituse teemaga, et õppijal oleks selge arusaam, millise tulemuseni koolituse lõpus jõudma peaks.

1.5. Õpiväljundid on etteantud sisu ja õppekavas planeeritud õppeajaga saavutatavad ning õppekavas on välja toodud õppemaht ja õppe osakaalude maht.

Õppekavas *“Tugev persoonibränd seitsme nädalaga”* on koolituse õppemahuks märgitud 100 ah, sh 15 ah auditoorset tööd, 15 ah praktilist tööd ja 70 ah iseseisvat tööd. Õppekavas *“Praktiline müügi- ja turunduskoolitus alustavale ettevõtjale”* on koolituse õppemahuks märgitud 5 ah, sh 4 ah auditoorset tööd,

1 ah praktilist tööd ja 5 ah iseseisvat tööd. Komisjon juhib tähelepanu, et selle õppekava kogumaht ja osakaalude mahud ei ole vastavuses. Viimasel juhul ei ole iseseisvat tööd arvestatud koolituse kogumahu sisse.

Mõlema õppekava mahud viitavad, et selle auditoorseks ja praktiliseks tööks ette nähtud aja jooksul on võimalik anda antud teemades põgus ülevaade ja sissejuhatus teemasse. Koolitaja tõi veebivestlusel välja, et õppekavas toodud iseseisva töö maht ei ole põhjalikult läbi mõeldud, õppekavasse planeeriti iseseisvate tööde sooritamiseks absoluutne miinimum, et koolitusel osalejatel oleks motivatsioon asjad kiiresti ära teha. Ühtlasi mainis koolitaja, et tema jaoks on selgusetu, kuidas üldse peaks iseseisva töö mahtusid kalkuleerima. Vaadates õppekavade sisu mitmekülgset ja õpiväljundite sõnastust võib näha probleeme nende saavutamisel. Näiteks persoonibrändi auditoorse töö osakaal on 15 tundi ja iseseisva töö maht 70 tundi (sh "Bränd nimega sina" raamatu lugemine, mis on 312 lk pikk). Õppekava on jaotatud 7 teemaks, millest 6 puhul on ette nähtud iseseisv töö ning antakse raamatusoovitusi. Õpiväljundeid on õppekavas 23. Komisjoni hinnangul katavad õpiväljundid väga mahukaid teemasid, mille saavutatavus on koolituse lühikest kestust arvestades kaheldav. Õpiväljundite saavutamise osas on pandud väga suur vastutus ainult õppijale - koolitaja tõi eneseanalüüsis välja, et ainukeseks viisiks õpiväljundite saavutatuse kontrollimiseks on iseseisvate tööde tagasisidestamine. Samuti on koolitusel osalejad määratud üksteise vastutuspartneriteks, kes peavad teiste grupiliikmete koduseid töid samuti lugema ja tagasiside andma. Komisjon leiab, et selline iseseisva töö maht ei ole vastavuses õppekavas planeeritud ajalise mahuga ning alahindab realselt kuluvat aega.

Ühtlasi näeb komisjon siin ebakõla just sihtgrupist sõltuvalt. Inimesel, kes on juba end analüüsinud ja omab eneseanalüüsi oskust, kogemust oma töövaldkonnas või ettevõtluses, võib olla näiteks persoonibrändi väärtuste, superpowerite ja tugevuste osas lihtne täita, kuid selle hindamiseks iseenesest võib kuluda oluliselt rohkem aega, kui koolitus võimaldab. Valdkonna praktika näitab, et näiteks enda tutvustusteksti koostamine võib võtta 10-15 tundi, strateegia koostamine aga veelgi rohkem.

Õppekavas "Praktiline müügi- ja turunduskoolitus alustavale ettevõtjale" on 13 mahukat õpiväljundit. Praktiline turundus- ja müügikoolitus viitab selgelt praktilisele tulemusele ning vestlusel kinnitati, et koolituse käigus on sellele rõhutatud. Koolituse reklaamtekstis on koolituse pikkuseks märgitud 5 akadeemilist tundi, õppekavas on õppe kogumahuks märgitud samuti 5 akadeemilist tundi: 4 at auditoorset tööd ja 1 at praktilist tööd, kuid osakaalude loetelus lisandub veel iseseisva töö maht täiendavad 5 at, mille käigus tuleb õppematerjale läbi lugeda. Seega on õppekavas esitatud info eksitav ja tegemist on 10 at pikkuse õppekavaga. Lisaks on mitme õpiväljundi sõnastuse kohaselt eeldatud, et õppija teeb täiendavat iseseisvat tööd. Näiteks õpiväljund "*paneb paika oma müügi- ja turundusstrateegia ja teab kuidas seda ellu viia*" eeldab mahukat iseseisvat tööd, mida õppekavas ette nähtud pole. Komisjoni hinnangul ei pruugi laiast sihtrühmast tingituna 1 at raames toimuva praktilise töö käigus kõik õppijad omandada õpiväljundites esitatud oskusi, mistõttu vestlusel rõhutatud praktilise tulemuseni ei jõuta. Samuti ei ole õppekavas ette nähtud aega õppija omapoolsete iseseisvate ülesannete täitmiseks, vaid ainult õppematerjalidega tutvumiseks. Seega leiab komisjon, et kavandatud õpiväljundid ei ole planeeritud õpiajaga saavutatavad, ning soovib kaaluda õpiväljundite koondamist ning sisuteemade vähendamist.

Parendusvaldkonnad ja soovitused

- 1) Õppekavades ette nähtud iseseisva töö maht ei vasta tegelikkuses kuluvale ajale ja auditoorse töö osakaal ei võimalda teemasid põhjalikult käsitleda, pakkudes koolitusel osalejale vaid põgusat

tutvustust valdkonnast, mis ei lood eeldused õppekavades välja pakutud õpiväljundite saavutamiseks. Komisjon soovib suurendada iseseisva töö õppemahtusid, küsides näiteks koolitusel osalenutelt hinnanguid konkreetsete ülesannete täitmiseks kulunud tegeliku aja kohta. Samuti soovib komisjon kaaluda koolituse mahu suurendamist või õpiväljundite koondamist ning sisuteemade vähendamist alustavale ettevõtjale mõeldud müügi- ja turunduskoolituse õppekavas.

- 2) Õppekavades ja veebilehel on koolituste kohta erinev info mahtude osas. Komisjon soovib vaadata üle ja ühtlustada koolituse mahud koolituse infos läbivalt.

Arenguvõimalused

- 1) Tutvuda täiskasvanuõppe metoodikatega, mis aitaks koolituste mahte asjakohaselt kavandada, sh iseseisva tööga seonduvat arendada.
- 2) Osalemisest huvitatute jaoks oleks hea, kui mahud oleks lisaks õppekavale välja toodud ka veebilehel koolituse tutvustuses, et oleks selge igale teemale pühendatud aeg, sh iseseisvale tööle kuluv aeg.

KOONDHINNANG ÕPPEKAVAARENDEUSE JA ÕPPEKAVA HINDAMISVALDKONNALE:

Nõuded ei ole täidetud

Kahe õppekava põhjal võib öelda, et asutus keskendub oma koolituste arendamisel osalejate tagasisidele ning isiklikule kogemusele ning täiendab õppekavasid peamiselt tehnilist laadi küsimustes või turundusvaldkonna osas. Oluliseks probleemkohaks on ebakõla õppekava mahtudes, õpiväljundite omandamise hindamises ja nende mahu realistlikkuses. Komisjoni hinnangul ei kajasta kummagi õppekava õppemaht õppeks tegelikkuses kuluvat aega ning õppeosakaalude mahud ei ole vastavuses tegeliku ajajaotusega. Õpiväljundeid on mõlemas õppekavas esitatud proportsionaalselt palju, nende sisu on kohati liiga ambitsioonikas arvestades koolituste laia sihtrühma, koolituseks planeeritavat aega ja koolituse sisu. Samuti kajastavad mitmed õpiväljundid tegevusi, mis toimuvad kas väljaspool koolitust või ei ole objektiivselt mõõdetavad. Koolitajad on teinud samme osalejate teemade omandamise hindamiseks (osalemine, vastutuspartnerid), kuid arvestades laia ja määramata sihtgruppi võib piisava ettevalmistuseta osaleja mitte omistada lubatud õpiväljundeid.

Eelnevast lähtuvalt leiab komisjon, et hindamisvaldkonna õppekava ja õppekava arendamise nõuded ei ole täidetud.

2. ÕPPIMINE JA ÕPETAMINE

- 2.1. Iga õpiväljundi (sh üldoskuste) saavutamist hinnatakse ja õppija saab tagasisidet omandatud oskuste, teadmiste ja hoiakute kohta.

Asutuse kahe õppekava lõpus on eraldi osa *Täienduskoolituse õppekorralduse ja kvaliteedi tagamise alused*, kus on hindamise kohta järgnev informatsioon: *“Tulemuse hindamiseks teevad koolitajad liikmega või liikmetega video teel suulise hindamise või asendab selle kirjalike küsimustega, millele liikmed peavad vastama.”* Õppekavas hindamiskriteeriumid puuduvad. Koolitusasutus kirjeldas hindamist eneseanalüüsis järgnevalt: *“Õpiväljundite saavutamist ei hinnata konkreetse hindegaga, küll aga on oluline aktiivne osalus ja materjalist aru saamine/selle läbimine, kodutööde tegemine.”* Vestluses kinnitati eneseanalüüsis esitatud infot, et koolituse läbimiseks on vaja olla kohal. Veebikoolituse puhul jälgivad koolitajad iga õppija videote vaatamismahtu koolitusprogrammis Thinkific ning tuletavad õppijale vajadusel meelde tähtaegsid ülesannete sooritamiseks ja õppekava ajagraafikus püsimiseks. Komisjoni hinnangul läheb õppekavas esitatud informatsioon vastuollu koolitaja poolt antud selgitustega, kus õppe lõpus tegelikult hindamist ei toimu.

Eneseanalüüsi ja vestluse põhjal selgub, et õppijatele antakse tagasisidet kodutööde tegemise järgselt ja persoonibrändi koolituse puhul ka orienteeruvalt kord kuus veebipõhise Q&A-na, mis on võimalus osalejatel esitada küsimusi õpitava materjali kohta. Kuivõrd osaleja selle abil oma edasilikumise kohta tagasisidet saab, ei selgu. Vestluses mainiti koolitaja poolt vastutuspartnerit, kes aitab teemadega edasi liikuda. Kuigi see võte on sobiv osalejate motiveerimiseks, ei saa mitte-eksperdist kaas-õppija tagada osaleja arengut toetavat tagasisidet. Lisaks eelmainitule antakse kahe koolitaja poolt igale osalejale tagasisidet kodutööde esitamisel. Tagasiside andjaks on kaks koolitajat (eksperti) ja koolitusel osalejaid persoonibrändi koolitusel orienteeruvalt 15-40 ja müügikoolitusel kuni 15 (vastavalt vestlusel saadud infole). Persoonibrändi koolitus kestab 7 nädalat, mille jooksul peavad osalejad esitama 6 iseseisvat tööd. Koolitaja selgitas vestlusel, et nädalas kulub kummalgi koolitajal umbes 5 tundi tagasiside andmiseks. Komisjoni hinnangul ei ole sisulise tagasiside andmine osalejatele õpiväljundite saavutamise kohta nii lühikese aja jooksul realistlik.

Parendusvaldkonnad ja soovitused

- 1) Õppekavas on esitatud info, et koolituse lõpus toimub suuline hindamine või kirjalik test, kuid tegelikkuses hindamist ei toimu. Komisjon soovib eksitava info õppekavast eemaldada.
- 2) Õppijatele antakse persoonibrändi koolitusel 7 nädala jooksul 6 iseseisvat tööd, millele koolitajad annavad tagasisidet. Koolitusgrupp on 15-40 inimest. Komisjoni hinnangul ei ole võimalik nii lühikese aja jooksul nii mahukatele ülesannetele sisulist tagasisidet anda. Komisjon soovib mõelda läbi õppijale antavate iseseisvate tööde hulk, edasilikumise tagasiside andmine koolitajate poolt ja kaaluda kas õppe perioodi pikendamist või õppegrupi suuruse vähendamist.

2.2. Õppekavas on välja toodud, mis tingimused peab õppija täitma, et õppekava lõpetada ja milline dokument õppijale koolituse lõpuks antakse (täienduskoolituse standardi § 2 lõike 1 punktis 9 ja § 3 lõigetes 1 ja 2).

Persoonibrändi õppekavas on eraldi jaotusena toodud “Hindamine ja tõend”, kus on esitatud järgnev info: *“Kõikidel soovijatel on võimalik saada enda läbitud õppe kohta tõend. Tõendi saamiseks tuleb liikmel/õppijal vaadata läbi vähemalt 20 tundi õppematerjali. Tulemuse hindamiseks teevad koolitajad liikmega või*

liikmetega video teel suulise hindamise või asendab selle kirjalike küsimustega, millele liikmed peavad vastama. Müügi- ja turunduskoolituse õppekavas on nõue läbi vaadata vähemalt 5 tundi õppematerjali, samas on koolituse auditoorse töö maht 4 akadeemilist tundi ja tegemist on otseülekandena tehtava või vajadusel klassiruumis toimuva koolitusega. Õppekavades puudub info hindamiskriteeriumite ja lävendi kohta, millisel tasemel peavad õpiväljundid saavutatud olema.

“Täienduskoolituse õppekorralduse ja kvaliteedi tagamise alused” jaotuses koolituse lõpetamise nõuded esitatud järgnevalt: *“Koolituse läbinu saab tunnistuse koolituse läbimise kohta. Tõendi väljastamise eelduseks on koolitusel osalemine täies mahus ning koolitusarve tasumine. Erandkorras võib osaleja saada koolituse läbimist tõendava dokumendi, kui on läbinud õppekavast vähemalt 90%.”* Samas dokumendis on koolituse lõpus väljastatava dokumendi kohta esitatud järgnev info: *“Koolituse täies mahus läbinud osalenule väljastatakse tõend. Tõendi väljastamise eelduseks on koolitusel osalemine täies mahus ning koolitusarve tasumine.”* Koolitaja mainis vestlusel, et väljastatakse diplom, eneseanalüüsi vormis räägitakse segamini tõendi ja diplomi andmisest, samas eneseanalüüsile lisatud tõenditena fotodel on näha “Tunnistus” faili, kus suurelt on märgitud sõna “TUNNISTUS” ja selle all “Tõendi nr...”. Komisjon näeb seega probleemkohana tunnistuse andmist koolitusel osalejatele, kuna see läheb vastuollu Täienduskoolituse standardi § 3 lõige 1 ja 2 esitatud nõuetega väljastatavatele dokumentidele: *tunnistus on täienduskoolituse lõpetamist tõendav dokument, mis väljastatakse isikule juhul, kui koolituse käigus hinnati õpiväljundite saavutatust ja isik saavutas kõik õppekava lõpetamiseks nõutud õpiväljundid.* Komisjon leiab, et nii vestluse kui eneseanalüüsi dokumendist ilmneb, et õppekava läbimiseks vajalikud tingimused on osalus, õpiväljundite saavutamist ei hinnata, küll aga antakse koolitajate poolt tagasisidet vastavalt osaleja poolt saadetud kodutööle. Kuna koolitusel õpiväljundite saavutatust ei hinnata, ei tohi väljastada ka tunnistust. Vestluse käigus selgitas koolitaja, et tunnistuse, tõendi ja diplomi nimetused ja andmise relemendid on neile segased ja nad pole end sellega kurssi viinud, kasutades mõisteid sünonüümidenä. Komisjoni hinnangul ei ole koolituse lõpus väljastatavad dokumendid vastavuses seaduse nõuetega.

Parendusvaldkonnad ja soovitused

- 1) Õppekavas on lõpetamise tingimuste jaotuses mainitud, et koolituse lõpus saab osaleja tunnistuse, kuigi koolituse käigus õpiväljundite saavutatust ei hinnata. Väljastatavate dokumentide jaotuses on mainitud, et väljastatakse tõend. Komisjon soovib õppekavas parandada väljastatava dokumendi nimetus läbivalt tõendiks vastavalt Täienduskoolituse standardis esitatud nõuetele.
- 2) Õppekavas on lõpetamise tingimuste jaotuses mainitud, et koolituse läbimiseks on kohustuslik vaadata läbi rohkem videomaterjale, kui koolituse raames pakutakse. Komisjon soovib lõpetamise tingimused viia vastavusse õppe sisuga.

2.3. Õppijad on rahul omandatud oskuste, teadmiste ja/või hoiakutega.

Koolitusasutus on eneseanalüüsiga esitanud kokkuvõtte 2022 aastal toimunud koolituste tagasiside kohta, mille kohaselt on õppijad rahul nii õppe sisu, koolituse läbiviimise, koolitajate kui õppematerjalidega. Komisjoni hinnangul on koolitusasutuse poolt koostatud ankeet sisukas ning võimaldab saada sisendit koolituse ja õppekava arendamiseks.

KOONDHINNANG ÕPPIMISE JA ÕPETAMISE HINDAMISVALDKONNALE: Nõuded ei ole täidetud

Mõlemas õppekavas on märgitud, et õppija peab sooritama iseseisvaid töid, mis komisjoni hinnangul on mahukad ja õppegruppide suurust arvestades pole võimalik neile kõigile lühikese ajaga sisulist tagasisidet anda. Samuti ei pea komisjon sobilikuks panna õppijaid vastutuspartneritena tagasiside andja rolli, kui neil puuduvad persoonibrändi valdkonnas varasemad teadmised. Kuna õpiväljundite hindamist kui sellist otseselt ei toimu, siis komisjoni hinnangul ei saa õppija oma edenemise kohta objektiivset tagasisidet koolituse käigus ega lõpus.

Õppekava lõpetamise tingimused on esitatud segaselt ning koolituse lõpus väljastatavat dokumenti kirjeldatakse läbisegi mõistete ja tunnistusega tunnistus ja tõend. Näidiseks esitatud dokumendil on samuti mõisteid läbisegi kasutatud, kus suurelt on välja toodud sõna "TUNNISTUS", kuid selle all "Tõendi nr". Kuna õpiväljundite saavutatust tegelikkuses ei hinnata, läheb tunnistuse välja andmine vastuoluliselt täienduskoolituse standardiga.

Koolitusasutus on koostanud tagasiside kogumiseks sisuka ankeedi ning on tagasisidet aktiivselt ka kogunud. Tagasiside põhjal on õppijad rahul nii õppe sisu, koolitajate kui õppematerjalidega.

Komisjoni hinnangul õpiväljundite saavutatust terviklikuna ei kontrollita ning õppekavast ei selgu, milline dokument koolituste lõpus väljastatakse, kuna mõisteid tunnistus ja tõend kasutatakse läbisegi. Eelnevalt lähtuvalt leiab komisjon, et hindamisvaldkonna õppimine ja õpetamine nõuded ei ole täidetud.

3. KOOLITAJAD

3.1. Koolitajate kvalifikatsioon, õpi- või töökogemus ja info selle kohta on kättesaadav koolitusasutuse veebilehel (TäKS § 11 lõige 2).

Koolitusasutus on lisanud info koolitajate kogemuste ja pädevuste kohta nii asutuse veebilehele kui ka õppekavade juurde. Kirjeldustes on välja toodud erialased pädevused just neid koolitusi läbi viia ning eneseanalüüsis on esitatud ka enesetäiendused ning koolitajate kogemus täiskasvanute koolitamisel. Komisjoni hinnangul on seadusest tulenev nõue täidetud, s.t asutuse veebilehel on info koolitajate kohta olemas. Info on ülevaatlik ja arusaadav ning avalikustatud õppekavades on olemas kirjeldus koolitajale vajamineva kvalifikatsiooni kohta.

3.2. Koolitajatel ja praktikajuhendajatel (kus asjakohane) on koolituste läbiviimiseks vajalik erialane kvalifikatsioon, õpi- või töökogemus ja andragoogiline pädevus.

Õppekavadest ja koolituste kirjeldusest selgus, et mõlemad koolitajad osalevad persoonibrändi koolituse läbiviimisel, Evelin Org viib läbi turunduskoolitust. Koolitajal on olemas pikaajaline töökogemus

turundusvaldkonnas, lisaks kinnitati vestlusel, et koolitaja töötab siiani samas valdkonnas ja viib turundusteemalisi koolitusi läbi ka teistes koolitusasutustes.

Eneseanalüüsi kohaselt on mõlemad koolitajad lisaks hindamisel olevale ettevõttele koolitanud ka erinevate kõrgkoolide (EKA, Paprika, Kinnisvarakool, EBS) juures ja koolitavad lisaks suuri ettevõtteid nagu: SEB, Swedbank, Telia, LTKH, Playtech, Innove jne. Mõlemal koolitajal on magistrikraadid, ent nad täiendavad end jooksvalt ka teistel valdkonna koolitustel. Mõlemad koolitajal on ettevõtluse ja turunduse alane pikaajaline töökogemus.

Täiskasvanute koolitaja kogemusi on arendatud peamiselt ise koolitusi läbi viies, kuid konkreetseid koolitusi valdkonnas läbitud pole.

Vestlusest jäi selgusetuks, kuidas ja mis osas täiendatakse oma teadmisi konkreetsetl persoonibrändingu osas. Viidati nt isiku tugevustega seotud eksperdi kaasamisele ja ka ise antud koolituse läbimist (DISC), coachingu kursuse läbimisele, kuid komisjonil puudub põhjalik ülevaade ja kindlus, et märgitud tegevused on piisavad omandaks valdkonnas eksperdi staatust. Eneseanalüüsis on välja toodud, et erialane enesetäiendus käib läbi erialaste valdkondlike koolituste vähemalt korra kvartalis, erialase kirjanduse lugemise ja konverentsidel osalemise. Siiski ei ole tõendites välja toodud konkreetsetl persoonibrändingu spetsiifikaga seotud koolituste läbimist.

Arenguvõimalused

- 1) Koolitajatel puudub täiskasvanute koolitamise alane teoreetiline taust ja tuginetakse vaid oma kogemusele koolitajana. Komisjon soovitab koolitajatel osaleda täiskasvanute koolitamise alastel koolitustel, et paremini arvestada täiskasvanud õppija eripära koolituste läbiviimisel.

3.3. Koolitaja arendab regulaarselt oma erialaseid ja koolitaja pädevusi.

Mõlemad koolitajad on esitanud infot enda aktiivse arendamise kohta ja praktilise kogemuse kohta ettevõtluse, juhtimise, brändingu, müügi ja turunduse valdkondades. Lisaks kinnitati vestlusel, et mõlemad koolitajad osalevad turundusvaldkonna üritustel ja inspiratsioonikoolitustel.

Persoonibrändi koolituse läbiviimiseks vajalike oskuste arendamise kohta kinnitati vestlusel samuti, et ollakse aktiivsed koolitustel ja üritustel osalejad. Koolitused on peamiselt turunduse, kliendisuhtluse ja eneseaengu valdkondades. Arvestades, et persoonibrändi puhul on suur osa isikliku arengu, väärtuste ja isikliku karjääriplaneerimise ning ka psühholoogiliste protsesside mõjutamisel, siis see tähendab komisjoni hinnangul vajadust ennast ka nendes valdkondades arendada. Eneseanalüüsis on välja toodud, et valdkonnaga hoitakse ennast kursis ka erialakirjanduse abil, kuid sihilikku enesearendust täiskasvanute koolitajatena ei toimu, kogemusi kogutakse vaid koolituste läbiviimisel.

Esitatud eneseanalüüsist ja vestlusest selgub, et koolitajad küsivad ja analüüsivad koolitatavate tagasisidet ning teevad vastavalt ka muudatusi.

Vestlusest ega eneseanalüüsist ei selgunud, kuivõrd on eneseareng pikaajaliselt planeeritud ja sihipärane, mainitud on, et osaletakse koolitusel korra kvartalis, kuid plaani või koolituste valdkonda pole täpsustatud.

Pole esitatud tõendeid, et koolitajatel on enda töö raames enesearengust selge nägemus ja plaan ega kinnitust, et nad reaalselt tegelevad selle elluviimisega.

Parendusvaldkonnad ja soovitused

- 1) Persoonibrändi puhul on suur osa isikliku arengu, väärtuste ja isikliku karjääriplaneerimise ning ka psühholoogiliste protsesside mõjutamisel, siis see tähendab vajadust ka nendes valdkondades enda arendamist. Komisjon soovib lisaks turunduse valdkonnale planeerida enesetäiendust ka nendes aspektides ja persoonibrändingus tervikuna.
- 2) Koolitajatel puudub täiskasvanute koolitamise alane taust ning enesetäiendusel pole sellega ka sihipäraselt tegeldud. Komisjon soovib läbida täiskasvanute koolitamise spetsiifikat käsitlevaid koolitusi, et paremini arvestada täiskasvanud õppija eripäradega.

3.4. Koolitajad ja õppijad on teadlikud õppekava eesmärgist.

Eneseanalüüsist selgus, et koolituse kokku panemisel on mõlemad koolitajad võrdväärselt kaasatud, koolituse struktuur ja läbiviimine on ühiselt kokku lepitud. Vestlusest selgus, et koolitajad tutvustavad õppijatele õppekava eesmärki, õpiväljundeid kohe koolituse algusel esimesel kohtumisel. Mõlemad koolitajad mõistavad oma rolli koolituse läbiviimisel ja on teadlikud teineteise õpetatavatest teemadest.

Komisjon toob välja, et õppekava eesmärki pole kummagi õppekava juures välja toodud, kuid veebilehel leitavate koolituste reklaamtekstides on eesmärgid lubadustena esitatud. Komisjon juhib tähelepanu, et näiteks turunduse koolituse puhul on lubatud reklaamtekstis palju mahukat sisu, kui koolituse käigus tegelikult käsitletakse. Seega võib õppija pettuda, kui koolitusele minnes selgub, et ettevõtte alustamise teemasid koolitusel ei käsitleta, kuigi reklaamis on seda lubatud.

Veebivestlusel tõi koolitaja välja, et enne koolituse algust toimub osalejate ootuste kaardistamine ning esimesel videosilla kaudu kohtumisel tutvustatakse koolituse sisu ja eesmäärke.

Koolitusasutus kogub osalejatelt koolituse järel tagasisidet. Eneseanalüüsiga koos on esitatud tagasisidelehtede vorm ja statistika seni saadud tagasiside kohta. Esitatust selgub, et osalejad on koolituse ja seal omandatud oskustega rahul. Lisaks on koolitusasutuse veebilehel välja toodud mitmete koolitusel osalenute videotagasiside, kust samuti ilmneb, et koolituse tulemustega ollakse rahul.

Tagasiside küsimustiku vorm on põhjalik ja asjakohane.

Arenguvõimalused

- 1) Komisjon soovib kummalegi koolitusele sõnastada selge ja koolituse sisule vastav eesmärk ja lisada see õppekavasse

3.5. Koolitajad kasutavad õpiväljundite saavutamiseks asjakohaseid ja õppijat motiveerivaid õppemeetodeid.

Hinnatavate õppekavade puhul on tegemist peamiselt digiõppega, milleks kasutatakse tänapäevaseid vahendeid. Vestluses selgitas koolitaja, et mõistetakse, et digiõppega seoses on osalejaid vaja rohkem motiveerida koolituse videoid vaatama ja teemasid aegsasti läbima. Lisaks videotele on õppemeetoditeks iseseisvalt/koos vastutuspartneriga täidetavad kirjalikud töölehed ning teatud aja järgi toimuvad konsultatsioonid (Q&A-d). Komisjoni hinnangul on koolitus teemade kaupa selgelt struktureeritud, jälgitakse koolituse läbimise tempot, on koostanud soovituslik ajakava videote kuulamiseks/läbimiseks, mis alustajatele ka antakse. Kui osaleja jääb mõne teema juures toppama, siis tuletatakse õppijale meelde tähtaegaid ja pakutakse abi, lisaks saavad õppijad tuge ja tagasisidet perioodiliselt toimuvate Q&Ade käigus. Koolitaja tõi veebivestlusel välja, et nende eesmärk on kõigi osalejate lõpuni viimine, mis seni ka õnnestunud on. Õppijate tagasisides on välja toodud, et vastutuspartnerite määramine on tõstnud õppijate motivatsiooni tähtaegadest kinni pidada. Komisjoni hinnangul on kasutusel õppijat motiveerivad õppemeetodid, mida tõendab senine katkestajate puudumine.

KOONDHINNANG KOOLITAJATE HINDAMISVALDKONNALE: Nõuded on põhiosas täidetud

Kokkuvõttes võib öelda, et õppija on teadlik, kuidas õppetöö on korraldatud ning kes teda koolitavad. Koolitajatel on olemas vajalik kvalifikatsioon koolituste läbiviimiseks, kuid arendamist vajaks persoonibrändi spetsiifikast tulenevad kompetentsid. Koolitajad tegelevad enesearendamisega jooksvate valdkonna koolituste aga ka nt enda kui koolitaja arendamisega. Koolitajad on teadlikud õppekavast kui tervikust ning see väljendub nende pakutava õppe sisus, parendamist on võimalik läbi viia kasutatavate meetodite näol, mis toetaks sisu edasiandmist osalejatele. Koolitaja on teadlik digiõppe eripäradest ning arvestab nendega koolituse läbiviimisel, kuid arvestades sihtgrupi mitmekülgsust ei pruugi jõuda iga osalejani.

Nõuded on põhiosas täidetud. Arendamist vajaks persoonibrändi spetsiifikaga seotud kompetentside teadlik arendus või vastava eksperdi suurem kaasatus ning lähtuvalt õpiväljunditest täiendada vajalike meetoditega, mis võimaldaks õppekava eesmärke täita.

4. RESSURSID

4.1. Füüsiline (õppevahendid, seadmed, ruumid, ligipääs jms) ja/või digiõppe keskkond on nõuetekohane, vastab koolituse eesmärkidele ning toetab õppijat.

Asutus viib koolitusi läbi veebikeskkondades. Persoonibrändi koolituseks on valitud Thinkific keskkond. Vestluse käigus selgitas koolitaja Thinkificu valiku põhjuseid ja eelistusi ning on näha, et selle kasutusmugavus on läbi mõeldud ning tegeletakse igakülgselt õppijate toetamisega keskkonnas, arvestades õppija mugavusega. Veebikeskkonna valik on asjakohane ja toetab koolituse sisu edastamist, võimaldab jälgida õppijate edenemist ja õppematerjalide läbitöötamist ning vajadusel saata meeldetuletusi. Koolituse lisamaterjaliks olev e-raamat on jaotatud peatükkideks, mis on lisatud iga teema juurde. Lisaks Thinkific keskkonnale on koolituse osalejatele võimalus liituda kinnise Facebook grupiga, et toetada õppetegevust. Komisjon leiab, et valitud digivahendid on põhjalikult läbi mõeldud ja koolitajad tegelevad ka saadud

tagasisidega, et õpikeskkond oleks mugav info vastuvõtmiseks ja kursuse sisu omandamiseks. Koolituse potentsiaalsed osalejad leiavad vajaliku info ka tutvustavatest materjalidest.

Tugevused

- 1) Koolitaja valitud e-keskkond tõstab õpimotivatsiooni

KOONDHINNANG RESSURSSIDE HINDAMISVALDKONNALE: Nõuded on täidetud

Hindamisvaldkond "Ressursid" on täidetud, koolitajad on näinud vaeva sobiva veebikeskkonna leidmisel, kujundamisel ja tegelevad aktiivselt selle parendamisega.