



WSPÓŁPRACA Z POKOLENIAMI

*CENTRUM KSZTAŁCENIA ZDALNEGO
I ANALIZ EFEKTÓW EDUKACYJNYCH*

AGENDA

- CO KSZTAŁTOWAŁO KULTURĘ RÓŻNYCH POKOLEŃ?
- POKOLENIA
- CECHY POKOLENIOWE
- POKOLENIA W PRACY
- KOMUNIKACJA ZAWODOWA
- JAKICH MEDIÓW UŻYWAJĄ POKOLENIA?
- WSKAZÓWKI DLA NAUCZYCIELI WE WSPÓŁPRACY ZE STUDENTAMI Z POKOLENIA Z



CO KSZTAŁTOWAŁO KULTURĘ RÓŻNYCH POKOLEŃ?

STYLE
POZNAWCZE

POPKULTURA

PRAWO

WYDARZENIA
HISTORYCZNE

STYLE
EDUKACYJNE

MEDIA

KULTURA
I RELIGIA

POLITYKA

POKOLENIA

GENERACJA ALFA
URODZENI PO 2010 ROKU

GENERACJA Z
URODZENI W LATACH 1990 - 2009

GENERACJA Y
URODZENI W LATACH 1980 -1989

GENERACJA X
URODZENI W LATACH 1965 -1979

BABY BOOMERS
URODZENI W LATACH 1946 -1964

CECHY POKOLENIOWE BABY BOOMERS (1946-1964)

- POWOJENNE POKOLENIE WYŻU DEMOGRAFICZNEGO
- CO TRZECIA OSOBA Z TEGO POKOLENIA PRACUJE W SEKTORZE PUBLICZNYM
- CO SZÓSTA DOKONUJE SAMODZIELNIE ZAKUPÓW W ŚWIECIE ONLINE
- RZADKO ZMIENIAJĄ PRACĘ I STANOWISKO
- CHCĄ PRACOWAĆ PO OSIĄGNIĘCIU WIEKU EMERYTALNEGO
- WOLĄ MIEĆ WŁASNE, NIŻ WYNAJMOWAĆ LUB WSPÓŁUŻYWAĆ
- SILNY ETOS PRACY I ROLA POWINNOŚCI
- DEFINIUJĄ SIĘ POPRZEZ SWOJĄ PRACĘ
- SĄ OPTYMISTAMI
- SĄ SAMOWYSTARCZALNI
- UTOŹSAMIAJĄ AUTORYTET Z DOŚWIADCZENIEM



CECHY POKOLENIOWE GENERACJA X (1965-1979)



- SYNOWIE I CÓRKI BABY BOOMERSÓW
- DWUKROTNIE WIĘCEJ OSÓB Z WYŻSZYM WYKSZTAŁCENIEM, NIŻ W POKOLENIU BABY BOOMERS
- CENIĄ SOBIE PRZYNALEŻNOŚĆ DO RÓŻNEGO RODZAJU WSPÓLNOT I CHĘTNIE BIORĄ UDZIAŁ W DZIAŁANIACH OBYWATELSKICH
- SĄ PRZYWIĄZANI DO TRADYCJI
- CZUJĄ SIĘ ZAGUBIENI, NIE WIEDZĄ DOKĄD ZMIERZAĆ
- SZUKAJĄ ODPOWIEDZI NA TRUDNE PYTANIA I SENS WŁASNEGO ŻYCIA
- CENIĄ TRADYCYJNE KONTAKTY MIĘDZYLUDZKIE, WOLĄ KOMUNIKOWAĆ SIĘ TWARZĄ W TWARZ
- WIERZĄ W AUTORYTETY I LICZĄ SIĘ Z TYM, JAK WIDZĄ ICH INNI
- SĄ AMBITNI I SKONCENTROWANI NA KARIERZE
- DAŻĄ DO OSIĄGNIĘCIA WYSOKIEGO STATUSU SPOŁECZNEGO
- W INTERNECIE SZUKAJĄ PRZEDE WSZYSTKIM TREŚCI PORADNIKOWYCH I INSTRUKTAŻOWYCH ORAZ RECENZJI PRODUKTÓW
- MAJĄ OSTROŻNY STOSUNEK DO MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH — SĄ NA NICH OBECNI, ALE MOGĄ SIĘ BEZ NICH OBYĆ
- WOLĄ SAMODZIELNIE ROZWIĄZYWAĆ PROBLEMY
- CZĘSTO BRALI ŚLUB W MŁODYM WIEKU I SZYBKO SIĘ USAMODZIELNIALI
- STARAJĄ SIĘ BYĆ DOBRYMI OBYWATELAMI

CECHY POKOLENIOWE GENRACJA Y (1980-1989)

- PIERWSZE POKOLENIE TZW. "MILLENIALSÓW"
- NAJLEPIEJ WYKSZTAŁCONA GENERACJA
- CO DRUGA OSOBA LEGITYMUJE SIĘ DYPLOMEM WYŻSZEJ UCZELNI
- NAJWYŻSZY ODSETEK OSÓB Z TYTUŁEM DOKTORA
- 48% ZNA JĘZYKI OBCE
- AKTYWNI I W KAŻDEJ DZIEDZINIE ŻYCIA KORZYSTAJĄ Z TECHNOLOGII I MEDIÓW CYFROWYCH
- ŻYJĄ W „GLOBALNEJ WIOSCE”, DZIĘKI DOSTĘPOWI DO INTERNETU MAJĄ ZNAJOMOŚCI NA CAŁYM ŚWIECIE
- CECHUJE ICH DUŻA PEWNOŚĆ SIEBIE
- CZĘSTO DŁUŻEJ MIESZKAJĄ RAZEM Z RODZICAMI, OPÓŹNIAJĄC PRZEJŚCIE W DOROSŁOŚĆ
- WAŻNIEJSZE STAJĄ SIĘ DLA NICH JAKOŚĆ ŻYCIA I DOŚWIADCZENIA ŻYCIOWE NIŻ POSIADANIE
- LUDZIE POKOLENIA Y NIE PAMIĘTAJĄ CZASÓW PRL
- CECHUJĄ ICH: WYSOKIE MNIEMANIE O SWOICH UMIEJĘTNOŚCIACH, PRZEKONANIE O WŁASNEJ WYJĄTKOWOŚCI, NADMIERNE OCZEKIWANIA ORAZ SILNA AWERSJA WOBEC KRYTYKI
- NIE SZUKAJĄ AUTORYTETÓW, ŻYJĄC W PRZEKONANIU, ŻE „WSZYSTKO JEST W ICH RĘKACH” I NIKT NIE MOŻE IM NIC NARZUCIĆ
- CZĘSTO SĄ ZBYT PEWNI SIEBIE I NICIERPLIWI, MUSZĄ SIĘ DOPIERO UCZYĆ ODPOWIEDZIALNOŚCI ZA SWOJE CZYNY



CECHY POKOLENIOWE GENERACJA Z (1990-2009)



- INACZEJ: POKOLENIE C OD CONNECT, COMMUNICATE, CHANGE
- DRUGIE POKOLENIE TZW. "MILLENNIALSÓW"
- GENERACJA "MULTITASKING"
- SĄ OTWARCI I BEZPOŚREDNI
- ŻYCIE WIRTUALNE JEST ICH DRUGIM ŚWIATEM
- NIEMAL NIE PAMIĘTAJĄ CZASÓW SPRZED ERY INTERNETU
- NAJWAŻNIEJSZE JEST DLA NICH BUDOWANIE RELACJI SPOŁECZNYCH
- NIE BOJĄ SIĘ PODRÓŻOWAĆ I POZNAWAĆ NOWYCH LUDZI
- BYĆ WAŻNIEJSZE OD MIEĆ
- MAJĄ WIELKIE PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ
- SĄ PRZEDSIĘBIORCZY
- WIEDZĘ CZERPIĄ Z INTERNETU, NASTAWIENI SĄ NA SZYBKIE WYSZUKIWANIE INFORMACJI
- SĄ CHĘTNI DO DZIELENIA SIĘ WIEDZĄ W INTERNECIE
- MAJĄ OGROMNĄ POTRZEBĘ KONTAKTU Z RÓWIEŚNIKAMI
- DOBRZE ZNAJĄ ZAGROŻENIA CZYHAJĄCE W INTERNECIE
- WAŻNE JEST DLA NICH DZIELENIE SIĘ INFORMACJAMI POPRZECZ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

POKOLENIE BABY BOOMERS W PRACY - PRACUJĄ, ABY PRZETRWAĆ



MOCNE STRONY

- ZAANGAŻOWANIE
- LOJALNOŚĆ
- DOŚWIADCZENIE
- PRACA ZESPOŁOWA
- PRZYWIĄZANIE DO ZASAD
- ŁATWO ADAPTUJĄ SIĘ DO ZASAD I REGUŁ PANUJĄCYCH W ORGANIZACJI
- PRACOWITOŚĆ
- PRZYWIĄZANIE DO MIEJSCA PRACY
- OBOWIĄZKOWOŚĆ
- WSPÓLNE DĄŻENIE DO CELU
- ZDYSCYPLINOWANIE
- CIERPLIWI
- ZDOLNI DO POŚWIĘCEŃ
- SUMIENNE WYKONYWANIE SWOICH OBOWIĄZKÓW
- POTRAFIĄ ROZWIĄZYWAĆ KONFLIKTY

SŁABE STRONY

- SŁABO ADAPTUJĄ SIĘ DO ZMIAN, NIE LUBIĄ ZMIAN
- BRAK POTRZEBY ROZWOJU I DOSKONALENIA SIĘ
- WOLĄ BYĆ PRZECIĘTNI NIŻ SIĘ WYRÓŻNIAĆ
- BRAK OTWARTOŚCI NA INFORMACJĘ ZWROTNĄ
- BEZPOŚREDNIOŚĆ W KOMUNIKACJI
- BRAK POTRZEBY INTREGRACJI Z ZESPOŁEM/SZEFEM
- NISKI POZIOM KREATYWNOŚCI
- SŁABA ZNAJOMOŚĆ NOWYCH TECHNOLOGII
- POSTĘPUJĄ SCHEMATYCZNIE
- UZALEŻNIENI OD OBOWIĄZKÓW RODZINNYCH
- CZĘSTO POPADAJĄ W NIEZDROWY PRACOHOLIZM
- CZASAMI MAJĄ POSTAWĘ ROSZCZENIOWĄ
- ZAZDROŚĆ I PODEJRZLIWOŚĆ W STOSUNKU DO WSPÓŁPRACOWNIKÓW

POKOLENIE X W PRACY - ŻYJĄ, ABY PRACOWAĆ



MOCNE STRONY

- LOJALNOŚĆ WOBEC PRACODAWCY
- BEZONFLIKTOWI
- DUŻA WIEDZA
- IDENTYFIKACJA Z PRACODAWCĄ
- PRACOWITOŚĆ
- ZAANGAŻOWANIE
- DOBRA ORGANIZACJA CZASU PRACY
- DYSPOZYCYJNOŚĆ
- SĄ SKŁONNI PRACOWAĆ PO GODZINACH
- PRZYWIĄZANIE DO MIEJSCA PRACY
- SAMODZIELNOŚĆ
- UKIERUNKOWANI NA CEL
- PROFESJONALIZM I FACHOWE PODEJŚCIE DO TEMATÓW ZAWODOWYCH

SŁABE STRONY

- PORAŹKI ODBIERAJĄ OSOBIŚCIE
- NIEUFNOŚĆ DO PRZEŁOŻONYCH
- BRAK ZAUFANIA DO NOWOCZESNYCH ROZWIĄZAŃ
- W PRZYPADKU BRAKU BEZPIECZEŃSTWA I STABILNOŚCI ZMNIJSZA SIĘ U NICH SKUTECZNOŚĆ DZIAŁANIA I WZRASTA FRUSTRACJA
- POPDPORZĄDKOWUJĄ PRACY SWOJE ŻYCIE OSOBISTE
- NASTAWIENI SĄ GŁÓWNI NA PRACĘ INDYWIDUALNĄ
- SKUPIAJĄ SIĘ NA JEDNYM WYZNACZONYM ZADANIU
- JAKIKOLWIEK BŁĄD UZNAJĄ ZA SWOJĄ OSOBISTĄ PORAŹKĘ

POKOLENIE Y W PRACY - PRACUJĄ, ABY ŻYĆ



MOCNE STRONY

- ZNAJOMOŚĆ NOWYCH TECHNOLOGII
- ZADANIOWE PODEJŚCIE DO PRACY I WIELOZADANIOWOŚĆ
- NIEZALEŻNOŚĆ I AMBICJA
- STAWIANIE NA OSOBISTY ROZWÓJ
- NASTAWIENIE NA ZMIANY I INNOWACYJNOŚĆ
- WYSOKA SAMOOCENA
- PRECYZYJNE OKREŚLENIE SWOICH OCZEKIWAŃ
- DUŻE ZAANGAŻOWANIE W PRACĘ, ALE JEDYNNIE TĘ, KTÓRA INTERESUJE I DAJE SATYSFAKCJĘ
- DUŻE ZNACZENIE REPUTACJI FIRMY I DOBREJ ATMOSFERY W PRACY
- WORK LIFE BALANCE
- ŁATWOŚĆ W SZUKANIU I ODNAJDYWANIU INFORMACJI
- ŁATWOŚĆ NAWIĄZYWANIA RELACJI
- ORIENTACJA NA PRACĘ ZESPOŁOWĄ
- CHĘĆ ROZWOJU
- OTWARTOŚĆ W KOMUNIKACJI
- SZYBKO PRZYSTOSOWUJĄ SIĘ DO CZĘSTYCH ZMIAN NA RYNKU PRACY

SŁABE STRONY

- NIECHĘĆ DO PODPORZĄDKOWYWANIA SIĘ REGUŁOM
- POSTAWA ROSZCZENIOWA WOBEC PRACODAWCY
- POTRZEBA STAŁEJ INFORMACJI ZWROTNEJ I STYMULACJI
- TRUDNOŚCI W KONTAKTACH BEZPOŚREDNICH
- SKŁONNOŚĆ DO RYZYKA
- PROBLEMY Z PRZYJMOWANIEM KRYTYKI
- MNIEJSZA SKŁONNOŚĆ DO LOJALNOŚCI WOBEC PRACODAWCY
- WŁASNY KOMFORT I WYGODA ZAMIAST POSWIĘCANIA SIĘ DLA PRACODAWCY
- BRAK KONSEKWENCJI, UPORU I SAMODYSCYPLINY
- NIEWIELKIE UMIEJĘTNOŚCI SAMODZIELNEGO PODEJMOWANIA DECYZJI
- NIEREALISTYCZNE OCZEKIWANIA
- BRAK CIERPLIWOŚCI
- NISKA ETYKA PRACY
- SŁABE UMIEJĘTNOŚCI INTERPERSONALNE SZCZEGÓLNIE W ZESPOŁACH ZRÓŻNICOWANYCH WIEKOWO
- TRUDNOŚCI W ROZWIĄZYWANIU CODZIENNYCH KONFLIKTÓW
- CZĘSTO ZMIENIAJĄ PRACĘ
- WYSOKIE WYMAGANIA FINANSOWE WGLĘDEM PRACODAWCY

POKOLENIE Z W PRACY – PRACA "POWINNA BYĆ MOJĄ PASJĄ"



MOCNE STRONY

- SZYBKA ADAPTACJA DO ZMIAN
- ZNAJDOWANIE I WYSZUKIWANIE INFORMACJI
- UMIEJĘTNOŚĆ PREZENTACJI SWOICH KOMPETENCJI
- WIELOZADANIOWOŚĆ
- TWÓRCZOŚĆ, KREATYWNOŚĆ
- OTWARTOŚĆ NA ZMIANY
- NIEZALEŻNOŚĆ
- CHĘĆ ROZWOJU
- DOBRZE ROZWIĄZUJĄ CZĘSTE PROBLEMY
- MOBILNI, SKŁONNI DO PRZEPROWADZEK I ZMIAN PRACY

SŁABE STRONY

- POSTAWA ROSZCZENIOWA
- MAŁO POKORNI
- NIEUMIEJĘTNOŚĆ SKUPIENIA SIĘ NA JEDNEJ RZECZY
- MAŁE PRZYWIĄZANIE I LOJALNOŚĆ WOBEC PRACODAWCY
- WYSOKIE WYMAGANIA FINANSOWE
- OCZEKUJĄ PROWADZENIA "ZA RĘKĘ"
- SŁABIEJ RADZĄ SOBIE Z NIESTANDARDOWYMI PROBLEMAMI
- MOGĄ SZYBKO PORZUCIĆ PRACODAWCĘ BEZ PRÓBY ZMIANY TEGO, CO IM SIĘ NIE PODOBA, ŁATWO I SZYBKO DOKONUJĄ OCENY, ALE OCENY SĄ CZĘSTO POWIERZCHOWNE
- MAJĄ PROBLEM Z KOMUNIKACJĄ TWARZĄ W TWARZ

KOMUNIKACJA ZAWODOWA

	BB	X	Y	Z
KOMUNIKACJA BEZPOŚREDNIA	☆☆☆	☆☆☆	☆☆	☆
WYSOKOKONTEKSTOWOŚĆ	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆
CHĘĆ DO KOMUNIKACJI ON-LINE	☆	☆☆	☆☆☆	☆☆☆☆☆
KOMUNIKACJA NIEWERBALNA	☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆	☆
BLISKOŚĆ	☆☆☆☆	☆☆☆	☆☆	☆
MIMIKA I GESTYKULACJA	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆	☆☆☆	☆
ASERTYWNOŚĆ	☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆

KOMUNIKACJA ZAWODOWA Z BABY BOOMERS



- LUBIĄ MIEĆ WYBÓR CO DO METODY WYKONANIA ZADANIA I MOŻLIWOŚĆ DOSTOSOWANIA SPOSOBU WYKONANIA ZADANIA DO SWOICH MOŻLIWOŚCI I ZDOLNOŚCI
- BRAK OTWARTOŚCI NA INFORMACJĘ ZWROTNĄ
- BEZPOŚREDNIOŚĆ W KOMUNIKACJI
- NIE ZNOSZĄ NIEJASNOŚCI CO DO ZADANIA (CO?) I TERMINU (KIEDY? NA KIEDY?)
- POSZUKUJĄ PUBLICZNEGO SŁOWNEGO UZNANIA DLA NICH I DLA ZESPOŁU
- BRAK WIADOMOŚCI TO DOBRA WIADOMOŚĆ
- NIE CHCĄ ROZPRASZANIA DROBNYMI FAKTAMI
- FEEDBACK (Z TAKTEM) DAJE IM KONTROLĘ
- BEZ FEEDBACKU MOGĄ NADINTERPRETOWAĆ ZACHOWANIA MENEDŻERA
- CHCĄ MIEĆ POCZUCIE BYCIA POTRZEBNYM
- PREFEROWANY SPOSÓB KOMUNIKACJI: TWARZĄ-W-TWARZ, POŁĄCZENIE GŁOSOWE, EWENTUALNIE E-MAIL
- JĘZYK KOMUNIKACJI: PRECYZYJNY I KONKRETNY, WOLNY OD MANIPULACJI I NADMIERNEJ KONTROLI, PODKREŚLANIE PRZYNALEŻNOŚCI DO ORGANIZACJI



KOMUNIKACJA ZAWODOWA Z POKOLENIE X

- JASNY PRZEKAZ BUDOWANY OD GÓRY DO DOŁU
- CO? I NA KIEDY?
- NA KIEDY JEST WCIĄŻ WAŻNIEJSZE NIŻ PO CO? I DLACZEGO?
- FEEDBACK MUSI ZAWIERAĆ INFORMACJĘ O TYM JAK ICH DZIAŁANIA MIESZCZĄ SIĘ W ROZWOJU FIRMY
- POTRZEBUJĄ SŁOWNEGO DOCENIANIA WPROST
- PIERWSZE POKOLENIE, KTÓRE POTRAFI ZAPYTAĆ O FEEDBACK
- POZBAWIENI BUDUJĄCEGO FEEDBACKU ZACZNĄ SZUKAĆ DOCENIANIA GDZIE INDEJ
- PREFEROWANY SPOSÓB KOMUNIKACJI: TEKSTOWY, E-MAILE, EWENTUALNIE POŁĄCZENIA GŁOSOWE
- JĘZYK KOMUNIKACJI: KRÓTKIE I TREŚCIWE WIADOMOŚCI; BEZPOŚREDNI, KONKRETNY, NIEFORMALNY, UNIKANIE „MODNYCH” ZWROTÓW, SLANGU I ŻARGONU, PODKREŚLANIE WAŻNOŚCI ICH KOMPETENCJI
- ODPOWIEDNI FEEDBACK: NATYCHMIASTOWY, KONSTRUKTYWNY

KOMUNIKACJA ZAWODOWA Z POKOLENIEM Y

- PRZEKAZ HORYZONTALNY (PRZEKAŻ TAK, JAK DOSTAŁEŚ)
- CO? I KIEDY?/ NA KIEDY? JEST JUŻ TYLKO NIEZNACZNIE WAŻNIEJSZE NIŻ PO CO? I DLACZEGO?
- WYMAGAJĄ POZYTYWNEGO WZMOCNIENIA
- WYMAGAJĄ POTWIERDZENIA SWOJEJ ISTOTNOŚCI DLA FIRMY I DLA ZESPOŁU
- CHCĄ OTRZYMYWAĆ FEEDBACK I GO DAWAĆ
- BRAK KOREKTY TO APROBATA
- MOGĄ WYMAGAĆ TRENINGU UDZIELANIA BUDUJĄCEGO FEEDBACKU
- PREFEROWANY SPOSÓB KOMUNIKACJI: TEKSTOWY, MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE, APLIKACJE MOBILNE, TWARZĄ-W-TWARZ W WAŻNYCH SPRAWACH
- JĘZYK KOMUNIKACJI: POZYTYWNY, MOTYWUJĄCY, INSPIRUJĄCY, ŻARTOBLIWY, LUDZKI; OKAZYWANIE SZACUNKU, PARTNERSKI STYL
- ODPOWIEDNI FEEDBACK: NATYCHMIASTOWY, BARDZO CZĘSTY
- FEEDBACK JEST NATURALNY



KOMUNIKACJA ZAWODOWA Z POKOLENIE Z



- PRZEKAZ HORYZONTALNY (PRZEKAŻ TAK, JAK DOSTAŁEŚ) I UZUPEŁNIJ INSTRUKCJĄ (SZACUNEK + POMOC)
- CO? I KIEDY?, NA KIEDY JEST RÓWNIIE WAŻNE JAK DLACZEGO? I PO CO?
- 40% POKOLENIA Z CHCE CODZIENNEGO FEEDBACKU
- 66% POKOLENIA Z POTRAFI PODJĄĆ DECYZJĘ O ODEJŚCIU JEŻELI W CIĄGU MIESIĄCA NIE OTRZYMAŁO FEEDBACKU
- FEEDBACK MA BYĆ CZĘSTY, ALE KRÓTKI TREŚCIWY I ADEKWATNY
- PREFEROWANY SPOSÓB KOMUNIKACJI: MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE, APLIKACJE MOBILNE, POŁĄCZENIA WIDEO, SZYBKI KONTAKT
- JĘZYK KOMUNIKACJI: ZWIĘZŁY, PRZEJRZYSTY, POZWALAJĄCY SZYBKO ZROZUMIEĆ OGÓLNY SENS WYPOWIEDZI, MULTIMEDIALNY – ISTOTNĄ ROLĘ ODGRYWA OBRAZ
- NAJBARDZIEJ NAGRADZAJĄCE: UZNANIE, ZACHĘCANIE DO DALSZEGO ROZWOJU, WYSOKIE WYNAGRODZENIE
- ODPOWIEDNI FEEDBACK: SZYBKI, KONSTRUKTYWNY

HIERARCHIA WAŻNOŚCI MEDIÓW

1				
2				
3				
4				
	BB	X	Y	Z

PR

JAKICH MEDIÓW UŻYWAJĄ
POSZCZEGÓLNE
POKOLENIA?

WSKAZÓWKI DLA NAUCZYCIELI WE WSPÓŁPRACY ZE STUDENTAMI Z POKOLENIA Z



- **KORZYSTAJ Z MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH:**

POKOLENIE Z JEST AKTYWNE NA PLATFORMACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH, WIĘC WARTO TWORZYĆ GRUPY LUB STRONY INTERNETOWE Z ZASOBAMI DO NAUKI I DYSKUSJI

- **KRÓTKA FORMA KOMUNIKACJI:**

W KOMUNIKACJI PISEMNEJ, TAKIEJ JAK E-MAILE CZY WIADOMOŚCI, STARAJ SIĘ BYĆ ZWIĘZŁY I PRECYZYJNY. UNIKAJ ROZWLEKŁYCH KOMUNIKATÓW

- **ZROZUMIENIE TECHNOLOGII:**

POKOLENIE Z JEST ZAZWYCZAJ BARDZO BIEGŁE W OBSZARZE TECHNOLOGII. WYKORZYSTAJ NARZĘDZIA EDUKACYJNE ON-LINE I NOWOCZESNE TECHNOLOGIE DO PROWADZENIA ZAJĘĆ

- **WSPÓŁPRACA W GRUPACH:**

CZĘSTO PREFERUJĄ PRACĘ W ZESPOŁACH I PROJEKTACH. ZACHĘCAJ DO WSPÓLNEGO ROZWIĄZYWANIA PROBLEMÓW I WYMIANY POMYSŁÓW

- **DOSTOSOWANA DO NICH TREŚĆ:**

STARAJ SIĘ DOSTOSOWAĆ MATERIAŁY EDUKACYJNE I PRZYKŁADY DO RZECZYWISTYCH PROBLEMÓW I SYTUACJI, KTÓRE MOGĄ ICH ZAINTERESOWAĆ

NASZ OSTATECZNY CEL

- ZADBAJMY O WZAJEMNY MENTORING I WSPARCIE
- DBAJMY O EFEKTYWNAŁ KOMUNIKACJĘ
- CZERPAMY Z MĄDROŚCI, DOŚWIADCZEŃ, CIEKAWOŚCI I IDEI



DZIEKUJEMY ZA
UWAGĘ

CENTRUM KSZTAŁCENIA ZDALNEGO I ANALIZ EFEKTÓW EDUKACYJNYCH