



IO5 - POROČILO O TESTIRANJU



Businesses'
International
Growth

Povečanje veščin vodenja
digitalnih mednarodnih podjetij
med MSP

CODE: 2019-1-IT01-KA202-007423

www.businessesinternationalgrowth.eu



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

Podpora Evropske komisije za produkcijo te publikacije ne pomeni
odobritve vsebine, ki odraža samo stališča avtorjev, in Komisija ne
more biti odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih
vsebuje.

B.I.G.

Mednarodna rast poslovanja (Businesses' International Growth)

PROJEKT B.I.G.

POROČILO O AKTIVNOSTIH PARTNERSTVA

Ta projekt je bil financiran s podporo Evropske komisije.

Ta dokument odraža samo stališča avtorja in Evropska komisija ni odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih le-ta vsebuje.

Namen tega poročila je zbrati zaključke izvajanja projekta BIG znotraj različnih držav projektnih partnerjev.

V poročilo so vključene glavne naloge, ki jih izvaja partnerstvo, prispevek k intelektualnim rezultatom projekta in rezultate, pridobljene s testiranjem izobraževalnih virov, razvitih v različnih fazah projekta.

IO1 - PROGRAM USPOSABLJANJA ZA RAZVOJ DIGITALNIH IN MEDNARODNIH POSLOVNIH VEŠČIN

Partnerji iz različnih držav so koordinirali prizadevanja za izvedbo nalog, predvidenih v prvem intelektualnem rezultatu in ustrezno razporedili sredstva.

V vsaki partnerski državi smo izvedli **analizo sekundarnih virov** in **fokusne skupine**, ki so obravnavale ciljne skupine projekta BIG. Vsaka država je določila svojo strategijo. Medtem, ko so se nekatere odločile združiti moči za enotne posvetovalne procese z vsemi ciljnimi skupinami, so se druge države odločile nagovoriti različne ciljne skupine z individualiziranimi fokusnimi skupinami in intervjuji.

Kot rezultat fokusnih skupin so bili partnerji v vseh državah sposobni opredeliti program usposabljanja projekta BIG. Da bi to dosegli na usklajen način, so se partnerji odločili, da vsak vodil enega ali dva modula glede na svoje strokovno znanje na tem področju.

Glavne dejavnosti, ki jih je izvajalo partnerstvo, povezane s prvim intelektualnim rezultatom projekta, so bile torej:

1.- Organizacija strukturiranih fokusnih skupin (2) in analiza dokumentov za prispevek k načrtovanju usposabljanja v vsaki državi. Kot zaključek te prve dejavnosti so partnerji v vsaki državi nosilcu projekta izročili izčrpno poročilo.

2.- Opredelitev programa usposabljanja, vodenje in priprava enega ali dveh modulov na vsakega partnerja iz različne države in prispevanje k modulom, ki se vodijo v drugih državah. Te naloge so vključevale raziskave, načrtovanje usposabljanja in tehnično delo za obdelavo predlog, oblikovanje postavitve in prilagajanje zaključkov analiz sekundarnih virov in fokusnih skupin.

3.- Organizacijski vidiki za izbiro ciljne skupine ki bo sledila programu usposabljanja, ki ga je pripravilo partnerstvo: stiki, intervju, spremljanje napredka in povratne informacije nosilcu projekta.

V povprečju so vsi partnerji tej nalogi namenili dva učitelja in enega tehnika, posvetovalni proces pa je v povprečju mobiliziral približno 20 ljudi na državo. Večina teh posameznikov je bila predstavnikov podjetij in podjetnikov, ostali pa so bili predstavniki izobraževalne in kadrovske službe.

IO2 - ODPRTI IZOBRAŽEVALNI VIRI O DIGITALNI INTERNACIONALIZACIJI

Ob podpori vodje tega intelektualnega produkta so partnerji prispevali k izdelavi 13 didaktičnih enot, ki so bile jedro OIV-jev. Ta intelektualni rezultat intenziven za delo učiteljev in tehnično delo, ki je predstavljalo predvsem prevajanje.

Glavne naloge tega intelektualnega rezultata za partnerstvo so bile:

1. Priprava scenarija za različne dele OIV.
2. Obdelava vsebine za različne didaktične enote.
3. Prevod besedil različnih partnerskih jezikov v španščino za naknadno podnaslavljanje.

Večino tega dela so interno izdelali partnerji v partnerstvu po zaključkih zasnove usposabljanja.

IO3 – PREGLEDI digitalne internacionalizacije v podjetjih

V tem intelektualnem rezultatu so partnerji po navodilih vodje intelektualnega rezultata opravili naslednje naloge:

Partnerji v vsaki državi so usklajeno stopili v stik s predstavniki podjetij, da bi opravili analizo stanja v podjetju. Vsi partnerji so dosegli precejšnje število predstavnikov podjetij in dosegli kazalnik 15 na državo ali ga presegli. Ti predstavniki podjetij so bili tisti, ki so bili izbrani za sledenje metodologiji usposabljanja BIG in kateri so tudi posredovali povratne informacije v skladu s svojimi izkušnjami.

Strategija partnerjev v različnih državah je bila prilagojena potrebam. V nekaterih primerih so partnerji znotraj iste države združili prizadevanja za novačenje podjetij. V drugih primerih so partnerji znotraj iste države segmentirali ciljno skupino, kjer se je vsak partner osredotočil na določeno skupino.

Na splošno se je v vseh državah partnerjem z zmanjšanim številom udeležencev uspelo dogovoriti za bolj specifičen posvetovalni proces v obliki intervjujev. Anketiranih je bilo od 3 do 5 udeležencev iz vsake države po metodologiji, dogovorjeni znotraj partnerstva, zato, da bi se bolje profilirali nekateri odgovori, ki so bili zbrani v vprašalnikih za pregled poslovanja znotraj podjetij.

Veliko truda je bilo vloženega v prispevanje k skupnemu poročilu o rezultatih tega posvetovalnega procesa z uporabniki razvitih OIV znotraj BIG projekta. Partnerji v vsaki državi so posebej izdelali Excel tabelo z rezultati, pridobljenimi z intervjuji, v skladu z indikatorji, ki jih je določilo partnerstvo. Ti rezultati so del posebnega poročila.

Pregledi so bili tesno povezani z naslednjim korakom projekta: izobraževalnimi skeči v obliki scenarijev (Sketch-coms). To je od partnerjev v vseh državah zahtevalo močan trud, s čimer so nekatere študente ali zaposlene iz podjetij vključili v terensko filmsko izobraževanje in produkcijo teh izobraževalnih skečev.

IO4 – Izobraževalni skeči

Na splošno je ta intelektualni rezultat zahteval dodaten napor od predhodno načrtovanega. V večini držav študentje iz podjetij niso bili pripravljeni nastopati v živo v skečih, čeprav so radi prispevali z idejami in postavitevijo zgodbe teh skečev.

Kljub temu je vsem partnerjem uspelo izvesti posebne skeče (po enega na državo) s prispevkom zaposlenih ali študentov iz podjetij bodisi pri zasnovi zapleta, pri njegovi produkciji ali kot improvizirani igralci/igralke.

Zahtevne so bile tudi tehnične naloge, da bi dosegli ustrezno raven kakovosti izdelave skečev. Zahtevali so postprodukcijo za skladnost med skeči v vseh državah. Pristop do produciranja skečev je bil v vseh državah drugačen, kar je zagotovilo privlačno raznolikost rešitev pri izvajanju strategije usposabljanja BIG.

Na splošno je bilo število študentov ali zaposlenih iz vključenih podjetij na državo 2 ali 3. Pomagali so jim projektni partnerji, kar se je izkazalo za koristno tudi pri prebijanju ledu.

IO5 – Učno okolje

Učno okolje je zahtevalo različne pristope v skladu s projektnim procesom. Vodja tega intelektualnega rezultata je od začetka projekta v tesnem sodelovanju s promotorjem projekta prispeval k oblikovanju predlog za vire in shemo integracije za optimizacijo ustrezne vidnosti in dostopa do njih.

V skladu s težavami pri potovanju v tujino v času vrhunca pandemije COVID-a, so se partnerji odločili zaprositi za različna podaljšanja in za premestitev potnih sredstev, ki jih ni bilo mogoče porabiti. Predlagano je bilo, da se TV-oddaja uporabi kot sredstvo integracije vseh virov, ustvarjenih v okviru projekta in da se dostop do nje gosti prek posebne namenske spletne strani na spletni strani promotorja (www.marche.camcom.it).

Za popestritev televizijske oddaje je bilo partnerstvu predlagano, da izvedejo dodatne intervjuje s sredstvi neporabljenih potnih stroškov.

Pristop partnerjev k tem intervjujem je bil od države do države drugačen. V nekaterih primerih so ga utemeljili na raziskavah mnenj o tistih vidikih mednarodnega digitalnega trženja, ki so bili manj obravnavani v izobraževanju BIG. V drugih primerih so posneli posebne intervjuje, v katerih so zbirali mnenja strokovnjakov s tega področja. V nekaterih primerih so bili ti strokovnjaki vključeni v različne faze projekta.

ZAKLJUČKI

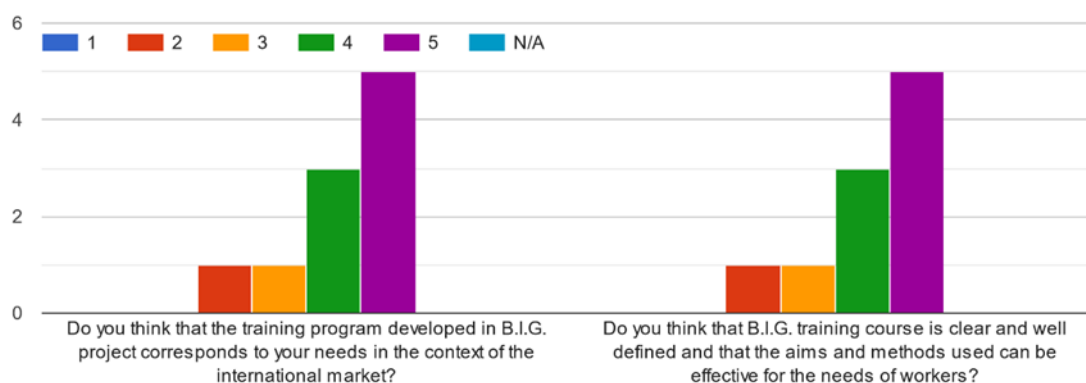
Rezultati implementacije metodologije BIG so se izkazali za zelo uspešne za partnerstvo in vključene deležnike.

Filmsko izobraževanje je predstavljalo navdih za oblikovanje drugih prihodnjih aplikacij, povezanih s potrebami sodelujočih podjetij.

Proces posvetovanja je pomenil tudi vzpostavitev tesnejših vezi med partnerji, sodelujočimi podjetji in drugimi ekipami.

Kot zaključno nalogo tega intelektualnega rezultata je vodja pripravil ocenjevalni obrazec, o katerem so razpravljali s partnerstvom in kateri je bil odprt za različne deležnike, ki sodelujejo v različnih fazah projekta BIG. Ta obrazec so prostovoljno izpolnili zunanji udeleženci projekta, ki pripadajo vključenim podjetjem. Rezultati so predstavljeni v naslednjih diagramih. Vprašalnik je izpolnilo 10 udeležencev v 5 sodelujočih državah.

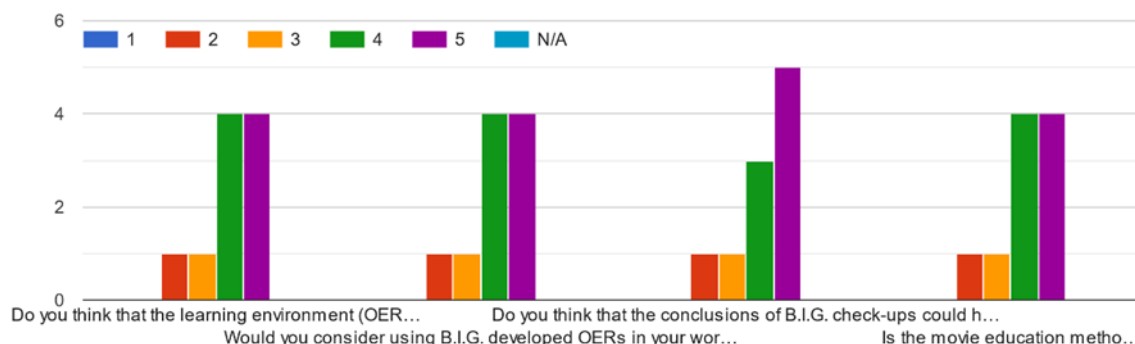
B.I.G. TRAINING AIMS



Slika 1. Cilji usposabljanja po ocenah zunanjih udeležencev

Ocene zunanjih udeležencev kažejo, da so cilji usposabljanja BIG v veliki meri ali v celoti ustrezali potrebam 80 % udeležencev. Enak odstotek zunanjih udeležencev navaja, da je program usposabljanja jasen in dobro opredeljen.

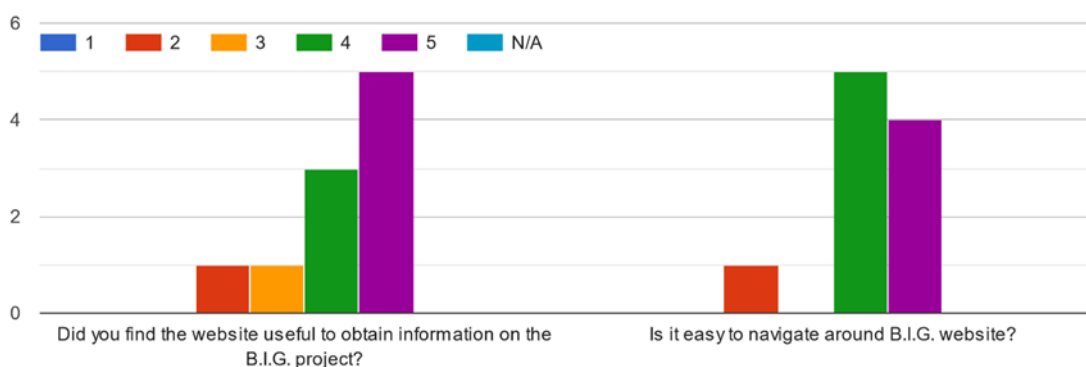
B.I.G. OERs and Movie Education



Slika 2. OIV in metode usposabljanja po oceni zunanjih udeležencev

Zunanji udeleženci imajo prav tako zelo pozitivno mnenje o kakovosti in uporabnosti OIV in metode filmskega izobraževanja. Najvišje ocenjen kazalnik je tisti, ki je povezan z ustreznimi usmeritvami, ki jih ponuja BIG pregled poslovanja znotraj podjetij in deluje kot orodje za vzpostavitev strategije podjetja za mednarodni digitalni marketing.

B.I.G. WEBSITE (<https://www.businessesinternationalgrowth.eu>)

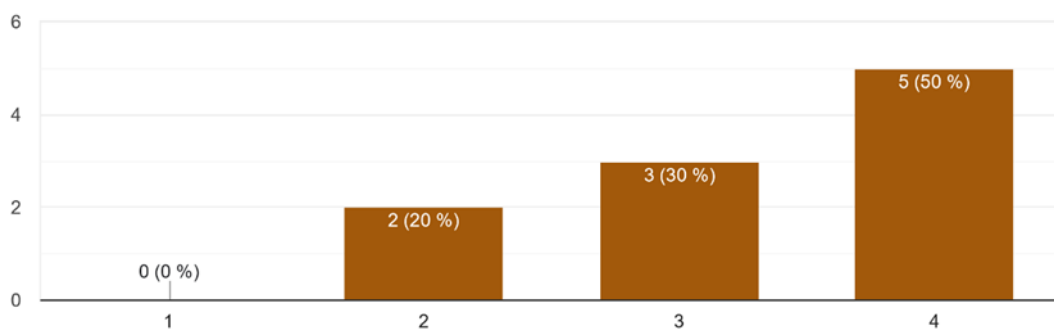


Slika 3. Spletna stran BIG po oceni zunanjih udeležencev

Zelo pozitivno je tudi mnenje zunanjih udeležencev na spletni strani BIG. Kvalitativni indikatorji merijo, v kolikšni meri je koristno pridobiti relevantne informacije o projektu in kako enostavno je krmarjenje po spletni strani. Več kot 80 % udeležencev je podalo visoke ocene.

GENERAL OPINION OF B.I.G. PROJECT

10 respuestas



Slika 4. Splošno mnenje o projektu BIG po oceni zunanjih udeležencev

Nenazadnje in v skladu z ostalimi mnenji, 70 % mnenj zunanjih udeležencev projekta meni, da je projekt zelo dober ali odličen. Nihče od njih nima slabega mnenja.

Izdelal FEI v sodelovanju z ostalimi partnerji.