



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT



uvajanje novih izobraževalnih
programov na področju storitev



Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

NAVODILA ZA OBLIKOVANJE IN VREDNOTENJE GRADIV



VIR: http://www.adamssoft.si/Spletne-resitve/.._41.html

KAZALO VSEBINE

1. UVOD	1
2. NASLOVNICA	4
3. KOLOFON	6
4. UVODNI NAGOVOR AVTORJA.....	8
5. KAZALA V GRADIVU	9
6 VSEBINSKI SKLOPI GRADIVA.....	10
PRIMERI	11
7. NAVAJANJE LITERATURE V GRADIVU	15
VIRI	15

KAZALO SLIK

Slika 1: Način izpolnjevanja metapodatkov.....	2
Slika 2: Izgled naslovnice	4
Slika 3: Razporeditev logotipov v naslovnici gradiv projekta.....	5
Slika 4: Podatki v kolofonu.....	6
Slika 5: Avtomatsko vstavljanje kazala	9
Slika 6: Merjenje zadovoljstva kupcev v celjski regiji.	13

KAZALO TABEL

Tabela 1: Priporočeni sestavni deli gradiva	3
Tabela 2: Poklicne kompetence za 1. vsebinski sklop Trženje (Ime modula: Poslovanje podjetij)	7
Tabela 3: Najpogostejša orodja marketinškega komuniciranja.....	12

1. UVOD

Za pripravo multimedijskih učnih vsebin imamo na voljo različna orodja, s katerimi pripravljamo posamezne učne enote, ki jih uporabljamo za popestritev pouka, samostojno pridobivanje novega znanja, nadgradnjo, utrjevanje, preverjanje znanja. Predstavitve v gradivih so lahko linearne, zaželeno pa je da so tudi interaktivne¹ ali pa so ustvarimo [hypermedia povezavo](#)². Gradiva so namenjena dijakom ali učiteljem, ciljna skupina naj bo jasno izražena. Vsaka skupina uporabnikov potrebuje drugačen pristop, enake vsebine lahko prikažemo na različni zahtevnostni ravni.

Cilj priprave gradiv v e-učni obliki v projektu unisVET, je ponuditi sodoben in prijazen način spletno podprtega učenja ter pripraviti kakovostna elektronska učna gradiva. Gradiva bodo morali avtorji oblikovno in vsebinsko urediti sami, zato pričujoči dokument ponuja nekaj priporočil. Namen tega prispevka je tudi prikazati pomen vrednotenja gradiv in predstavitev priporočil pri poenotenju oblike gradiv. S tem želimo povečati kakovost elektronskih učnih gradiv in pospešiti njihovo uporabo. Poudarek je na njihovi uporabnosti v neposredni praksi in na širjenju znanja.

Vrednotenje gradiv zahteva precej dela. Pri tem se upoštevajo različni vidiki gradiva:

- **tehnični vidik gradiva** (računalniška, oblikovna, uporabniška ustreznost),
- **vsebinski vidik gradiva** (usklajenost z izobraževalnim programom, veljavnost dejstev, vsebin, pedagoška ustreznost).

Na Centru RS za poklicno izobraževanje je v sodelovanju z delovno skupino na projektni aktivnosti Zakladnica znanja nastal dokument [Kriteriji kakovosti za učna gradiva](#), ki so vodilo pri ocenjevanju recenzentov ter samim avtorjem pri vrednotenju njihovega dela. Kriteriji kakovosti se nahajajo tudi na spletni strani:

<http://www.cpi.si/izobrazevalni-programi/podlage-za-pripravo-izobrazevalnih/ucbeniki/kako-napisati-ucbenik.aspx>

Kriterije kakovosti za učna gradiva izpolnijo recenzenti in jih priložijo k svoji izjavi. Kriterije kakovosti za učna gradiva pojasnjujemo s sledečim:

Tehnično pomembni vidiki gradiva:

- Pomembno je ali se da med učenjem oziroma med branjem gradiva hitro orientirati.
- Orientacijo gradiva omogoča naslovnica, v kateri so navedena vsa pomembna dejstva in tudi kazalo, kadar je narejeno v obliki hiperteksta.
- Tehnično pomemben vidik je hitra dostopnost učnega gradiva na medmrežju, kar dosežemo tudi z ustrezno napisanimi metapodatki. Zato naj bo vsako izdelano učno gradivo in njegove sestavne enote ustrezno opremljeno z metapodatki:

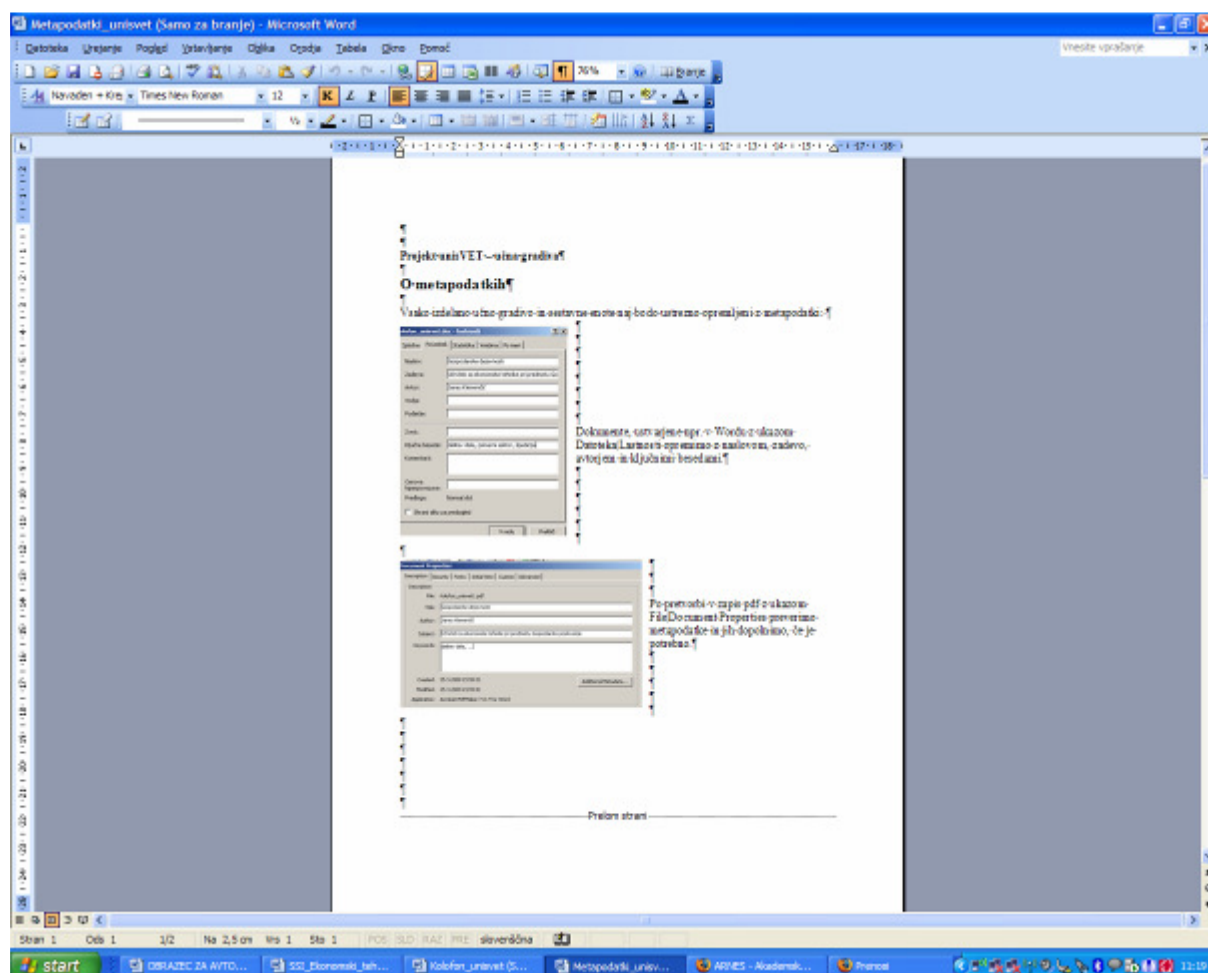
Način izpolnjevanja gradiva z metapodatki je prikazan v dokumentu Metapodatki_unisVET.

¹ Interaktivnost: Uporabnik s klikom na določeno točko ali besedilo sproži določeno dejanje ter pridobi dodatne informacije o določeni stvari v obliki besedila, slike, videa...

² Hypermedia povezava: Uporabnik se poveže do drugih besedil, slik...

Slika 1 prikazuje način izpolnjevanja dokumenta z metapodatki. Pomembne podatke vpišemo pod:

- naslov,
- zadeva,
- ime in priimek,
- ključne besede.



Slika 1: Način izpolnjevanja metapodatkov

VIR: Projekt unisVET – učna gradiva, 2009

Vidiki kakovosti gradiva:

- Pri oceni kakovosti izdelave se upošteva: kakovost teksta, grafik, slik, vizualne predstavitve.
- Pomembna je poenotena predstavitev v gradivu, čitljivost in jasnost teksta, oblik, slovnična pravilnost besedila, nazornost.
- Gradivo ima strokovne in širše razlage ter povezave z uporabo v praksi.
- Koristna je uporaba okvirjev, hiperpovezav, seznamov...
- Tudi sestava gradiva je eden izmed kazalnikov njegove kakovosti. Priporočena zgradba gradiv je prikazana v tabeli 1.

Tudi število dostopov do gradiv in s tem uporabnost in vsečnost gradiva je pomemben kazalnik njegove kakovosti. Izpolnjeni metapodatki gradiva so osnova za lažji dostop do gradiva na medmrežju (Metapodatki_unisVET, 2009).

Podane so tudi nekatere druge zahteve:

- Vsa gradiva imajo poenoteno [naslovnico](#).
- Gradiva morajo biti poenotena s katalogom znanja ustreznega programa izobraževanja. Kataloge znanj najdemo na internetnih straneh CPI-ja (Center RS za poklicno izobraževanje), prenovljeni izobraževalni programi: (<http://www.cpi.si/srednje-strokovno-izobrazevanje.aspx#Ekonomskitehnik>)
- Diferenciacija gradiva je v skladu z vsebinami kataloga znanj, za kar jamčita avtor in recenzent gradiva. Priporočena je povezana s katalogom znanj.

Tabela 1 prikazuje priporočene sestavne dele gradiva.

Tabela 1: Priporočeni sestavni deli gradiva

SESTAVA GRADIVA
NASLOVNICA
KOLOFON,
UVODNI NAGOVOR AVTORJA GRADIVA
KAZALA
UVOD
VSEBINSKI SKLOPI
NALOGE ZA UTRJEVANJE, VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE, PRIMERI TESTOV...
LITERATURA

VIR: Projekt unisVET – učna gradiva, 2009

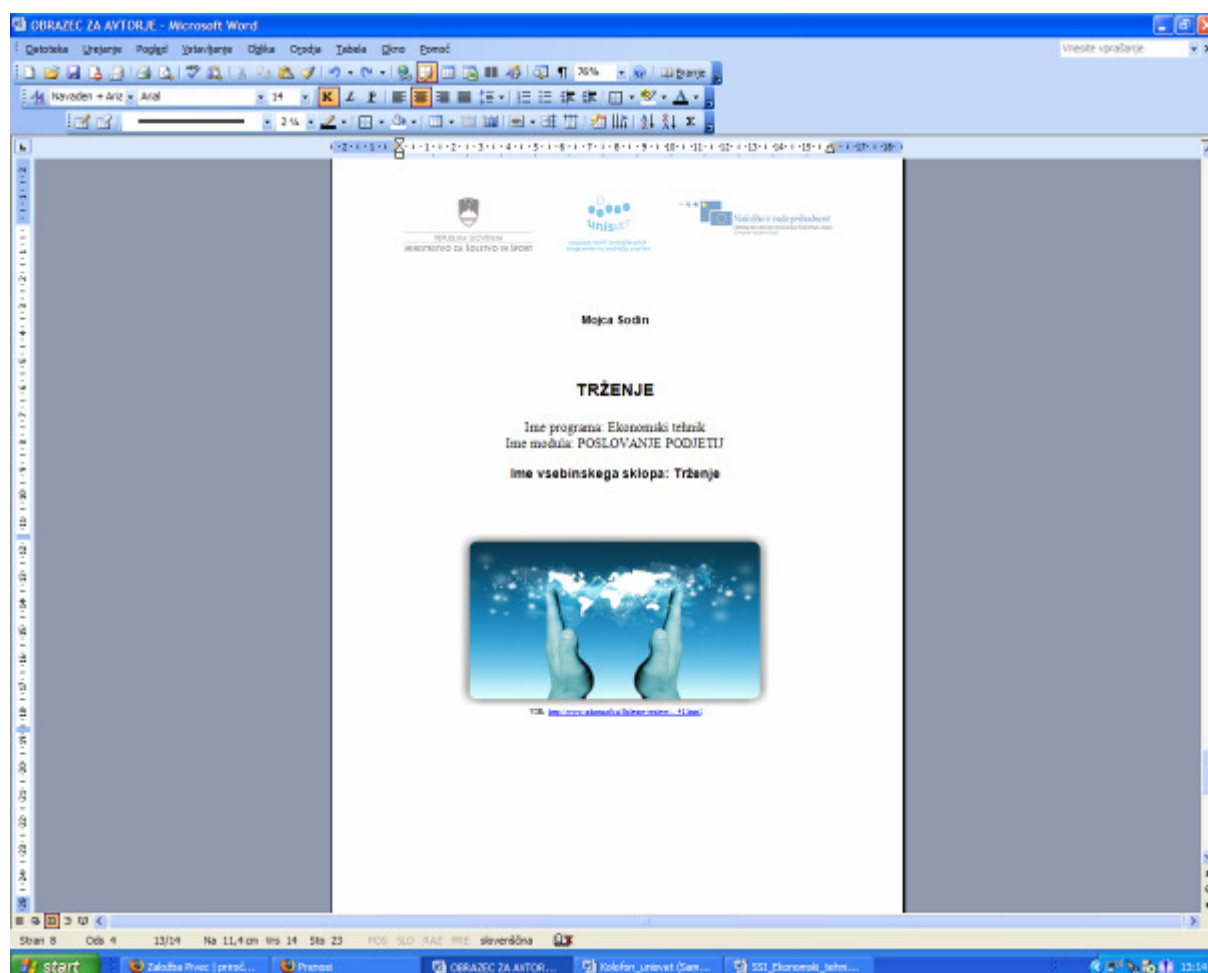
Zato morajo biti gradiva lektorirana in podano mora biti priporočilo in mnenje strokovnjaka, ki s svojim podpisom jamči aktualnost in usklajenost vsebin z veljavnimi katalogi znanj. Recenzent hkrati poda mnenje o skladnosti gradiva s sodobnimi spoznanji in o metodično-didaktični ustreznosti gradiva. Predložiti je potrebno potrdilo lektorja in recenzenta. Odgovornost za malomarno jezikovno in tehnično izvedbo nosi avtor sam.

2. NASLOVNICA

Izgled naslovnice gradiva je poenoten za vse vrste gradiv. Vsebuje vse osnovne podatke o gradivu:

- podatke projekta unisVET
- ime in priimek avtorja
- naslov dela
- ime izobraževalnega programa,
- ime modula, kratica modula,
- (vsebinski sklop),
- sliko.

Slika 1 prikazuje primer naslovnice (Projekt unisVET – učna gradiva).



**Slika 2:Primer izgleda naslovnice
vir: Projekt unisVET – učna gradiva**

Obvezni sestavni del naslovnice so prikazani logotipi projekta unisVET, ministrstva za šolstvo in šport, Evropskega socialnega sklada. Razporeditev logotipov prikazuje slika 3.

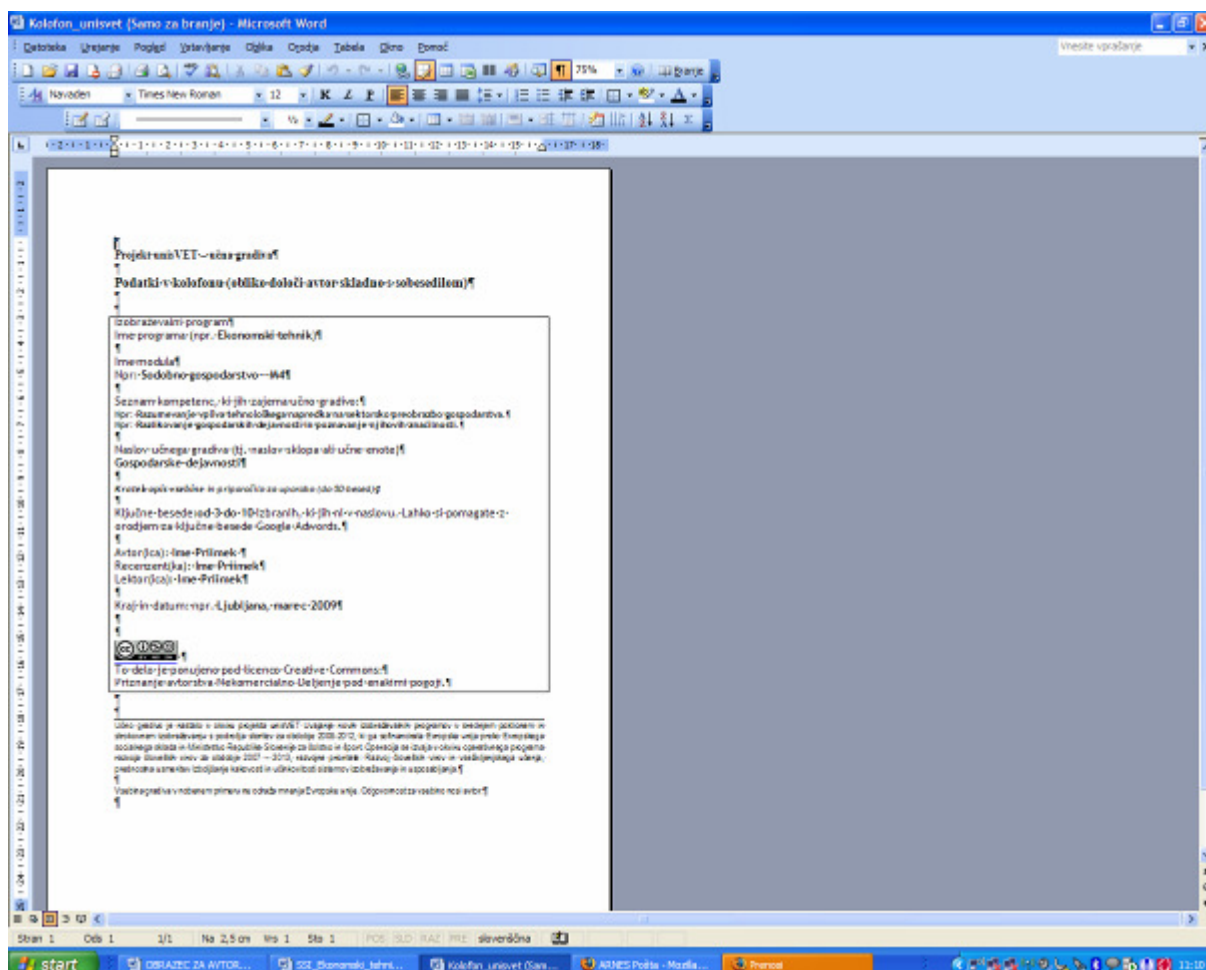


Slika 3: Razporeditev logotipov v naslovnici gradiv projekta
VIR: Projekt unisVET – učna gradiva

Ime gradiva je opisno, natančno, v povezavi z vsebino gradiva.

3. KOLOFON

Slika 3 prikazuje izgled kolofona, ki je sestavni del gradiva.



**Slika 4: Podatki v kolofonu
VIR: Projekt unisVET – učna gradiva**

Vse podatke, ki jih potrebujemo za izpolnjevanje kolofona poiščemo v katalogih izobraževanja za posamezno strokovno področje.

Tabela 2 prikazuje podatke poklicnih kompetenc v Katalogu znanj za srednje strokovno izobraževanje ekonomski tehnik, za modul Poslovanje podjetij in vsebinski sklop Trženje.

Tabela 2: Poklicne kompetence za 1. vsebinski sklop Trženje (Ime modula: Poslovanje podjetij)

OZNAKA POKLICNE KOMPETENCE	
TRŽ 1	Razvijanje veščin za poslovno vplivanje in poslovno komercialno naravnost, prodornost, osredotočenost na trg.
TRŽ 2	Uporabljanje instrumentov tržne komunikacije pri poslovnih dejavnostih in predstavitvah.
TRŽ 3	Ustno in pisno poslovno sporazumevanje v maternem in tujem jeziku.

VIR: Projekt unisVET – učna gradiva

Besedilo prikazano v spodnjem okvirju je sestavni del kolofona in vsem uporabnikom gradiva pove, da je gradivo nastalo v projektu unisVET. Je obvezni sestavni del vseh gradiv.

Učno gradivo je nastalo v okviru projekta unisVET Uvajanje novih izobraževalnih programov v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju s področja storitev za obdobje 2008-2012, ki ga sofinancirata Evropska unija preko Evropskega socialnega sklada in Ministrstvo Republike Slovenije za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007 – 2013, razvojne prioritete: Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja, prednostna usmeritev: Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.

Vsebina gradiva v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije. Odgovornost za vsebino nosi avtor.

4. UVODNI NAGOVOR AVTORJA

Uvodni nagovor avtorja ni nujen, kadar pripravljamo krajša gradiva ali pa ga spremenimo v Vodnik za uporabo učnega gradiva.

Uvodni nagovor avtorja je lahko sestavljen iz uvoda, jedra in zaključka. Pomembno je, da ni preveč birokratski in da je usmerjen k bralcem gradiva. Prav je, da smo osebni, neposredni, predvsem pa drugačni.

V uvodnem nagovoru z vzpodbudnimi besedami uporabnika gradiva seznanimo z celotno informacijo o vsebini gradiva. Vsebinski koncept je lahko zasnovan na ciljnih celotnega modula, ali pa se omejimo na krajše enote.

Sistematično in na razumljiv način prikažemo strukturiranost : modul, njegove sklope, vsebine, njegove cilje ter z uporabnost pridobljenih znanj ter spoznanja, da je mogoče kadarkoli izpodbijati pretekle ugotovitve in iskati nove odgovore na stara vprašanja. Razložimo tudi, komu je gradivo namenjeno in načine pridobivanja znanja ter njihov etični vidik.

Prikažejo se tudi lahko oblike vzgojno izobraževalnega dela in interdisciplinarni pogled na obravnavano tematiko. Lahko prikažemo vzroke za izbrano in uporabljeno literaturo, da s pomočjo nje lažje ugotovimo strategije, metode in tehnike dela in na ta način uporabnike navajamo na samostojno učenje in raziskovalno dejavnost.

Prikažemo lahko tudi tiste najboljše metode s katerimi iščemo najboljše, kreativne poti in načine pridobivanja znanja, sposobnosti in navad ter tako prispevamo k večji dinamičnosti, kakovosti pouka ter tudi k bolj trajnemu, uporabnemu znanju. Sledimo lahko trendom sodobnega poučevanja v smislu aktivnega vključevanja učečih se posameznikov v proces učenja, tako da upoštevamo njihove potrebe in navade.

Lipičnik (2001, str. 339) pravi, da znanje v starem smislu ostaja količina podatkov, znanje v novem smislu pa postaja zmožnost kombiniranja podatkov v novo spoznanje ali rešitev.

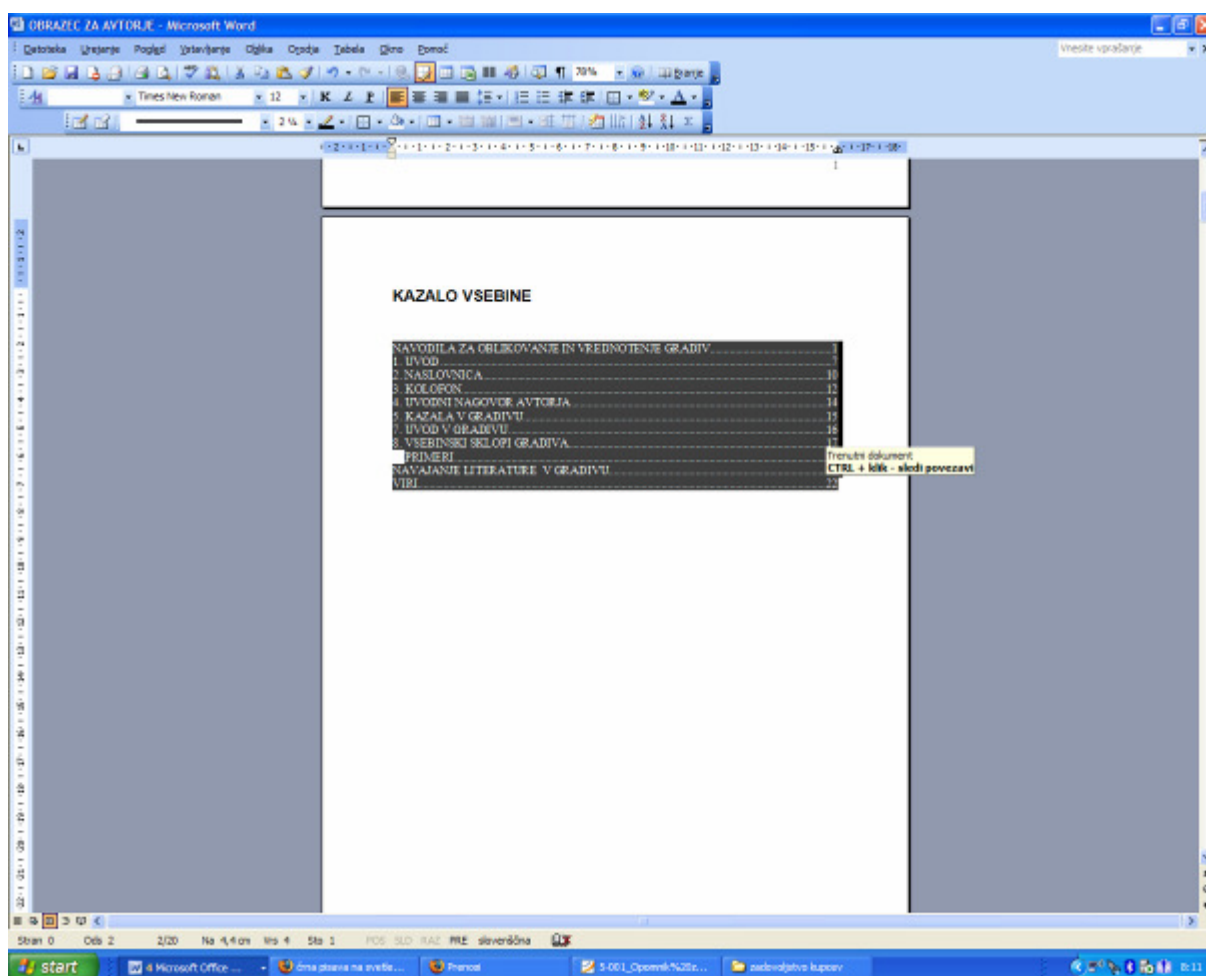
5. KAZALA V GRADIVU

V gradivo uvrstimo vsa kazala:

- kazalo vsebine
- kazalo slik
- kazalo tabel

Kazalo lahko naredimo z avtomatsko funkcijo v urejevalniku besedila. Za avtomatsko kazalo je potrebno oblikovat sloge poglavij.

Slika 5 prikazuje izgled avtomatsko vstavljenega kazala.



Slika 5: Avtomatsko vstavljanje kazala

VIR: Projekt unisVET – učna gradiva, 2009

6 VSEBINSKI SKLOPI GRADIVA

Gradivo razdelimo na več vsebinskih sklopov, ki naj bodo zaključene celote. Vsebina vsakega sklopa je asociativno prikazana v sprotnem naslovu in je lahko samostojna enota.

Predlagamo, da se vsak vsebinski sklop začneja z uvodom. Pri pisanju uvoda si pomagamo s katalogom znanj za posamezni modul strokovnega področja.

V tem poglavju uporabniku gradiva na kratko predstavimo vsebinski sklop. Cilje predmeta ne navajamo tako kakor so predstavljeni v katalogu znanj, ampak na način, ki je primeren za uporabnika in ga motivira pri delu

Več o tem: Center za poklicno izobraževanje, Spletna knjižnica Izvir znanja, Opomnik za avtorje učnih gradiv:

http://www.izvirznanja.si/izvirznanja/datoteke/5001_Opomnik%20za%20avtorje%20u%20cnih%20gradiv.pdf

Za lažje razumevanje snovi so priporočljive tudi sheme (npr. tehnoloških postopkov), skice, fotografije, praktični primeri ... Ob zaključku vsakega vsebinskega sklopa je smiselno, da pripravimo tudi vprašanja za utrjevanje snovi in preverjanje znanja.

Ker predvidevamo, da bodo uporabniki tako pripravljena gradiva tiskali, priporočamo da uporabimo črno besedilo na beli podlagi, kar je za naše oči najbolj sprejemljivo.

Pri pisanju vsebine gradiva se držimo načela "manj je več" in upoštevamo Izhodišča za pripravo učnih gradiv, ki jih je pripravila delovna skupina za Učna gradiva in jih najdemo na:

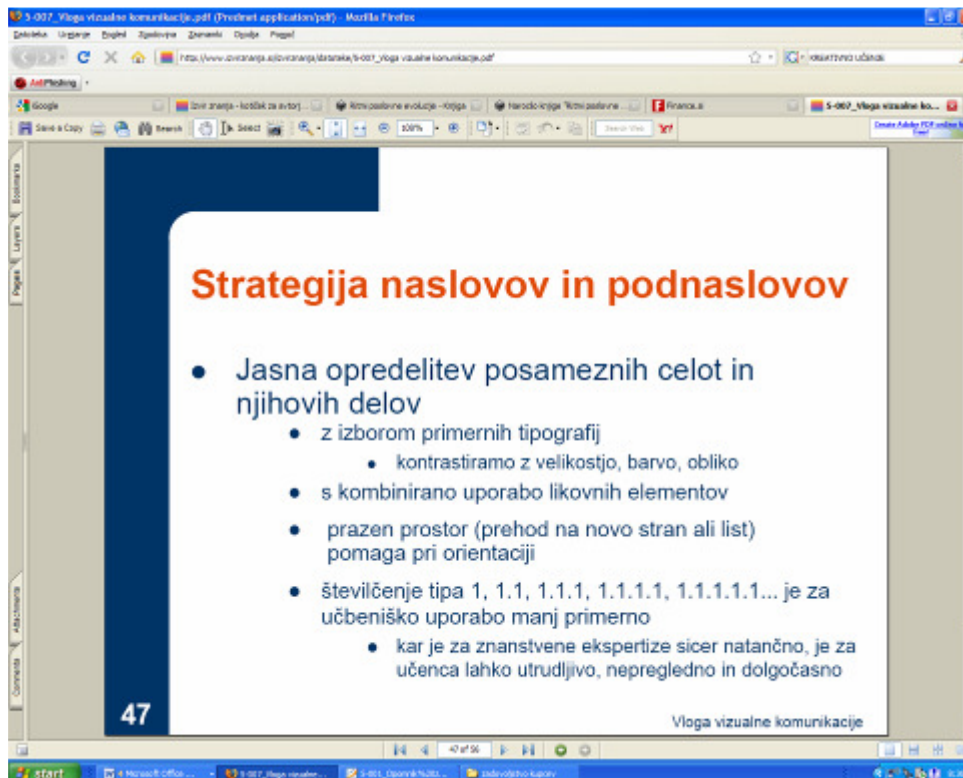
www.cpu.si/Projekti/Priponke/Izhodisca1_za_avtorje.doc

Naslove na prvem nivoju lahko številčimo, kasneje pa bi se številčenja izogibali zaradi prijaznejšega izgleda gradiva. Pri oblikovanju naslovov poglavij uporabimo možnost urejevalnika besedila za oblikovanje slogov, da lahko kasneje vstavimo avtomatsko kazalo. Podpoglavij ne začnemo na novi strani, ločimo jih le z imenom in presledkom.

O strategiji pisanja naslovov in podnaslovov lahko preberemo tudi v gradivu, ki je na voljo na naslednji strani:

http://www.izvirznanja.si/index.php?category_id=5&pub_id=24

in ga prikazuje slika 6.



Slika 6: Strategija naslovov in podnaslovov
VIR: Krašovec Pogorelčnik, 2008. Vloga vizualne komunikacije
http://www.izvirznanja.si/index.php?category_id=5&pub_id=244

Tabele in slike vstavljamo v ustrezna mesta v tekst. Nahajajo se na eni strani, razen kadar so daljše od ene strani. Večje tabele vstavimo v ležeče strani. Vsaka tabela, slika mora imeti zaporedno številko, naslov in vir. Naslove tabel pišemo nad tabelo, vir podatkov pa navajamo pod tabelo. Naslove slik navajamo pod tekstom; tudi njihove vire navajamo tako.

PRIMERI

Metode pospeševanja prodaje

V tabeli 3 z naslovom Najpogostejša orodja marketinškega komuniciranja je predstavljenih pet najpogostejših dejavnosti promocijsko komunikacijskega spleta: oglaševanje, pospeševanje prodaje, odnosi z javnostjo in publiciteta, osebna prodaja, neposredno trženje in marketing (Devetak, Vukovič, 2002, 159).

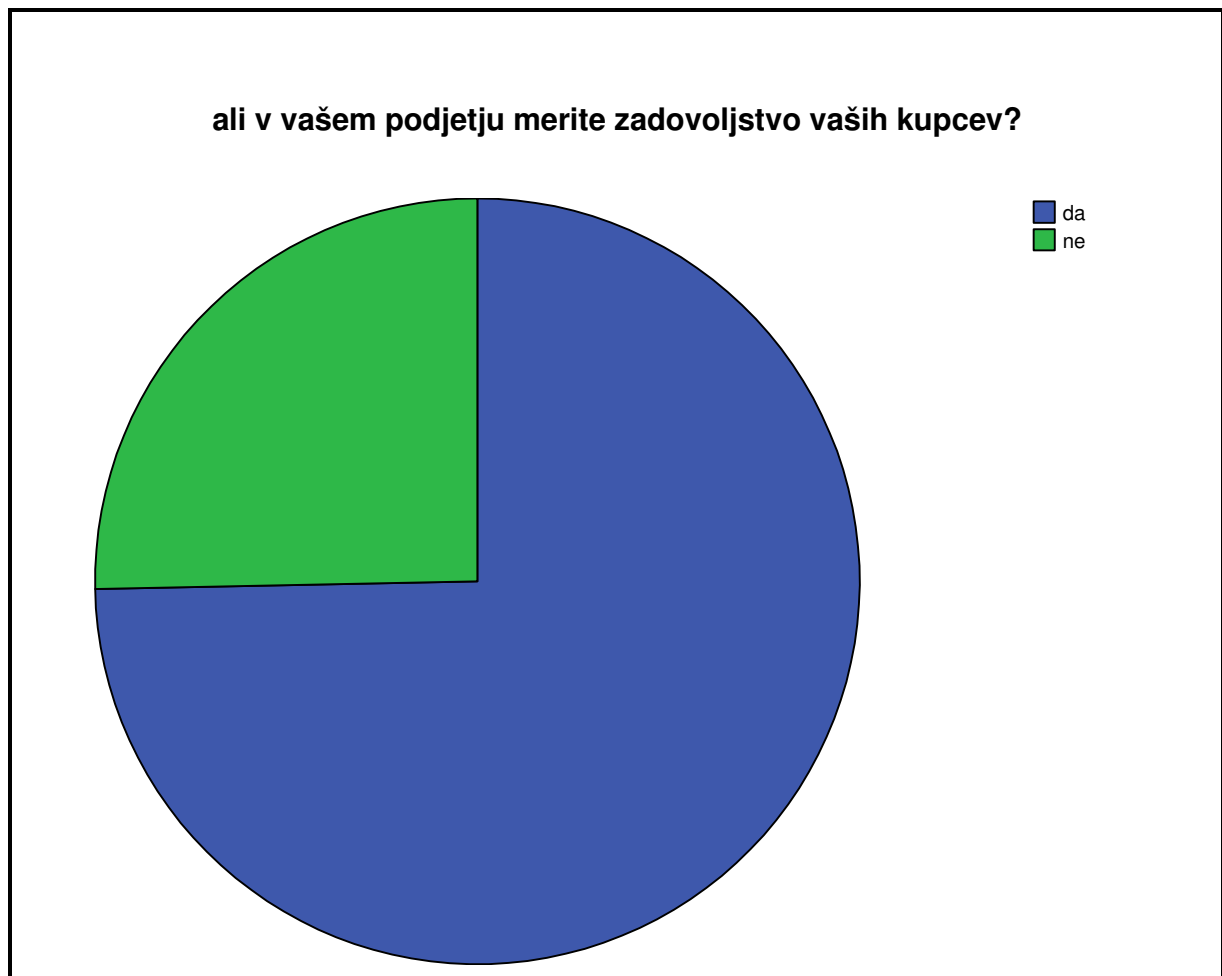
Tabela 3: Najpogostejša orodja marketinškega komuniciranja

OGLAŠEVANJE	POSPEŠEVANJE PRODAJE	ODNOSI Z JAVNOSTJO	OSEBNA PRODAJA	NEPOSREDNO TRŽENJE
<ul style="list-style-type: none"> • Tiskani in RTV oglasi • Zunanja stran embalaže • Priloge v embalaži • Filmi • Brošure in knjižice • Lepaki in zgibanke • Imeniki • Ponatisi oglasov • Oglasne deske • Znaki na prikazovalnikih • Prikazovalniki na prodajnih mestih • Avdiovizuelni materiali • Simboli in logotipi 	<ul style="list-style-type: none"> • Nagradna tekmovanja, igre, žrebanja • Darila • Vzorci • Sejmi in prodajne razstave • Razstave • Predstavitve • Kuponi • Znižanja • Nizkoobrestni krediti • Zabave • Prodaja »staro za novo« • Prodajne znamke • Vezana prodaja 	<ul style="list-style-type: none"> • Tiskovna sporočila • Govori • Seminarji • Letna poročila • Dobrodelna darila • Sponzorstvo • Objave • Odnosi s krajevnim okoljem • Lobiranje • Predstavitvena občila • Revije podjetij • dogodki 	<ul style="list-style-type: none"> • Prodajne predstavitve • Prodajna srečanja • Spodbujevalni programi • Vzorci • Sejmi in prodajne razstave 	<ul style="list-style-type: none"> • Katalogi • Neposredna pošta • Trženje po telefonu • Elektronska prodaja • Televizijska prodaja

VIR: Kotler,1996,597, povz. Devetak, Vukovič, 2002,160

Merjenje zadovoljstva kupcev

Graf 1 prikazuje merjenje zadovoljstva kupcev v celjski regiji.



Slika 7: Merjenje zadovoljstva kupcev v celjski regiji.

Vir: Statistična obdelava: statistični programski paket SPSS for Windows (S. M., 2008)

Rezultati kažejo, da večina podjetij v celjski regiji meri zadovoljstvo kupcev.

Primeri iz knjig

Prehod iz »produktno usmerjenega« načina poslovanja v »k stranki usmerjenemu« načinu nikakor ni enostaven. Zaposleni in vodstvo se v delovnih okoljih po navadi pogovarjajo o rezultatu svojega dela. Pogovarjajo se o njegovi funkcionalnosti, rabi, srčnosti. Lahko rečemo, da je večina emocionalno vezanih na produkt, ki ga izdelujejo (npr. avto, posoda, obleka, omara, lokomotiva, oglas, predavanje, knjiga ipd.). Kar naenkrat pa za tržno uspešnost ni več najpomembnejše, kaj si zaposleni in vodstvo mislijo o produktu ali storitvi. Pomembno postane, kaj si o njem misli stranka. Ali za produkt obstaja trg. Vse vidnejšo vlogo za tržni uspeh predstavlja pričakovana, ponovljiva, zagotovljena kakovost. Ta razvija pripadnost pri strankah in s tem potrebno stabilnost za dolgoročno poslovanje. Pomembno postaja, kdo naš produkt opazi, ceni in ga je pripravljen plačati (Bulc V., 2001)

Učno gradivo naj praviloma izhaja iz delovnih procesov in postopkov (ne iz znanstvene sistematike discipline). Poudarek je na uporabi znanja, zato mora biti gradivo osmišljeno – dijak naj vidi povezavo med učno snovjo in reševanjem problemov v realnem poslovnem življenju³ (Škapin D., 2008).

Uporaba predstavitvenega orodja Microsoft power point

Predstavitveno orodje, ki omogoča izdelavo predstavitev v obliki elektronskih prosojnic, ki jih lahko projeciramo na platno, lahko jih predstavimo na spletu ali pa jih natisnemo na tiskan medij. Projekcija je sestavljena iz različnih diapozitivov, ki si sledijo v logičnem zaporedju in sestavljajo zaključeno zgodbo.

Pri uporabi tega orodja sledimo naslednjim, že predstavljenim, navodilom:

Naslovna prosojnica

- Naslovni diapozitiv oblikujemo kakor prvo stran učbenika. Izbiramo enostavne predloge z ozadjem na katerem tekst pride do izraza. Uporabimo enako ozadje za celotno predstavitev.

Druge in ostale prosojnice

- Upoštevamo že podana navodila o zgradbi učnih gradiv.
- Vsebino gradiva strukturiramo.
- Na prosojnici navedemo štiri do pet točk. Če je na prosojnici preveč informacij, je prosojnica nepregledna. Slušatelji bodo porabili preveč časa za branje sestavka, namesto da bi poslušali.
- Na eni prosojnici najdemo eno ključno informacijo.
- Ne uporabljamo motečih animacij in ne preveč animacij
- Uporabljamo ključne besede, izogibamo se leporečju. Za pomembne dele besedila uporabimo večjo pisavo. Najboljši je temen tekst na svetlem ozadju.
- Teksta ne postavljamo v sredino prosojnice.
- Predstavitev vsebuje 10 – 12 prosojnic.
- Potrebno je pripraviti 'Navodila za uporabo' s celotnim tekstom, da uporabniki lažje razumejo namen prosojnic.
- Pripravimo jedrnat zaključek.

³ Opomnik za avtorje učnih gradiv

7. NAVAJANJE LITERATURE V GRADIVU

Pri uporabi virov moramo biti pozorni na njihovo aktualnost in zanesljivost. Vse vire je potrebno sproti beležiti, da jih lahko kasneje v gradivu navedemo. Pri navajanju virov je potrebno navajati mednarodne standarde za navajanje virov (ISO 69) (Škapin D., 2009).

VIRI

Bulc V., 2006. Ritmi poslovne evolucije
<http://www.ritmiposlovneevolucije.si/index.php>

Devetak G. in Vukovič G., (2002). Trženje izobraževalnih storitev. Kranj. Moderna organizacija.

Krašovec Pogorelčnik, 2008. Vloga vizualne komunikacije
http://www.izvirznanja.si/index.php?category_id=5&pub_id=244

Lipičnik B., 2001. Učenje hitrejše od izobraževanja. Kranj. Organizacija, 34 (2001), 6; str. 338 - 340.

Požarnik Marentič, B., 2000: Psihologija učenja in poučevanja. DZS.

Škapin D., 2009. Opomnik za avtorje učnih gradiv.
http://www.izvirznanja.si/izvirznanja/datoteke/5001_Opomnik%20za%20avtorje%20u%20cnih%20gradiv.pdf