

Nowoczesne instrumentarium dydaktyczne

*Szkolenie dedykowane dla kadry dydaktycznej
Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu w Szczecinie*

1) Percepcja „nowszego” pokolenia (2 godziny)

- **Charakterystyka „nowego” student – oczekiwania i potrzeby pokolenia postindustrialnego.**
- **Przyswajanie rzeczywistości – poznawanie warunkowane nowymi stylami przekazu.**
- **Myślenie analogiczne versus wiedza społeczeństwa cyfrowego – wyjaśnienie metafory, stworzenie mapy myśli dot. właściwości percepcyjnych młodych reprezentantów społeczeństwa cyfrowego.**

Moduł dotyczy tematyki sposobu postrzegania młodego pokolenia. W trakcie zajęć zostaną wykorzystane nowoczesne formy dydaktyczne w celu zwiększenia efektywności przeprowadzanych paneli dyskusyjnych, wykładów, technik tworzenia mind mapping oraz ćwiczeń podnoszących świadomość pracowników dydaktycznych na tematy szczegółowe:

- motywacje młodego pokolenia
- sposoby odbierania rzeczywistości i klucze do świadomości
- skupianie uwagi

Efekt szkolenia pozwoli osiągnąć projekt przekazu zgodnego z kanałami i kodami komunikacyjnymi młodych ludzi.

2) Współczesne media, technologie informacyjne jako źródło inspiracji dla nowego wymiaru zajęć dydaktycznych (4 godziny)

- **mechanizmy reklamy jako wzorce i klucze do percepcji w dydaktyce**
- **paralelne mechanizmy reklamy i nauczania (na przykładzie modelu AIDA)**
- **internet jako źródło wiedzy**
- **pułapki internetu**
- **fotografia i film – praca obrazem**
- **warsztat trenerski – przegląd metod**

Fenomen mechanizmu reklamy jako droga do edukacji młodzieży. Złoty środek w przekazie multimedialnym. Tworzenie projektu uczelni, w którym wiedza jest produktem reklamowym, a student jest konsumentem. W celu zwiększenia efektywności kampanii „nauki” zostanie stworzona baza instrumentarium „mediów” ułatwiających tworzenie skutecznego przekazu zapamiętywanego przez studentów.

Szkolenie na tym etapie będzie miało za zadanie wykorzystać znajome pracownikom dydaktycznym mechanizmy w świecie reklamy do implementacji nowoczesnych technologii i technik w trakcie procesu nauczania. Dzięki strukturze marketingowej procesu nauczania opartego na procesach reklamowych typu AIDA możliwe będzie wdrożenie nowoczesnych technologii, które dla wykładowców staną się pewnymi i zaufanymi narzędziami pracy. Pozwoli to zniwelować efekt oporu przed nowością.

Ponadto proces wykorzystania funkcjonujących technik na nowym gruncie pozwoli pracownikom wykorzystanie tychże technik w sposób kreatywny i wolny od utartych schematów nauczania.

Moduł ten uświadomi wykładowcom, że prezentacja multimedialna to nie tylko tekst, a filmy w internecie to nie tylko jednostronny przekaz obrazu i dźwięku.

3) Rola nowych technologii w uczeniu osób dorosłych (2 godziny)

- **proces uczenia się dorosłych, analiza procesów poznawania**
- **wartość poznawcza nowych mediów w analizie „starych” teorii**

- **praktyka w sali wykładowej – wykorzystanie internetu, filmu, obrazu i dźwięku do tworzenia nowego wymiaru zajęć**

Moduł trzeci i ostatni to synteza zdobytych do tej pory doświadczeń. Spoiwem dla posiadanej wiedzy, umiejętności i doświadczeń stanie się poznanie mechanizmu uczenia się osób dorosłych. Dzięki nowo poznany sposobom wykorzystywania nowych technologii uczestnicy projektu nauczą się dobierać zdobyte instrumentarium do grupy i charakteru zajęć skuteczniej, niż do tej pory. Proces uczenia się zostanie przypieczętowany stworzeniem projektu wspólnego wykładu opartego na nowatorskim ujęciu „starego” tematu zajęć.