

“Leader of external cooperation of the vocational school (LEADext)”
No 2021-1-PL01-KA220-VET-000033019

Erasmus+
KA220-VET – Cooperation partnerships
in vocational education and training

2024



Result 05

**Bank of tests for diagnosing
the level of competence and
individualizing the learning
process of the training
participant**

**Note, the material cannot be published in the database with examples
of good practice, as it contains tests verifying the level of competence
of training participants before and after completing learning within
a given modular unit together with an answer key.**

BANK OF TESTS FOR DIAGNOSING THE LEVEL OF COMPETENCE AND INDIVIDUALIZING THE LEARNING PROCESS OF THE TRAINING PARTICIPANT

Compilation of the team:

Coordinator of the task: Federacion Empresarial Metalurgicavalenciana (Spain)

Patner: Chamber of Industry and Commerce of the Radom Region (Poland)

Patner: WIR Development and Innovation Foundation (Poland)

Patner: Jordbrugets Uddannelsescenter Aarhus (Denmark)

Patner: Action Synergy SA (Greece)

Reviewers:

Jakob Vest Arler (OKNygaard A/S, Brabrand, Denmark)

Tomasz Magnowski (Tadeusz Kościuszko Technical School Complex, Radom, Poland)

Dr Monika Mazur-Mitrowska (Mazovian Self-Governing Centre for Teacher Training, Radom Division, Poland)

Sofia Pakalidou (D Group, Athens, Greece)

Jose Manuel Puente Solaz (ESCUELAS JESUITAS TECHNIAN OF EMPLOYMENT AND TRAININGS, Valencia, Spain)

Methodological consultation:

Prof. Daniel Kukla (Jan Dlugosz University in Czestochowa, Poland)

Editorial work:

Raquel Carracedo

Linguistic proofreading:

M^a José Lladró



Federacion Empresarial Metalurgicavalenciana (Spain)

Avda. Blasco Ibañez, 127, 46022 Valencia (ESPAÑA); tel.: +34 963 719 761

e-mail: femeval@femeval.es

<https://www.femeval.es/>

TABLE OF CONTENTS

1. INTRODUCTION AND METHODOLOGY FOR CREATING A TEST BANK	6
2. TESTS BANK – ENGLISH VERSION	13
2.1. Test for a modular unit M1.U1. Acquiring external companies for cooperation and promoting vocational education.....	14
2.2. Test for a modular unit M1.U2. Creating patronage classes and organising dual education	34
2.3. Test for a modular unit M1.U3. Obtaining support from external companies in the field of equipping workshops and school laboratories.....	44
2.4. Test for a modular unit M1.U4. Involving employers in vocational exams organized by the school, providing career counseling and preparing students to enter the labor market	51
2.5. Test for a modular unit M1.U5. Training of vocational school teachers in cooperation with employers.....	60
3. BANK TESTÓW – WERSJA POLSKA	68
3.1. Test dla jednostki modułowej M1.J1. Pozyskiwanie firm zewnętrznych do współpracy i promocja kształcenia zawodowego.....	69
3.2. Test dla jednostki modułowej M1.J2. Tworzenie klas patronackich i organizacja kształcenia dualnego.....	90
3.3. Test dla jednostki modułowej M1.J3. Pozyskiwanie wsparcia od firm zewnętrznych w zakresie doposażania warsztatów i pracowni szkolnych	100
3.4. Test dla jednostki modułowej M1.J4. Angażowanie pracodawców w egzaminy zawodowe organizowane przez szkołę, realizację doradztwa zawodowego i przygotowanie uczniów do wejścia na rynek pracy	107
3.5. Test dla jednostki modułowej M1.J5. Doskonalenie nauczycieli kształcenia zawodowego we współpracy z pracodawcami.....	117
4. BANCO DE PREGUNTAS PARA – VERSIÓN EN ESPAÑOL	128
4.1. Prueba para unidad formativa M1.U1. Lograr la colaboración con empresas para la promoción de la formación profesional.	131
4.2. Prueba para una unidad modular M1.U2. Creación del mecenazgo y organización de la educación dual.....	151
4.3. Prueba de la unidad formativa M1.U3. Obtención de apoyo de empresas en para el equipamiento de los talleres	161
4.4. Prueba de la unidad formativa M1.U4. Involucrar a las empresas en los exámenes de formación profesional organizados por el centro formativo, proporcionando asesoramiento profesional y preparando al alumando para su ingreso en mercado laboral.....	168

4.5. Prueba para una unidad formativa M1.U5. Formación continua para el profesorado de formación profesional que colabora con las empresas.	178
5. ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΣΚΗΣΕΩΝ – ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ	187
5.1. Ασκήσεις για την ενότητα M1.U1. Αναζήτηση και εξεύρεση εξωτερικών εταιρειών για συνεργασία και προώθηση της επαγγελματικής εκπαίδευσης.	188
5.2. Ασκήσεις για την ενότητα M1.U2. Δημιουργία τάξεων υπό την αιγίδα χορηγών και οργάνωση διττής εκπαίδευσης	210
5.3. Ασκήσεις για την ενότητα M1.U3. Αναζήτηση και εξεύρεση υποστήριξης από εξωτερικές εταιρείες στον τομέα του εξοπλισμού εργαστηρίων και σχολικών εργαστηρίων	220
5.4. Ασκήσεις για την ενότητα μονάδα M1.U4. Εμπλοκή εργοδοτών στις επαγγελματικές εξετάσεις που διοργανώνει το σχολείο, παροχή συμβουλευτικής σταδιοδρομίας και προετοιμασία μαθητών για την είσοδο στην αγορά εργασίας....	228
5.5. Ασκήσεις για την ενότητα M1.U5. Εκπαίδευση εκπαιδευτικών επαγγελματικών σχολών σε συνεργασία με εργοδότες.	238
6. TESTBANK – DANSK VERSION	247
6.1. Test af en modulær enhed M1.U1. Indkøb af eksterne virksomheder til samarbejde og fremme af erhvervsuddannelse.....	248
6.2. Test af modulær enhed M1.U2. Oprettelse af støtteklasser og organisering af dobbeltuddannelse	268
6.3. Test for modulær enhed M1.U3. . Indhentning af støtte fra eksterne virksomheder inden for udstyr til værksteder og skolelaboratorier	278
6.4. Test for modulær enhed M1.U4. Inddragelse af arbejdsgivere i erhvervsfaglige eksaminer organiseret af skolen, gennemførelse af karrierevejledning og forberedelse af studerende til at komme ind på arbejdsmarkedet.....	285
6.5. Test for modulær enhed M1.U5. Uddannelse af erhvervsskolelærere i samarbejde med arbejdsgivere.....	294

1.

INTRODUCTION AND METHODOLOGY FOR CREATING A TEST BANK

The study presents the results of the Erasmus+ project "Leader of external cooperation of the vocational school (LEADext)" in the task of the Bank of tests for diagnosing the level of competence and individualizing the learning process of the training participant.

As part of the task, the following were developed:

- 1) Common methodology for creating a test bank (in English).

The following methodological assumptions have been taken:

- bank of tests for checking the level of leader of external cooperation of the vocational school competences is a tool which was used to assess the level of acquired knowledge, skills and social competence of the tested persons in various areas resulting from the requirements of the standard of professional competences as the result of IO1;
- the components of the tests bank are the following: a list of tests with their short descriptions, sets of tasks/questions (including the scale of assessment), method (algorithm) of calculation of the final assessment score, and table linking the test results with the relevant training modules and learning outcomes;
- the tests bank will comprise an element of ICT tool that supports the selection of appropriate training modules (individual learning path) at the stage of the candidates' recruitment for training, monitoring of trainees' professional competences development, as well as the process of confirming competences (acquired in non-formal and informal learning) and their documentation in the form of certificates;
- development of tests will be carried out in line with the preparation of training modules (as the results of IO.3), particularly during: determining the substantive scope of each test and the calculation method of the final grade which must be coherent with ECVET points.

To the development of the output, it was used the methodology of: desk research, the experts' panel. Several trainings were analysed for the tools used to verify the level of knowledge and skills of online training participants. External experts in the field of teaching and experience in the design of tools for verifying knowledge and skills, have established that:

- a set of questions verifying both knowledge and skills will be developed for each modular unit. According to Bloom's taxonomy, knowledge consists of information that is used to perform specific tasks and perform a specific function at a workplace. The skills consist

of observable, measurable competences to perform specific activities. Therefore, it was assumed that knowledge will be verified through questions focusing on the ability to remember and recall concepts, facts, terminology, procedures, methods and models, or the ability to explain and interpret the meaning of concepts, compare and infer on the basis of remembered information. However, skills will relate to the use of information, their application to solve known problems, by choosing a solution, e.g. from a closed list. In the case of verification of skills in control questions, attention will be paid to the analysis process, which requires the ability to recognize components, as well as connections and relationships between elements of some structure, which leads to inference and problem solving by providing your own answer from the list.

- It has been assumed that for each modular unit, due to its complexity, 15 to 40 questions will be developed. In the process of verifying the participant's knowledge and skills at the entrance (before starting the modular unit) and after completing the modular unit, the participant will answer 15-20 randomly selected questions about a given modular unit. Due to this approach, several participants simultaneously performing a test from a given modular unit will not be able to communicate with each other. This approach also means that by joining the test for the second time, the participant receives different sets of control questions.
 - The test uses "single-choice and "true", "false", "multiple choice" questions and tasks with a gap.
 - It has been assumed that each test will be preceded by instructions in which the training participant will be informed how to complete the test.
 - After finishing of the test, 2 variants of feedback will be developed. The first, will inform about passing the test, while the second will inform about the lack of passing and encourage the participant to get acquainted with the given training unit (entrance test) or to re-review the training materials or materials from other sources.
 - It is possible for the participant to complete the test several times. It will be recognized that the self-assessment of learning outcomes acquired in the learning process and the results of the test in conjunction with the responsibility related to the future performance of the tasks of the leader of external cooperation of the vocational school should be a sufficient argument that the participant will not deceive himself, that he has acquired the necessary competences in in this respect.
 - Obtaining 80% or more correct answers out of 15-20 questions, in the case of performing the test before starting the modular unit – passing the modular unit, and thus exemption from the obligation to learn. Aside from this, it was decided in the partnership that a message would also appear to encourage training within the given modular unit. After completing the education within a given training unit – 80% and more correct answers to 15-20 questions is the basis for passing it and allows you to continue learning in the frames of the next modular unit. Completing all tests for 5 modular units distinguished in the training program results in the issue of a leader of external cooperation of the vocational school training completion certificate, which is a pass to be issued by the institution recommended under the project environmental certificate confirming the acquisition of leader of external cooperation of the vocational school qualifications.
- 2) A set of tests verifying the level of professional competence of a leader of external cooperation of the vocational school in individual modular units (in English).

It is initially envisaged that the tests bank will contain 5 tests consisting of about 15-40

questions/tasks each. The first version of the test will be developed in a paper version. The authors will be the same experts who are to develop individual modules and modular units.

A set of tests in the paper version will be reviewed by two external experts who also will review the educational packages for the lecturer and trainee. Comments submitted by experts will be taken into account in the process of improving the developed tests and concerned, among others answer key and adding a few to verify learning outcomes omitted in the reviewed sets and included in the educational packages for individual modular units. Experts highly rated the quality of the developed sets of questions and found them quite difficult, which was also justified by the fact that the participants of the training are people who are to perform the tasks of a leader of external cooperation of the vocational school.

3) On-line tool for testing enabling the selection of training units (in English).

An ICT tool and the electronic version of the tests will be developed. The tests in the electronic form will be a part of the e-learning platform as one of the components of the distance learning course.

The main objectives of the ICT tool are the following: to automate the selection process of training modules, to monitor the competences development (study of the effectiveness of training) and to support the certification process at the end of the training cycle.

The target users of this tool will be mainly leaders of external cooperation of the vocational school (but also: job seekers, or persons planning to change jobs, HR staff intending to set and measure the professional development of the personnel) who want to improve their qualifications as a leader of external cooperation of the vocational school. The ITC tool will be an open source. Due to this tool, any user may receive the results of the tests juxtaposed with the model results that define the required level of competences or with the results of previous tests taken. In the first case, the user obtains access to modules which are to be learnt in order to cover the identified competences gaps. In the second – a report documents the competences development (progress) in relation to the archived data, or it is the document which entitles to receive a certificate confirming professional competences.

Below are sample screenshots of the tool in an electronic version.

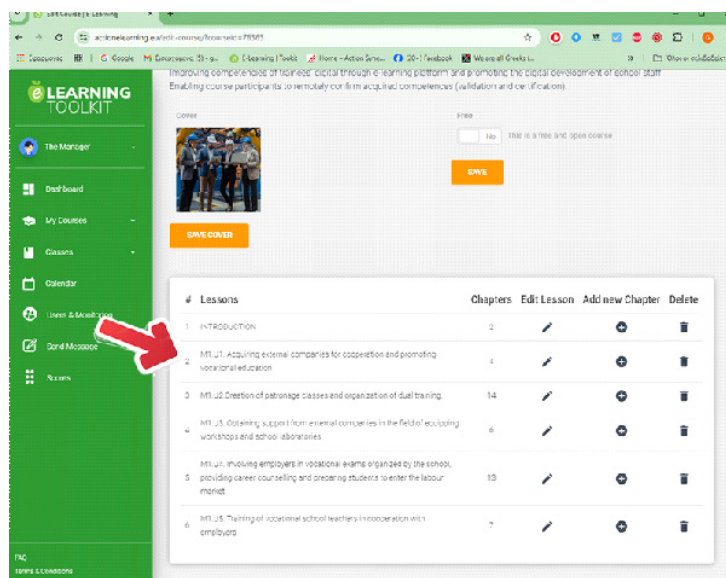
4) An improved bank of tests – final version (In English and in national languages of the partner countries)

The English language version of the tests will be the subject to assessment in the Multiplier Events which will contribute to their improvement.

The final version of the tests will be translated into national languages of the partner countries. It will be a contribution to the professional development of VET and the development of an European area of skills and qualifications, validation of learning outcomes acquired in non-formal and informal learning, as well as comparability of learning outcomes (ECVET).

Translated tests were transformed into e-learning platform.

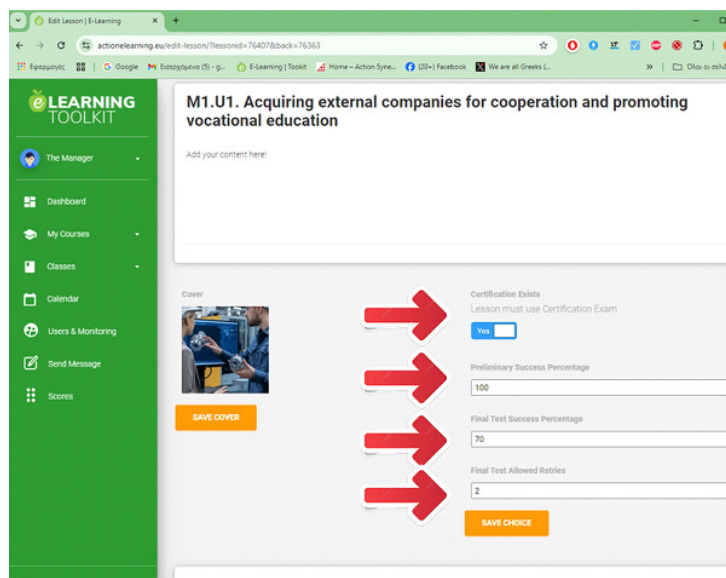
The study in the following chapters presents the language version of test sets for individual modular units along with an answer key and instructions.



The pre-tests are multiple choice tests with a number of questions set by the administrator for each Lesson.

These questions are taken from a pool of questions that are circulated and presented to the user in a random order.

This ensures that each user has to answer a different set of questions in a different order.



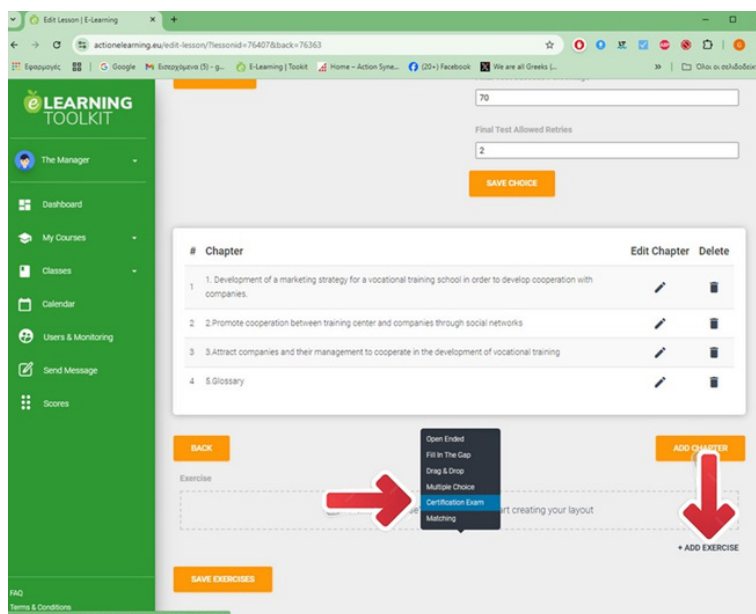
On the first page of each lesson we indicate whether the lesson has a pre-test.

In the Certification Exists list we determine whether the Lesson must use **Certification Exam** by answering **Yes** Below this there are 3 boxes

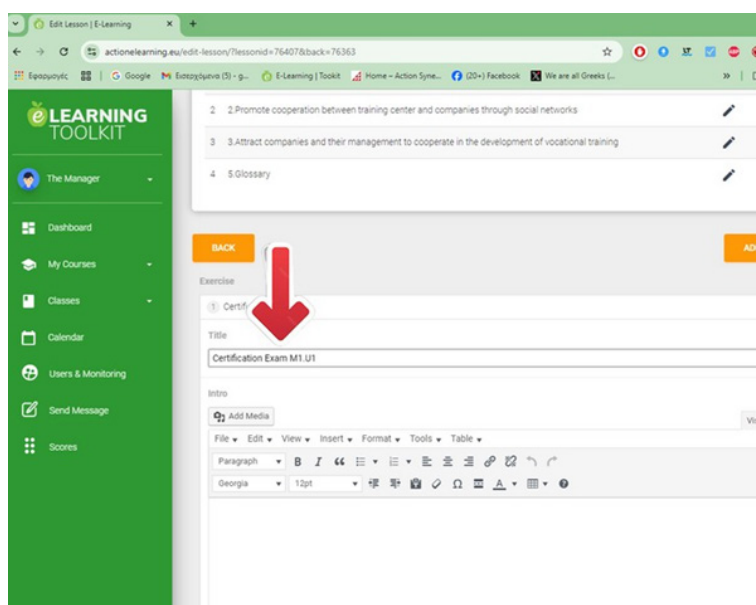
The first one is called '**Preliminary Success Percentage**' e.g. 100 which means 100% and is the percentage of correct answers that the user must answer correctly to pass the exam, here he must answer them all correctly and one retry.

The second one is called **Final Test Success Percentage**, e.g. 80, 80 which means 80% and is the percentage of correct answers that the user who failed the final exams must answer correctly and after studying the educational content comes to take the exam again,

Finally, the box **Final Test Allowed Retries** refers to the number of retries in this second test.



Click +ADD EXERCISE and select Certification Exam from the Exercise selection box.



The Certification Exam form is exactly the same as the Multiple Choice Exam form, just write the title of the exam.

It is important that the title contains numerical data when we have multiple pro exams in the same course, e.g. Certification Exam M1.U1, M1.U2, so that the student or teacher can then refer to the monitoring to see their exam results.

The screenshot shows the 'E-LEARNING TOOLKIT' interface. On the left is a green sidebar with navigation options: The Manager, Dashboard, My Courses, Classes, Calendar, Users & Monitoring, Send Message, and Scores. The main content area is titled 'Question Bank' and contains a table for configuring questions. The table has columns for 'Answer' and 'Correct'. Below the table, there are fields for 'Scoring weight' (set to 1) and 'Questions To Ask' (set to 20). A red arrow points to the 'Scoring weight' field.

Each question allows you to submit up to 8 answers by selecting the correct answer.

The questions should not be numbered because the question bank is constantly changing and the order in which the user sees them will be random.

Finally, in the 'Questions to be asked' box, specify how many questions should be answered in the Pre-test and the final exam, the number will be the same.

The screenshot shows the 'E-LEARNING TOOLKIT' interface for a specific course. The left sidebar contains navigation options: Dashboard, My Courses, Classes, Exercises, and Calendar. The main content area displays the course title 'M1.U2.Creation of patronage classes and organization of dual training.' and a 'Study Book' section with a list of topics: INTRODUCTION, M1.U1. Acquiring external companies for cooperation and promoting vocational education, M1.U2.Creation of patronage classes and organization of dual training, M1.U3. Obtaining support from external companies in the field of equipping workshops and school laboratories, and M1.U4. Involving employers in vocational exams organized by the... A 'Certification Exam M1.U2' button is visible next to the 'Study Book' section.

The start of this pre-test is done on this screen.

View Lesson | E-Learning

actionlearning.eu/my-courses/course/lesson/?lessonid=76408&courseid=76363&exid=1&unique=671a2601cbb2a

Επιστροφή Google Εισαγωγή (5) - g... E-Learning | Toolkit Home - Action Syne... (20+) Facebook We are all Greeks (...) we_are_all_greeks (...) Download Twitter V... (12) Action Synergy... ChatGPT DeepL Translate Th... Όλα τα εκδοθέντα

E-LEARNING TOOLKIT

George Diamantis

Dashboard

My Courses

Classes

Exercises

Calendar

FAQ
Terms & Conditions

Home > Dashboard > My Courses > Course > M1.U2.Creation of patronage classes and organization of dual training

Study Book Add your content here!

INTRODUCTION

- M1.U1. Acquiring external companies for cooperation and promoting vocational education
- M1.U2. Creation of patronage classes and organization of dual training.
- M1.U3. Obtaining support from external companies in the field of equipping workshops and school laboratories
- M1.U4. Involving employers in vocational exams organized by the school, providing career counselling and preparing students to enter the labour market
- M1.U5. Training of vocational school teachers in cooperation with employers

Certification Exam M1.U2

By the term dual education is meant?

☐ a. The possibility for a student to complete an apprenticeship in a company and vocational training in a vocational school in one educational cycle.

☐ b. Periods of alternating training of the learner in an educational institution or training centre and in the workplace.

☒ c. Both answers are correct.

PREVIOUS QUESTION NEXT QUESTION

SAVE SUBMIT BACK

4:19 PM 7/11/2024

2.

TESTS BANK – ENGLISH VERSION

1) Instruction for the test at the entrance to the modular unit

Introduction before starting the test

Test at the entrance to the modular unit

We encourage you to fill the test, aimed at the diagnosis of your knowledge and skills in the beginning. It is important to fill this test, because thanks to this you will find out if you should go through the given material or if you can go to the next part.

The test uses various types of questions:

- 1) "true – false", where you can assess whether the provided data are true;
- 2) Single-choice, i.e. indicate one correct answer from among three answer options;
- 3) Multiple choice;
- 4) Tasks with a gap.

Good luck!

Message after test completion:

There will be two answer options

- 1) You have not solved all the tasks, therefore you should read content of the given training unit.
- 2) Congratulations, you answered all the questions correctly. Your result allows to state that you have mastered this material very well.

You can now download a certificate confirming your mastery of a given subject area.

Besides, we encourage you to consider an option of reading content of the given training unit.

However, if you find that the level of your knowledge and skills is satisfactory for you, we encourage you to take the test before entering the next training unit.

2) Instruction for the test after completing the modular unit

Test after completing the modular unit

A moment ago you have ended the acquisition of knowledge and skills from the modular unit, but now it is time to check the level of their mastering. To this end, we have prepared a test for you.

The test uses various types of questions:

- 1) "true – false", where you can assess whether the provided data are true;
- 2) Single-choice, i.e. indicate one correct answer from among three answer options;
- 3) Multiple choice;
- 4) Tasks with a gap.

Good luck!

Message after test completion:

There will be two answer options

- 1) You have answered correctly less than 80% of questions, therefore you should consider an option of repeating the given training unit or using additional training materials developed in the project in the form of educational package. In these materials, you will also find additional sources of literature, enabling you to supplement and extend your knowledge and skills. The choice is yours.
- 2) Congratulations, you have answered correctly more than 80% of questions. Your result allows to state that you have mastered this material very well.

You can now download a certificate confirming your mastery of a given subject area.

Besides, we encourage you to consider an option of reading additional training materials developed in the project in the form of educational package. In these materials, you will also find additional sources of literature, enabling you to extend your knowledge and skills.

2.1. Test for a modular unit M1.U1. Acquiring external companies for cooperation and promoting vocational education

2.1.1. Development of a marketing strategy for a vocational training school in order to develop cooperation with companies

1. Using a good marketing plan so that the company chooses a training center allows:

- a) define the vision and mission of the training center to publicize the benefits of students doing internships in the company and establish a cooperative relationship between both.
- b) Inform companies of the benefits of vocational training.
- c) Inform future students of the training given at said training center and achieve a greater number of enrollments.

d) All are correct.

Correct answer: d)-All are correct.

2. What should the marketing plan contain?

- a) define the vision and mission of the training center.
- b) define the image that you want to convey of the training center.
- c) define what strategy you want to use to achieve collaboration with companies.
- d) all are correct.**

Correct answer: d)-All are correct.

3. The phases of strategic management are:

- a) Define the philosophy and mission of the company, formulate several possible strategies and choose the most appropriate one to achieve the objectives established in the company's mission and finally control the effectiveness of the strategy to achieve the company's objectives.**
- b) Define the philosophy and mission of the company or business unit and establish short and long-term objectives to achieve the company's mission.
- c) Ensure the activities necessary to ensure that the strategy is fulfilled effectively and control the effectiveness of the strategy to achieve the company's objectives.

Correct answer: a) Define the philosophy and mission of the company, formulate several possible strategies and choose the most appropriate one to achieve the objectives established in the company's mission and finally control the effectiveness of the strategy to achieve the company's objectives.

4. Indicates that marketing should be taken into account:

- a) Everything that is produced is sold.
- b) You have to sell what you develop.
- c) The needs of the consumer must be known and try to satisfy them.**
- d) All are correct.

Correct answer: c) The needs of the consumer must be known and try to satisfy them.

5. Marketing:

- a) Creates needs in the mind of the consumer.
- b) It is not necessary to know the needs of the consumer.
- c) It is not useful when there is competition in the market.
- d) None is correct.**

Correct answer: d) None is correct.

6. Indicate which statements are true:

- a) Everything that is produced is sold.
- b) If the product is of quality it does not need to be promoted.
- c) The needs of the consumer must be known and try to satisfy them.
- d) They are all fake.**

Correct answer: d) They are all fake.

7. The difference between marketing and sales is that:

- a) Marketing is not a complement to sales.
- b) Sales do not rely on long-term strategies, marketing on short-term actions.
- c) Sales are about making the customer want what the company produces; Marketing is about making the company produce what the customer wants.**

Correct answer: c) Sales are about making the customer want what the company produces; Marketing is about making the company produce what the customer wants.

8. Which of these statements is true?

- a) Marketing is a way of conceiving the exchange relationship between two or more parties.
- b) Marketing is a set of techniques to execute the relationship between two or more parties in various ways.
- c) They are all fake.**
- d) Marketing is based on three basic points: product, distribution and promotion.

Correct answer: c) They are all fake.

9. What activities can marketing be applied to?

- a) Marketing of consumer goods.
- b) Provision of services.
- c) Union activities.
- d) They are all true.**

Correct answer: d) They are all true.

10. What activities cannot be applied to marketing?

- a) Marketing of consumer goods.
- b) Provision of services.
- c) Union activities.
- d) Those in which there is no exchange of values between two or more parties.**

Correct answer: d) Those in which there is no exchange of values between two or more parties.

11. Marketing:

- a) Create needs.
- b) Identify, create or develop demand.**
- c) It is not necessary to know the needs of the consumer.
- d) It is useful when there is no competition in the market.

Correct answer: b) Identify, create or develop demand.

12. What are the routes through which products pass from the manufacturer to the final consumer called in marketing?

- a) Routes of intermediaries.
- b) Distribution channels.**

- c) Approach criterion.
- d) Points of sale.

Correct answer: b) Distribution channels.

13. How is promotion understood within marketing?

- a) It seeks to improve the brand image.
- b) It aims for advertising to increase its strength.

c) Pursues the coordination and enhancement of all marketing activity carried out.

Correct answer: c) Pursues the coordination and enhancement of all marketing activity carried out.

14. Marketing actions aimed at consumers:

a) They increase sales of the product.

- b) They do not always increase sales of the product.
- c) They are not highly appreciated by consumers.
- d) They do not influence purchasing decisions.

Correct answer: a) They increase sales of the product.

15. Which of the following requirements is not necessary when planning a marketing campaign?:

- a) Determine the objective to promote.

b) Study the promotional campaigns previously carried out by competitors.

- c) Assign a budget to the campaign.

Correct answer: b) Study the promotional campaigns previously carried out by competitors.

16. A company wants to generate liquidity in three months, because it must make some payments that cannot be postponed and does not have cash. To solve your problem:

- a) You can't do anything from a marketing point of view.
- b) You can only go to a bank and obtain a loan.
- c) Solve your problem with an advertising campaign.

d) You can do a sales promotion for your product, knowing that it will quickly lead to increased sales and cash.

Correct answer: d) You can do a sales promotion for your product, knowing that it will quickly lead to increased sales and cash.

17. Which statement is true from a marketing point of view?

- a) Objectives can only be achieved in one way.
- b) The person responsible for developing strategies must always be the owner of the company.
- c) The objectives can be achieved in different ways, that is, using different strategies.**
- d) The marketing department is not responsible for determining strategies.

Correct answer: c) The objectives can be achieved in different ways, that is, using different strategies.

18. The strategies are:

- a) The actions that are going to be carried out with the price variable.
- b) A coordinated set of actions with marketing variables to follow the company's objectives.**
- c) They are the control elements that will inform the company about the fulfillment of the objectives.
- d) None of the above.

Correct answer: b) A coordinated set of actions with marketing variables to follow the company's objectives.

19. The projections of a marketing plan are:

- a) Studies on competition.
- b) A set of elements to verify compliance with the plan.**
- c) The main objectives of the mission.
- d) Possible opinions that the company can decide on.

Correct answer: b) A set of elements to verify compliance with the plan.

20. Indicate which tasks should not be planned for a marketing campaign:

- a) Analyze the strengths and weaknesses of the company.
- b) Know the company's customer base.**
- c) Check the company's debt potential.
- d) Prepare the marketing mix for the company.

Correct answer: b) Know the company's customer base.

21. Marketing plans:

- a) They serve as a guide for the company to achieve its objectives.**
- b) They must be ordered from a specialized company that knows the market.
- c) They are useless.
- d) They aim to report on the evolution of sales in a specific period of time.

Correct answer: a) They serve as a guide for the company to achieve its objectives.

22. The concept of planning in marketing refers to:

- a) An analysis of the company's last financial year.
- b) A project about the future.**
- c) A project on the evolution of the market for certain products.
- d) A list of the main characteristics observed in the company

Correct answer: b) A project about the future.

23. What is the main objective of marketing?

- a) Maximize short-term profitability.

b) Satisfy customer needs and create value.

c) Reduce competition.

Correct answer: b) Satisfy customer needs and create value.

24. What is market segmentation in marketing?

a) The division of a company into different departments.

b) The marketing strategy aimed at a single market.

c) The subdivision of the market into homogeneous groups of customers.

d) The elimination of competition in the market.

Correct answer: c) The subdivision of the market into homogeneous groups of customers.

25. What is positioning in marketing?

a) The physical location of a product in a store.

b) The image and perception that a product has in the minds of consumers.

c) The final stage of a marketing plan.

Correct answer: b) The image and perception that a product has in the minds of consumers.

26. Which of the following is a niche marketing strategy?

a) Target a broad and diverse market.

b) Target a small and specific market segment.

c) Completely ignore the market.

d) Compete with low prices in all market segments.

Correct answer: b) Target a small, specific market segment.

27. What is ROI in marketing?

a) Return on investment.

b) Revenue optimization ratio.

c) Relationship with other competitors in the market.

Correct answer: a) Return on investment.

28. What is the main objective of a marketing strategy?

a) Increase the price of products.

b) Generate attractive and valuable content to attract and retain customers.

c) Reduce investment in advertising.

d) Promote competing products.

Correct answer: b) Generate attractive and valuable content to attract and retain customers.

29. What is Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats analysis in marketing?

a) A technique to determine the optimal price of a product.

b) A model to evaluate competition in the market.

c) An approach to identifying internal and external factors that affect a company.

d) A method to measure the return on investment in advertising.

Correct answer: c) An approach to identifying internal and external factors that affect a company.

30. What is guerrilla marketing?

a) An aggressive marketing strategy aimed at large companies.

b) The use of military tactics in advertising.

c) A creative and economical marketing strategy that uses unconventional approaches.

d) The promotion of world peace through advertising.

Correct answer: c) A creative and economical marketing strategy that uses unconventional approaches.

31. What is the main objective of market research in marketing?

a) Generate immediate sales.

b) Obtain employee demographic data.

c) Thoroughly understand customers and the market.

d) Evaluate the profitability of a product.

Correct answer: c) Thoroughly understand customers and the market.

32. What does "targeting" mean in marketing?

a) Achieve the sales objective.

b) Identify the target audience for a marketing campaign.

c) Reducing prices to attract more customers.

Correct answer: b) Identify the target audience for a marketing campaign.

33. What is "branding" in marketing?

a) The process of creating a logo for a company.

b) A company's cost reduction strategy.

c) The construction and management of a brand and its image.

d) Market segmentation into smaller groups.

Correct answer: c) The construction and management of a brand and its image.

34. Which of these is not a digital marketing channel?

a) Social networks.

b) Postal mail.

c) Email Marketing.

d) Online advertising.

Correct answer: b) Postal mail.

35. What is "market positioning" in marketing?

a) The lowest price on the market.

b) The geographical location of a company.

c) The image and perception that consumers have of a brand in relation to its competitors.

d) Investment in advertising in print media.

Correct answer: c) The image and perception that consumers have of a brand in relation to its competitors.

36. What is content marketing?

a) Traditional advertising in print media.

b) Generation of valuable and relevant content to attract and retain the audience.

c) The pricing strategy of a company.

d) Product promotion through celebrities.

Correct answer: b) Generation of valuable and relevant content to attract and retain the audience.

37. What is the purpose of attractive packaging in marketing?

a) Reduce the cost of production.

b) Make products harder to find.

c) Increase the perception of value and attraction of the product.

d) Avoid the need for advertising.

Correct answer: c) Increase the perception of value and attraction of the product.

38. What do you consider to be important in digital marketing?

a) Price of the products.

b) Return on investment.

c) Number of company employees.

d) Amount of paper used in the office.

Correct answer: b) Return on investment.

39. Indicate which phrase is correct. What is the main objective of marketing?

a) Maximize long-term profitability.

b) Meet the needs of the manufacturer.

c) Reduce competition.

d) They are all false.

Correct answer: d) They are all false.

40. Indicate the incorrect sentence:

a) Marketing creates needs.

b) Identify, create or develop demand.

c) It is not necessary to know the needs of the consumer.

Correct answer: c) It is not necessary to know the needs of the consumer.

2.1.2. Promote cooperation between training center and companies through social networks

41. What is the main objective of a social media marketing strategy?

- a) Increase operating costs.
- b) Get as many followers as possible.
- c) Build customer relationships.**
- d) Reduce product prices.

Correct answer: c) Build customer relationships

42. What are the advantages of social networks?

- a) Everyone has access, they have the possibility of interacting with other people without needing to know them.
- b) Loss of privacy.
- c) Lack of security.
- d) All are correct.**

Correct answer: d) All are correct.

43. What is X (Twitter)?

- a) It is the network where you can tell what is happening at the moment.**
- b) It is the most used social network since it allows you to share photos and messages.
- c) It is the most visited because it allows you to upload videos.

Correct answer: a) It is the network where you can tell what is happening at the moment.

44. What is an online network?

- a) It is the one that is developed with electronic devices.
- b) It is what they develop without the need for electronic devices.
- c) It is what you can develop with and without an electronic device and you can socialize with more people.**

Correct answer: c) They are those that you can develop with and without an electronic device and you can socialize with more people.

45. What is an offline network?

- a) It is the one that is developed with electronic devices.**
- b) It is what they develop without the need for electronic devices.
- c) It is what you can develop with and without an electronic device and you can socialize with more people.

Correct answer: a) It is the one that is developed with electronic devices.

46. What are social networks?

- a) Analog and digital.

b) Warner Bros and Disney.

c) Facebook and Twitter (X).

Correct answer: c) Facebook and Twitter (X).

47. What is a social network?

a) A website.

b) They are social structures formed by groups of people, which are connected by one or several types of relationships, such as friendship.

c) A network that allows you to communicate with friends you no longer see.

Correct answer: b) They are social structures formed by groups of people, which are connected by one or several types of relationships, such as friendship.

48. What is Facebook (Meta)?

a) It is a forum where people can give their opinion.

b) It is the most used social network since it allows sharing photos and messages.

c) It is the network where you can say what is happening at the moment.

Correct answer: b) It is the most used social network since it allows sharing photos and messages,

49. What is Youtube?

a) It is a forum.

b) It is the most used network since it allows sharing videos.

c) It was the most used era until Faceook appeared (Meta).

Correct answer: b) It is the most used network since it allows sharing videos.

50. What is Blogger?

a) It is a forum.

b) It is a social network that allows you to create and publish an online blog.

c) It is a blog.

Correct answer: b) It is a social network that allows you to create and publish an online blog.

51. Mark the incorrect answer. Social networks have transformed the communication model, of seeking information. The job profile that is responsible for these communications and development is called:

a) community manager.

b) Social media planner.

c) Hangouts.

Correct answer: c) Hangouts.

52. Mark the incorrect answer Common social practices on social networks are:

a) Share content such as photos, videos, texts, music and news.

b) Publish events to announce events to your network of contacts.

- c) Create exclusive groups for certain contacts.

d) Send encrypted messages.

Correct answer: d) Send encrypted messages.

53. In the language of social networks we can find words like:

- a) Virtual Community.
b) Tweet.
c) Likes.

d) They are all true

Correct answer: d) They are all true.

54. Are social networks a global phenomenon?

a) TRUE.

- b) False.

Correct answer: a) TRUE.

55. A social network is a social structure made up of people or entities connected to each other by a type of relationship or common interest?

a) TRUE.

- b) False.

Correct answer: a) TRUE.

56. Do social networks on the Internet occupy an important place in the field of business and personal relationships?

a) TRUE.

- b) False.

Correct answer: a) TRUE.

57. With the emergence of social media, is it more difficult to communicate with anyone?

- a) TRUE.

b) False.

Correct answer: b) False.

58. What are social networks for in work life?

- a) TRUE.

b) False.

Correct answer b) False.

59. What indicators are not used on the networkX (TWITTER)?

a) Number of comments.

- b) Number of tweets.
c) Number of likes.

Correct answer: a) Number of comments.

60. What strategies does the Instagram network allow?

a) Conduct surveys.

- b) Launch new products.
- c) Develop catalogs of services and products.

Correct answer: a) Conduct surveys.

61. Indicate the incorrect answer. Achieving objectives on social networks requires:

- a) Time, perseverance.
- b) Time, perseverance and specific actions.

c) Time and specific actions.

Correct answer: c) Time and specific actions.

62. What actions should we take to achieve the objectives on social networks?:

- a) Create contacts.
- b) Achieve customer loyalty to our brand.

c) Create valuable content that does not respond to customer needs.

Correct answer: c) Create valuable content that does not respond to customer needs.

63. What recommendations should be followed if we use the social network Instagram?

- a) Write or publish posts daily or at least periodically.
- b) All are correct.**
- c) You should NOT saturate the wall with messages in a short time or give an abandoned profile image.

Correct answer: b) All are correct.

64. What are social networks for in our work, personal and educational lives?

- a) They allow you to be informed about various topics and situations that occur in real time that include photos and videos. And it's easy to share it with other people.
- b) They allow you to meet virtual friends and exchange information.
- c) Many companies have profiles where they warn of job opportunities.

d) All are correct.

Correct answer: d) All are correct.

65. Advantages of using social networks:

- a) They can be used in the educational and work sectors.
- b) Companies can use networks to communicate the products and services they offer.
- c) Promotes participation and collaborative work between people and companies.

d) All are correct.

Correct answer: d) All are correct.

66. Disadvantages of using social networks:

- a) Any unknown or dangerous person can have access to personal and company information.
- b) It keeps you from meeting people around you and can isolate you from other people.
- c) All are correct.

Correct answer: c) All are correct

67. Professional social networks

- a) Dedicated exclusively to the workplace. They connect people and companies that offer jobs, create research groups.
- b) They are not focused exclusively on the workplace.

Correct answer: a) Dedicated exclusively to the workplace. They connect people and companies that offer jobs, create research groups.

68. Sharing moments and posts on social networks is fun. However, we must be careful about what we share, forward, or where we access.

- a) Forward a chain of messages with a link to a news item that I have not verified in official sources.
- b) Upload a photo of my electricity bill due to an error on it.
- c) Upload a photo of my latest banking transactions to ask for help for unknown charges.
- d) None of the above actions should be carried out since cybercriminals can appropriate our data and have cybersecurity problems.

Correct answer: d) None of the above actions should be carried out since cybercriminals can appropriate our data and have cybersecurity problems.

69. When we share our information on a social network, ANYONE can see it. Indicates what risks may arise:

- a) Open sites so that anyone can see them.
- b) Give personal information.
- c) Upload photographs, your own or those of others, that reflect intimate situations.
- d) Make friends with people you don't know.
- e) All are correct.

Correct answer: e) All are correct.

70. What can we do about the risks that exist in social networks?

- a) Sort contacts into GROUPS: We can separate them by family, friends, school, etc. This way when the groups are formed we can decide which publication they can see.
- b) Decide what is allowed to be seen. We can configure what part of our portal is seen and who accesses it.
- c) Address and telephone: It is better to never upload it, but if we decide to do so, configure the site so that only those people we decide can see it.
- d) Do not always enable access: Sometimes it is convenient to configure our page so that only friends or family can see it, so that strangers cannot find you.

e) All are correct.

Correct answer: e) All are correct.

71. Malware is the abbreviation of “Malicious software”, a term that encompasses any type of malicious program or computer code whose function is to damage a system or cause it to malfunction. Within this group we can find terms such as: Viruses, Adware, Trojans, etc.

a) TRUE.

b) False.

Correct answer: a) TRUE.

72. Unsolicited, unwanted or messages from an unknown sender that are extremely annoying are called spam or junk mail.

a) TRUE.

b) False.

Correct answer: a) TRUE.

73. The main routes of infection of computers and tables are access to:

- a) Social Networks and Fraudulent Websites.
- b) “Free” programs (but with a gift).
- c) Infected USB devices/CDs/DVDs.

d) All are correct.

Correct answer: d) All are correct.

74. How to protect ourselves from Malware?

- a) An updated Antivirus.
- b) Common sense.
- c) Everything always updated.

d) All are correct.

Correct answer: d) All are correct

75. “Phishing” consists of sending emails that, pretending to come from reliable sources (for example, banking entities), attempt to obtain confidential user data, which are subsequently used to carry out some type of fraud. To do this, they usually include a link that, when clicked, leads to falsified web pages. In this way, the user, believing they are on a trustworthy site, enters the requested information which, in reality, ends up in the hands of the scammer.

a) TRUE.

b) False.

Correct answer: a) TRUE.

76. What do we want to achieve with the use of social networks?

- a) Have a presence of our brand at the best cost.

- b) Virality.
- c) Use these new tools and channels.

d) All are correct.

Correct answer: d) All are correct.

77. Social networks are created by users through the different options that the internet has

a) False.

b) TRUE

Correct answer: a) False

78. Social networks create new forms of communication and new uses for words, which are not commonly used in the way people communicate.

a) TRUE.

b) False.

Correct answer: a) TRUE.

2.1.3. Attract companies and their management to cooperate in the development of vocational training

79. What structure should a post have?

a) Headline. Extract. Text body. Conclusion and closure.

b) Text body. Conclusion and closure.

c) Text body. Headline. Conclusion and closure.

Correct answer: a) Headline. Extract. Text body. Conclusion and closure.

80. Headline: It is and should be the first hook of your post, it is like a first impression, it is the first thing we see, it must be very well thought out, and be creative, capable of attracting attention while meeting expectations.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

81. An extract or summary. There should be about three lines. It must be very attractive and generate a feeling of desire to continue.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False

82. Conclusion and closure. It is a very important part and must establish everything that has been raised so far and leave the reader with a good taste in their mouth.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

83. There are many types of posts, one of them is the problem-solution post and it must be useful, direct and decisive.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

84. Another type of post is the 'How to' / Tutorials. They work well, people read and look for how to do something. They can be in audio, video, or screencast format.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

85. A research post can include case studies, numbers, graphs, etc.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

86. The audiovisual posts are made with videos; from the simplest version, a recording of someone sitting in front of a camera explaining what we want to tell, to an animation or set of moving images and audio.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

87. A FAQ post Frequently Asked Questions is one made up of the most frequently asked questions around a single topic and where only five answers are searched.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False.

88. There are posts of many kinds:

a) Of occasion.

b) One of the best posts.

c) Question-answer.

d) All are correct.

Correct answer: d) All are correct.

89. Indicate the incorrect answer. When you write a post on social networks, you must:

a) Generate intrigue.

b) Journalistic style.

c) Do not show an opinion.

Correct answer: c) Do not show an opinion.

90. The message you want to convey in a post: decide what you are going to tell and how first.

a) False.

b) true.

Correct answer: b) true.

91. When writing a post you may use many acronyms or shortened words.

a) Yeah.

b) No. You better make sure it is understood.

Correct answer: b) No. You better make sure it is understood.

92. Important and/or impactful quotes, phrases. Interspersing phrases can help in organizing the content you offer and shape your message in the post.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

93. Be practical when writing a post. Find what is useful to the person or people you are writing for.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

94. You must appropriately choose the images with which you are going to illustrate the post.

a) True, because otherwise the reader will not relate the text to the image and distorts the meaning of the post.

b) False, it is not necessary.

Correct answer: a) True, because otherwise the reader will not relate the text to the image and distorts the meaning of the post.

95. Review and edit the post before publishing it.

a) TRUE. Review each message and ask yourself if there isn't a better way to tell it.

b) False.

Correct answer: a) TRUE. Review each message and ask yourself if there is a better way to tell it.

96. How to create good content on LinkedIn? The main thing is to focus on creating useful content and not just self-propaganda.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True

97. Creating useful content does not allow you to establish an authentic connection with the audience, generating value and encouraging participation.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False.

98. It is not essential to research the needs and interests of your target audience and adapt the content accordingly.

a) False.

b) True.

Correct answer: a) False.

99. Using visual elements, such as images and videos, can help capture attention and increase the impact of your posts.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

100. What is the purpose of creating content on LinkedIn?

a) Enhance your personal brand.

b) Generate traffic to your website (it is highly recommended to have one if you are dedicated to offering a service).

c) All are correct.

Correct answer: c) All are correct.

101. If you publish a new product on the company's website or social networks, you must include:

a) Offer the option to download a wide range of product photos.

b) Offer the possibility of trying the product.

c) It is not necessary to include the testimony of the creator of the product.

Correct answer: c) It is not necessary to include the testimony of the creator of the product.

102. Creating your own content is great, but it takes time and planning. Remember that not everything you publish has to be 100% yours, you can use content from third parties aligned with your expertise.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

103. Interacting on your contacts' posts is another way to "create content".

a) False.

b) True.

Correct answer: b) true.

104. It is important to use hashtags and keywords in your publications. This way you can appear more frequently and in the first positions when your potential clients perform a search on any or Google.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

105. There are no limits to the number of hashtags you can use on social media, but it is not advisable to use too many. Additionally, the platform's algorithm may classify your publication as spam.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

106. Share content giving a personal touch, never "robotize". When sharing content make sure that when you publish you do so with a personal comment.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

107. Add emojis to the post to make it more visual, but don't turn it into a box full of drawings.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

108. Videos are an excellent way to communicate. What usually works very well are microvideos or 10-minute "pills" where you let your contacts know about future courses, services, focused on "how to do a certain action."

a) False.

b) True.

Correct answer: a) False.

109. The videos will give you visibility and generate a good number of impressions which you will see reflected in the statistics.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

110. Videos are an excellent way to communicate. What usually works very well are microvideos or "pills" of 1-2 minutes.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

111. Webinars are a very good way to communicate your content and share knowledge for your target audience. Webinars are videos that happen in real time through platforms such as Skype or Zoom, among others, and allow interaction between your brand and your audience.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

112. In webinars, it is recommended that you use a presentation with slides made in a Power Point type program, a video announcing the service or product you offer or news within the sector to which you belong.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

113. What should you keep in mind before sharing content on LinkedIn?

a) Make sure your profile is optimized. Your presence, whether personal or business, must be impeccable and show as much information as possible about your experience, service, career, clients, etc., since when someone is interested in what you publish, they usually visit your profile.

b) If your profile is precarious or not cared for or optimized, it can cause distrust and loss of future opportunities

Correct answer: a) Make sure your profile is optimized. Your presence, whether personal or business, must be impeccable and show as much information as possible about your experience, service, career, clients, etc., since when someone is interested in what you publish, they usually visit your profile.

114. Don't post very personal things. LinkedIn is a network for professionals where you must make your Personal Brand known. It is not the social platform for you to publish your vacations, unless your business is an events business or a travel agency and with this you are promoting destinations or some catering.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

115. It is very important that you evaluate what type of content to publish. Don't forget that you can make the LinkedIn algorithm fall in love with you if you carry out an appropriate strategy and are careful with the content you publish. Remember that, on social networks, your content must be 80% useful and 20% promotional.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

116. For your video to be visible to everyone on the YouTube network, it must be set to Public. There are options that prevent your video from appearing in searches: Hidden and Private, so that only the people to whom you send the video link can see it (hidden from anyone through a link and private only to people with a Google account).

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

117. You must add all the information about your video on YouTube, it is very important, it is what will give data to search engines so that it can be placed in the right place and appear when someone searches for something related.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

118. Tags are the keywords for your video on YouTube. They can be single words or groups of words, they are separated by commas. Put all the tags with words and phrases that can help your video be found.

1. False.

2. True.

Correct answer: b) True.

119. Add a custom thumbnail of your video with image and text. YouTube will suggest 3 different thumbnails of your video.

a) False.

b) True.

Correct answer: b) True.

2.2. Test for a modular unit M1.U2. Creating patronage classes and organising dual education

2.2.1. Defining the term “patronage class” and indicating actions that can be taken within the patronage class

1. The patronage class is:

a) The place in the school where the company representative meets with parents.

b) The actions taken by companies for the benefit of employees studying on courses.

c) Joint activities that the school can undertake in cooperation with the company, which are defined in the partnership agreement.

d) The whole range of activities undertaken by the school for pupils and parents to assist them in their child's choice of career.

Correct answer: c) Joint activities that the school can undertake in cooperation with the company, which are defined in the partnership agreement.

2. Indicate the activities that can be undertaken as part of the patronage class:

- a) Organising internships for students in companies.
- b) Enabling students to benefit from specialised training.
- c) Participation of the employer in the development of the company's practical training programme.

d) All answers are correct.

Correct answer: d) All answers are correct.

3. Assign the given activities to the relevant parties that they can undertake as part of the patronage class

Student

Employer

School

Receives a scholarship for good tuition

Participates in free training

Co-develops the programme of practical classes for students organised in the company

Participates in meetings of the school's teachers in an advisory capacity

Sends students on work placements

Upgrades its workshops

Correct answer:

Student

Receives a scholarship for good tuition

Participates in free training

Employer

Co-develops the programme of practical classes for students organised in the company

Participates in meetings of the school's teachers in an advisory capacity

School

Sends students on work placements

Upgrades its workshops

2.2.2. Indicating the benefits of various stakeholder groups from the creation of a patronage class

4. Mark all the correct answers indicating the benefits to be gained by an employer signing an agreement with a vocational school to patronise a class.

Increasing parental satisfaction	☐
Tailor the curriculum to the industry and company specifics	☐
Build a positive image and relationship with the local community	☐
Establish long-term cooperation with the school and local authorities	☐

Correct answer:

Tailor the curriculum to the specific industry and company	X
Build a positive image and relationship with the local community	X
Establish long-term cooperation with the school and local authorities	X

5. The party directly involved in the creation of the patronage class, by virtue of the contract, is:

- a) A representative of the governing body/head of school or the headteacher or a designated person with authority to do so;
- b) The employer's legal representative

c) Both answers are true.

Correct answer: c) Both answers are true.

6. In order for the cooperation between a vocational school and a company within the framework of a patronage class to be effective, it is necessary to...

a) Set common goals and expectations.

- b) Put the interests of the company and its benefits at the centre.
- c) Limit the exchange of information and experience between the parties.

Correct answer: a) Set common goals and expectations.

2.2.3. Creating a patronage class and drawing up an agreement between the school and the enterprise to create a patronage class

7. What would you recommend as a target solution to document the collaboration between the school and the employer regarding the patron class?

a) Written agreement.

- b) Both answers are correct.
- c) Agreement in writing.

Correct answer: a) Written agreement.

8. Mark all the correct answers indicating the elements of the structure of the patron class agreement between the school and the company.

Title of the agreement, date and place of its conclusion	☐
Details of the contracting parties	☐
Purpose and scope of the agreement	☐
Specific reasons for termination without notice	☐

Correct answer:

Title of the agreement, date and place of its conclusion	X
Details of the contracting parties	X
Purpose and scope of the agreement	X

9. Can a patron class cooperation agreement be concluded by a school with more than one company?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

10. When concluding a patronage class cooperation agreement between a school and a representative of the companies, it is good practice to indicate in the agreement the employees - coordinators of the activities on each side?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

2.2.4. Defining the term “dual education” and indicating the benefits of introducing practical classes for students in the form of dual education for various stakeholder groups

11. By the term dual education is meant?

a) The possibility for a student to complete an apprenticeship in a company and vocational training in a vocational school in one educational cycle.

b) Periods of alternating training of the learner in an educational institution or training centre and in the workplace.

c) Both answers are correct.

Correct answer: c) Both answers are correct.

12. The company hosting the students for the practical classes organised in the context of dual training always have to pay the students' wages?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

13. Indicate the benefits that can be gained by the company hosting the student in the dual training.

- a) The opportunity to harness the potential and energy of young students to develop the company.
- b) Advertising on the school premises and thus increasing the company's visibility in the local labour market.
- c) Professional development for staff seconded to act as practical training instructors.

d) All answers are correct.

Correct answer: d) All answers are correct.

2.2.5. Verification of the company in terms of the possibility of conducting practical classes for students in the form of dual education

14. It is important to pay attention to the following when verifying a company's ability to provide practical classes for students in the form of dual training:

- a) Opportunities for parents to observe activities.
- b) The need for a chaperone from the school to attend all activities.

c) The possibility for the student to realise occupation-specific learning outcomes in the company.

- d) The need to transport pupils to the company.

Correct answer: c) The possibility for the student to realise occupation-specific learning outcomes in the company.

15. A report on the verification of the company for the possibility of providing practical classes for students in the form of dual training can be made in the company notes of the meeting, in which it is advisable to state:

- a) Company data.
- b) Details of those attending the meeting.
- c) A final conclusion with a recommendation to the school management with a view to the possibility of practical classes for students taking place in the company.

d) All answers are correct.

Correct answer: d) All answers are correct.

2.2.6. Drawing up an agreement between the parties involved in the process of practical training of students for dual education in the company

16. Fill in the gaps in the sentence by selecting the correct words from under the text.

In the event of a fortuitous event or accident at the workplace involving a student, the Employer:

- will immediately notify of the situation,
- will provide pre-medical assistance and, if necessary, call,
- will notify his/her,
- draw up proper documentation

the school

an ambulance

parents (legal guardians)

post-accident

Correct answer:

In the event of a fortuitous event or accident at the workplace involving a student, the Employer:

- will immediately notify the school of the situation,
- ensure that pre-medical assistance is provided and, if necessary, call an ambulance,
- will notify his/her parents (legal guardians),
- draw up proper post-accident documentation.

17. The contract between the school and the company regulating the dual training of pupils in the company recommend information on the rights and obligations of the pupil, the employer?

a) Yes

b) No

Correct answer: a) Yes.

18. Monitoring the student's progress, certifying his/her attendance during the dual education performs:

a) The pupil's guardian from the school.

b) The student's mentor in the company.

c) The educator.

Correct answer: b) The student's mentor in the company.

2.2.7. Preparing a programme of practical classes organised in the dual education system

19. Does the participation of employers in the preparation of the dual training programme have a positive impact on the adaptation of the practical training programme to the technical possibilities and human resources available to the host employer?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

20. Indicate the benefits on the employer's side associated with his participation in the preparation of the dual education curriculum?

- a) The employer has an influence on the content of the training programme.
- b) Strengthen collaboration with staff representing the school.
- c) Implementing the concept of corporate social responsibility by building relationships with vocational schools, which can contribute to the company's competitiveness.

d) All answers are correct.

Correct answer: d) All answers are correct.

21. By the term 'educational programme' is it meant a comprehensive and organised educational plan which sets out the aims, content, teaching methods and assessment of pupils' progress within a subject or subject area?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

22. Who is advisable to be part of the team for the development of the programme of practical classes organised in the company's dual training system?

a) A representative from the school appointed by the head teacher;

b) An employee in the company's technical department;

c) All the answers are correct.

Correct answer: a) A representative from the school appointed by the head teacher;

2.2.8. Verifying the possibility of implementing the learning outcomes included in the program of practical classes organized in the form of dual education in the company

23. Whether, for the purpose of verifying the feasibility of implementation in a company, it is recommended to use as a tool:

a) Check list.

b) A multiple-choice test.

c) A targeted interview questionnaire.

Correct answer: a) Check list.

24. In order to streamline the process of compiling the company verification report with regard to the possibility of implementing dual training in the company, the use of an application is recommended:

a) Forms.

b) Excell.

c) GPT chat.

Correct answer: a) Forms.

25. Verification of the company's ability to deliver the identified learning outcomes for students in dual education:

a) Is required.

b) Is not required at all.

Correct answer: a) Is required.

2.2.9. Selection of instructors to conduct practical classes for students in the company

26. The supervisor of the student-instructors in the company involved in the dual training may be a person who has a criminal record.

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

27. The mentor of the students - the instructor in the company involved in the dual training may be a person who has professional experience in the field he/she teaches.

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

28. The supervisor of the students - the instructor in the company involved in the dual training should be a person who has experience in working with and supervising students

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

29. The mentor of the students - instructor in the company involved in the dual training should be a person who has a degree in the field covered by the training programme, professional experience.

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

2.2.10. Preparing the student for practical classes organized in the form of dual education in the company and documenting the dual education process in the company

30. Indicate who you recommend to provide information to students preparing to take practical classes in the company?

a) The pupil's guardian at school.

b) A mentor - a practical training instructor at the company.

c) Both answers are correct.

Correct answer: c) Both answers are correct.

31. Is the conclusion of a cooperation agreement between the school and the enterprise for the dual training of pupils a necessary condition for the internships?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

32. In the practical logbook kept in paper or electronic form, it is recommended that they are not recorded:

- a) Are the topics of individual classes.
- b) The attendance of pupils at classes.

c) Comments on the behaviour of the mentor instructor.

Correct answer: c) Comments on the behaviour of the mentor instructor.

33. Indicate the name of the document in which the course of the activity is recorded, the necessary teaching aids are indicated, and the time needed to complete the activity:

- a) The activity log.
- b) Lesson plans.**
- c) The curriculum.

Correct answer: b) Lesson plans.

2.2.11. Monitoring the process of practical education for students

34. Is the monitoring of the learning process of practical classes in companies a continuous observation and collection of information on key processes relevant to the quality of student learning?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

35. Tick all the correct answers. To monitor the company's dual training processes, we can use data from:

Entries in the logbook	☐
Analysis of the periodic reports of the parties involved in dual training	☐
Observation by the head office of the activities of the practical training instructors	☐
Assessments of students in classes not participating in dual education.	☐

Correct answer:

Entries in the logbook	X
Analysis of the periodic reports of the parties involved in dual training	X
Observation by the head office of the activities of the practical training instructors	X

2.2.12. Diagnosing the knowledge and skills of students participating in practical classes organized in the form of dual education at the employer

36. Is the assessment of the practical training in the company issued and signed by the supervisor on the school side, according to the assessment criteria adopted and presented to the student?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

37. A departure from the traditional assessment model may be dictated by the fact that there is no

a) A number of important personal competences.

b) Assessments of the student's problem solving.

c) Both answers are correct.

Correct answer: c) Both answers are correct.

38. Does direct observation involve the tutor observing and assessing the student's work on an ongoing basis, and the scope of the assessment may include assessing technical skills, safety, focus, cooperation with others, etc.?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

39. When assessing aptitude tests where practical skills such as machine operation, programming, cooking etc. are not assessed?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

40. Indicate what can additionally be assessed by the mentor - apprenticeship instructor:

a) Non-compliance with work discipline by the parent.

b) The thematic range of books read.

c) Independence in the performance of tasks.

Correct answer: c) Independence in the performance of tasks.

2.2.13. Evaluation of practical classes for students organised in the company's dual education system

41. Evaluate whether the statement is true: evaluation is a restrictive, control and supervisory study.

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

42. Evaluate whether the statement is true: Evaluation is a process aimed at determining the extent to which the stated educational objectives are actually achieved.

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

43. Evaluate whether the statement is true: The purpose of evaluation is to establish public confidence in a school, especially when its political climate is uncertain and it is subject to reform and change.

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

44. Indicate what tool is used in the diagnostic survey method.

a) A survey questionnaire.

b) Review questions.

c) Check list.

Correct answer: a) A survey questionnaire.

2.3. Test for a modular unit M1.U3. Obtaining support from external companies in the field of equipping workshops and school laboratories

2.3.1. Justification of the need to support the school by entrepreneurs in the field of retrofitting workshops and school laboratories

Please see the video and answer on the following questions: <https://youtu.be/p4sa1D5Uj4g> (accessed 01.03.2024).

1) Why is it important to find good partners when engaging in sponsoring vocational education?

a) To increase profits.

b) To collaborate effectively.

c) To reduce expenses.

d) To avoid competition.

Correct answer: b) To collaborate effectively.

2) What is essential for sponsors to receive when engaging in sponsorship?

a) Money.

b) Products.

c) Recognition.

d) Something in return.

Correct answer: d) Something in return.

3) What is emphasized about the relationship between sponsors and educational institutions?

- a) Sponsors should only give, not receive.
- b) Sponsors and institutions should compete.

c) It's a mutually beneficial arrangement.

- d) Sponsors have no role in educational settings.

Correct answer: c) It's a mutually beneficial arrangement.

4) How does Green Academy seek new sponsors?

- a) Through social media ads.

b) By attending trade shows.

- c) By sending emails.

Correct answer: b) By attending trade shows.

5) What purpose do the showrooms serve at Green Academy?

- a) To store equipment.

b) To showcase sponsors' products.

- c) To hold meetings.
- d) To provide entertainment.

Correct answer: b) To showcase sponsors' products.

2.3.2. Presenting activities from the point of view of legal regulations that schools can take to equip workshops and school laboratories

Introduction

School-enterprise cooperation is a form of partnership that aims to enhance the quality and relevance of education and training, as well as to foster innovation and entrepreneurship. School-enterprise cooperation can take various forms, such as:

- Providing work-based learning opportunities for students and teachers.
- Offering career guidance and mentoring services.
- Sharing expertise and resources.
- Supporting curriculum development and assessment.
- Engaging in joint projects and activities.

One of the possible benefits of school-enterprise cooperation is the sponsorship by enterprises of equipment for workshops and school labs, which can improve the learning environment and the practical skills of students. However, such cooperation also involves legal issues and responsibilities that need to be carefully considered and addressed by both parties.

Steps for Legal Compliance

Before engaging in any form of cooperation, the school and the enterprise need to follow these steps to ensure legal compliance and avoid potential risks and conflicts:

1. Identifying independently all legal regulations relevant to the planned cooperation on the part of the school. This step involves conducting a thorough research and analysis of the legal regulations that apply to the specific context and objectives of the cooperation. These regulations may include:
 - National and local laws and policies on education, training, and labor,
 - Sectoral and professional standards and regulations,
 - Intellectual property rights and data protection laws,
 - Health and safety regulations and insurance policies,
 - Ethical and social responsibility principles and codes of conduct.

The school and the enterprise need to consult with legal experts if necessary, and to ensure that the cooperation is transparent and accountable, and that it respects the rights and interests of all stakeholders, such as students, teachers, parents, employers, and the community.

Analyzing legal requirements important from the school's point of view, enabling companies to equip workshops and school labs. This step involves assessing the legal implications and obligations of the sponsorship by enterprises of equipment for workshops and school labs. Sponsorship is a form of donation or grant that involves the transfer of money, goods, or services from the sponsor (the enterprise) to the recipient (the school) in exchange for some form of recognition or publicity.

Sponsorship can be a valuable source of funding and support for schools, but it also entails legal risks and challenges that need to be carefully managed. Some of the legal issues that the school and the enterprise need to address are:

- The purpose and scope of the sponsorship.
- The terms and conditions of the sponsorship agreement.
- The rights and responsibilities of the sponsor and the recipient.
- The duration and termination of the sponsorship.
- The monitoring and evaluation of the sponsorship.
- The reporting and disclosure of the sponsorship.
- The tax implications and benefits of the sponsorship.
- The potential conflicts of interest and ethical dilemmas of the sponsorship.

The school and the enterprise need to seek legal advice if needed, to ensure that the sponsorship is lawful, fair, and beneficial for both parties.

Applying knowledge of the legal framework regarding the use by schools of sponsorship by enterprises in the field of equipment for workshops and school laboratories. This step involves applying the legal knowledge and understanding gained from the previous steps to the specific situation and circumstances of the cooperation. The school and the enterprise need to consider the following factors when using the sponsored equipment for workshops and school labs:

- The delivery and installation of the equipment.
- The ownership and maintenance of the equipment.
- The use and access of the equipment.
- The health and safety of the users and the environment.
- The intellectual property rights and data protection of the users and the sponsors.
- The educational and pedagogical value of the equipment.
- The recognition and publicity of the sponsorship.

The school and the enterprise need to follow the legal guidelines and best practices for using the sponsored equipment, as well as to monitor and evaluate the impact and outcomes of the cooperation.

Initiating the process of drawing up an agreement between the parties involved in the sponsorship process. This step involves starting the formal and binding contract that specifies the rights and obligations of the parties involved in the sponsorship. A legal agreement for sponsorship should include the following elements:

- The names and addresses of the parties.
- The date and place of the agreement.
- The background and objectives of the agreement.
- The description and value of the sponsorship.
- The recognition and publicity of the sponsorship.
- The delivery and installation of the equipment.
- The ownership and maintenance of the equipment.
- The use and access of the equipment.
- The monitoring and evaluation of the sponsorship.
- The reporting and disclosure of the sponsorship.
- The duration and termination of the sponsorship.
- The dispute resolution and arbitration of the sponsorship.
- The signatures and seals of the parties.

The school and the enterprise need to initiate the process of drawing up the agreement by communicating and negotiating with each other, as well as by consulting with legal experts if necessary.

Developing, in consultation with a lawyer, an agreement between the parties involved in the sponsorship process (retrofitting workshops and school laboratories). This step involves finalizing and signing the legal agreement for sponsorship by enterprises of equipment for workshops and school labs. The school and the enterprise need to develop the agreement in consultation with a lawyer, as well as to review and revise it as necessary, to ensure that it reflects the mutual understanding and consent of both parties, and that it protects their interests and rights.

Presenting and agreeing with the company party the content of the sponsorship agreement. This step involves presenting the legal agreement to the company party and obtaining their approval and consent. The school and the enterprise need to ensure that the agreement is

clear and comprehensive, and that it covers all the aspects and details of the sponsorship. The school and the enterprise also need to address any questions or concerns that the company party may have, and to resolve any disputes or disagreements that may arise. The school and the enterprise need to sign the agreement and keep a copy for their records.

Conclusion

School-enterprise cooperation is a valuable opportunity for enhancing the quality and relevance of education and training, as well as for fostering innovation and entrepreneurship. However, such cooperation also involves legal challenges and responsibilities that need to be carefully considered and addressed by both parties. By following the steps of identifying, analyzing, applying, initiating, developing, and presenting the legal regulations for sponsorship by enterprises of equipment for workshops and school labs, the school and the enterprise can ensure that their cooperation is lawful, fair, and beneficial for both parties¹.

6) True or False: Schools need not consult a lawyer when developing a sponsorship agreement with companies.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False.

7) True or False: The process of drawing up an agreement is initiated after presenting it to the company party.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False.

8) True or False: Schools should identify all legal regulations relevant to planned cooperation independently.

a) True.

b) False.

Correct answer: a) True.

9) True or False: Companies are solely responsible for analyzing legal requirements important from the school's point of view.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False.

10) True or False: Applying knowledge of legal frameworks regarding sponsorships by enterprises is not necessary for schools.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False.

¹ https://webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/SSEHR%202019/EHR034.pdf (accessed 01.03.2024).

2.3.3. Recognizing the needs of the school in terms of retrofitting workshops and school laboratories

11) True or False: Compliance with the guidelines provided by the Danish Working Environment Authority (WEA) is legally binding for enterprises equipping workshops and school laboratories in Denmark.

a) True.

b) False.

Correct answer: a) True.

12) True or False: The Royal Danish Academy primarily focuses on providing legal advice to enterprises regarding sponsorship initiatives in Denmark.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False.

13) True or False: The example sponsorship agreement provided in the text includes provisions for resolving disputes between the sponsor and the recipient school.

a) True.

b) False.

Correct answer: a) True.

14) True or False: The needs assessment process in vocational schools in Denmark includes evaluating students' academic performance.

a) True.

b) False.

Correct answer: b) False.

15) True or False: The Confederation of Danish Industry (DI) offers legal advice on various aspects of company operations, including sponsorship initiatives, in Denmark.

a) True.

b) False.

Correct answer: a) True.

2.3.4. Organizing the process of supporting schools by enterprises in the field of retrofitting workshops and school laboratories

16) What is a key principle for building relationships when working with a fundraiser?

a) Isolation.

b) Transparency.

c) Exclusivity.

d) Hesitancy.

Correct answer: b) Transparency.

17) Which of the following individuals is typically responsible for raising funds and securing support for school projects?

- a) School janitor.
- b) Professional Fundraising Consultant.**
- c) Cafeteria worker.
- d) School librarian.

Correct answer: b) Professional Fundraising Consultant.

18) What is the first step in preparing a work plan with a fundraiser?

- a) Allocate resources.
- b) Set timelines.
- c) Define objectives.**
- d) Establish communication channels.

Correct answer: c) Define objectives.

19) How can schools show appreciation to fundraisers for their efforts?

- a) Ignore their contributions.
- b) Recognize their achievements publicly.**
- c) Criticize their performance.
- d) Withhold resources.

Correct answer: b) Recognize their achievements publicly.

20) Which of the following is a tool used by schools to track donor interactions and giving histories?

- a) Spreadsheet.
- b) Donor Database.**
- c) Telephone directory.
- d) Bulletin board.

Correct answer: b) Donor Database.

2.3.5. Monitoring and evaluating the processes of supporting schools by enterprises in the field of equipping workshops and school laboratories

21) True or False: Schools can utilize surveys to gather feedback from stakeholders on the effectiveness of equipment provided by enterprises, focusing on usability, durability, and overall satisfaction.

- a) True.**
- b) False.

Correct answer: a) True.

22) True or False: Data Analytics Software like Google Analytics or Salesforce can be used by schools to track donation trends, campaign engagement levels, and donor

demographics to assess the impact of fundraising efforts.

a) True.

b) False.

Correct answer: a) True.

23) **True or False: Site visits conducted by representatives from enterprises allow for first-hand observation of equipment utilization, assessment of equipment condition, and gathering of feedback from teachers and students.**

a) True.

b) False.

Correct answer: a) True.

2.4. Test for a modular unit M1.U4. Involving employers in vocational exams organized by the school, providing career counseling and preparing students to enter the labor market

2.4.1. Presenting information to employers about vocational exams and highlighting the benefits for employers participating in vocational exams for students, as well as the benefits for schools from employers' involvement in vocational exams

1. **Parents and guardians are classified as stakeholders indirectly involved in vocational exams in vocational schools for students?**

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

2. **Representatives of employers can be classified as stakeholders indirectly involved in vocational exams in vocational schools for students?**

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

3. **Select all correct answers indicating the benefits for employers associated with participating in vocational exams for students.**

Enhanced prestige: Collaboration with educational institutions can influence the perception of the company as socially responsible.	☐
Gaining knowledge about the job market: Observing students during exams allows for a better understanding of the needs of the job market.	☐
Possibility of recruiting interns: Exams provide an opportunity to identify potential interns.	☐
Verification of teachers' skills: Exams allow for the assessment of practical skills of teachers teaching in specific professions.	☐

Correct answer:

Enhanced prestige: Collaboration with educational institutions can influence the perception of the company as socially responsible.	X
Gaining knowledge about the job market: Observing students during exams allows for a better understanding of the needs of the job market.	X
Possibility of recruiting interns: Exams provide an opportunity to identify potential interns.	X

2.4.2. Identification of actions related to vocational exams in which an employer can participate

4. How can employers contribute to the preparation of exam tasks?

- a) By providing tasks that are not directly related to professional practice.
- b) By creating tasks that do not reflect the current needs of the market.
- c) By helping to create tasks that reflect real professional challenges.**
- d) By limiting access to the tools and materials needed to complete the tasks.

Correct answer: c) By helping to create tasks that reflect real professional challenges.

5. What role can employers play in assessing the practical part of the exam?

- a) They can observe but not assess.
- b) They can assess the practical skills of students during the exam.**
- c) They should criticize students instead of assessing them.
- d) They have no influence on the assessment of practical skills.

Correct answer: b) They can assess the practical skills of students during the exam.

6. What can be the result of collaboration with employers in providing workplaces for students?

- a) Students have fewer opportunities to learn practical skills.
- b) Students can gain access to real workplaces, which increases their professional experience.**
- c) Employers have less influence on practical training.
- d) Students are unable to establish professional connections.

Correct answer: b) Students can gain access to real workplaces, which increases their professional experience.

7. What benefits does employer participation in examination committees bring to the educational process?

- a) Increases the subjectivity of assessments.
- b) Leads to a lowering of examination standards.
- c) Enhances the objectivity of assessments.**
- d) Does not affect the quality of exams.

Correct answer: c) Enhances the objectivity of assessments.

8. Which of the following actions is not recommended for employers involved in vocational exams?

- a) Preparing students for the practical exam by conducting practical sessions.
- b) Participating in the examination committee without proper preparation and knowledge of the subject.**
- c) Providing materials and tools used in the profession.
- d) Organizing internships and vocational placements for students.

Correct answer: b) Participating in the examination committee without proper preparation and knowledge of the subject.

2.4.3. Conducting monitoring and evaluation of activities in the area of employer involvement in the organization of vocational exams

9. Which tool is most appropriate for collecting direct feedback from employers?

- a) Online surveys.**
- b) Workplace observations.
- c) Focus groups.
- d) Document analysis.

Correct answer: a) Online surveys.

10. Which method should be used to obtain detailed information about the interaction between students and employers during exams?

- a) Surveys.
- b) Observations.**
- c) Document analysis.
- d) Interviews.

Correct answer: b) Observations.

11. Feedback from employers is collected only after the completion of vocational exams.

- a) True.
- b) False.**

Correct answer: b) False.

12. How often should the monitoring of activities involving employer engagement in the organization of vocational exams be conducted?

- a) Only once, after the first exam cycle.
- b) Every school year.
- c) After each exam.**
- d) Every five years.

Correct answer: c) After each exam.

13. Which of the following elements is not typically analyzed in the evaluation process of employer engagement in vocational exams?

- a) Effectiveness of communication between the school and employers.
- b) Employer satisfaction with exam results.
- c) Impact of exam results on companies' financial performance.**
- d) Students' preparation for the job market.

Correct answer: c) Impact of exam results on companies' financial performance.

2.4.4. Defining and explaining what career counseling is

14. Career counseling is ...

- a) A labor market service primarily aimed at unemployed or job-seeking adults.
- b) Providing career development support to individuals of all ages and at all stages of their careers.
- c) Organized and planned activities aimed at supporting students in making informed and independent educational and career decisions.**

Correct answer: c) Organized and planned activities aimed at supporting students in making informed and independent educational and career decisions.

15. Select all correct answers that indicate the specific objectives of career counseling for students from the perspective of employers.

Access to future employees: Employers want young people to be aware of various career paths and have access to labor market information.	☐
Skill development: Employers expect students to acquire the skills necessary for job performance.	☐
Preventing workforce gaps: Employers view career counseling as a tool to prevent future workforce shortages.	☐
Understanding industry specifics: By making informed and independent educational decisions, students can better understand the specifics of various industries.	☐

Correct answer:

Access to future employees: Employers want young people to be aware of various career paths and have access to labor market information.	X
Skill development: Employers expect students to acquire the skills necessary for job performance.	X
Preventing workforce gaps: Employers view career counseling as a tool to prevent future workforce shortages.	X

16. Identify what is the main goal of vocational guidance from the student's perspective?

- a) Getting to know oneself only.
- b) Acquiring knowledge about vocational predispositions and interests through completing a test.

c) Supporting the student in the process of conscious and independent decision-making regarding education and career choices.

Correct answer: c) Supporting the student in the process of conscious and independent decision-making regarding education and career choices.

2.4.5. Identification of who can be internally and externally involved in the implementation of vocational guidance in schools, as well as the benefits for employers and other participants of the vocational guidance process in schools, and the tasks of the employer

17. Identify who can be involved in conducting vocational guidance classes for students in vocational schools:

- a) Vocational counselor.
- b) Parents of students.
- c) Employers.

d) All answers are correct.

Correct answer: d) All answers are correct.

18. Indicate the benefits for an employer participating in vocational guidance activities for vocational school students.

- a) Promotion of vocational school.
- b) Cooperation with future employees.**
- c) Professional development of their employees.

Correct answer: b) Cooperation with future employees.

19. Select all the correct answers indicating in which activities related to vocational guidance for vocational school students representatives of employers can be involved.

Employers can be invited to participate in group meetings with students, during which they talk about themselves, the profession they work in, their career path, the company, etc.	☐
Employers can participate in educational or job fairs organized for primary school students.	☐
Employers can be involved in meetings with parents or legal guardians of vocational school students.	☐
Employers may be interested in promoting their company among teachers.	☐

Correct answer:

Employers can be invited to participate in group meetings with students, during which they talk about themselves, the profession they work in, their career path, the company, etc.	X
Employers can participate in educational or job fairs organized for primary school students.	X
Employers can be involved in meetings with parents or legal guardians of vocational school students.	X

2.4.6. Monitoring and evaluation of activities involving employers in vocational guidance

20. The term “triangulation principle” in research refers to:

- a) the principle by which relevant questions enabling the diagnosis of the reality of our area of interest will be formulated in the monitoring process.
- b) data collection from various stakeholders involved in the action, from different sources, and preferably utilizing mutually complementary methods and tools.**
- c) ensuring adequate sampling, using “similar” tools, meaning those in which we obtain responses to the same question from different sources and perspectives, conducting the research by professionally prepared individuals, and ensuring the credibility and authenticity of the gathered information, data.

Correct answer: b) data collection from various stakeholders involved in the action, from different sources, and preferably utilizing mutually complementary methods and tools.

21. The term “monitoring” refers to:

- a) research that allows assessing the effectiveness and quality of actions and adapting them to the needs of recipients.
- b) a continuous process of gathering information about the implementation of an action.**
- c) both answers are correct.

Correct answer: b) a continuous process of gathering information about the implementation of an action.

22. The term “evaluation” refers to:

- a) research that allows assessing the effectiveness and quality of actions and adapting them to the needs of recipients.**
- b) a continuous process of gathering information about the implementation of an action.
- c) both answers are correct.

Correct answer: a) research that allows assessing the effectiveness and quality of actions and adapting them to the needs of recipients.

2.4.7. Project planning and goal setting

23. Is “Acceptable” one of the SMART goal characteristics?

- a) Yes.
- b) No.**

Correct answer: b) No.

24. Is the Gantt chart the best tool for visualizing task dependencies in a project?

- a) Yes.**
- b) No.

Correct answer: a) Yes.

25. Is ignoring a typical risk response strategy in project management?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

26. Is net project profit typically included in the project budget?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

27. Does the letter 'I' in the RACI matrix indicate the person who is informed about the progress?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

2.4.8. Assigning and allocating tasks to project team members

28. Are personal preferences in music style a recommended criterion for selecting project team members?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

29. Should tasks be assigned to project team members based on their competencies?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

30. Is the main purpose of creating a competency matrix for the project team to understand and visualize the skills of each team member?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

31. Do the Agile and Scrum methodologies promote autonomy and responsibility among team members?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

32. Is the main purpose of conducting an integrative mini-project at the end of the training to integrate knowledge from the entire course by the participants?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

2.4.9. Project Implementation

33. Should a project plan include only the schedule?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

34. Is the main purpose of monitoring project progress to identify deviations from the plan and manage them?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

35. Is ignoring risk a key element of risk management in a project?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

36. Should a problem in the project be ignored when it arises?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

37. Should the final project report include only the project costs?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

2.4.10. Monitoring and Evaluation of the Project

38. Should participants use project management tools to monitor project progress?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

39. Should the definition of a measurement methodology for project objectives only include quantitative indicators?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

40. Should project evaluation planning be conducted only after the project is completed?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

41. Should every risk management plan include risk minimization strategies and contingency plans?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

42. Should identifying problems in achieving project goals lead to immediate project termination?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

2.4.11. Characterizing the process of awarding qualifications applicable in the school and determining opportunities for supplementing qualifications

43. Are professional qualifications skills and knowledge related to a specific profession, confirmed by the education system?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

44. Do elements of professional qualifications consist solely of specialized practical knowledge?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

45. Are marketable qualifications skills required by the job market, which are not always formally certified?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

46. Should a curriculum tailored to the needs of the job market combine theoretical knowledge, practical skills, and soft skills?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

2.4.12. Recognition of professional qualifications in European countries

47. Is a regulated profession one that requires meeting specific requirements in a given country?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: a) Yes.

48. Is the European Professional Card a paper document?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

49. Does every EU member state have the same procedures for recognizing professional qualifications?

a) Yes.

b) No.

Correct answer: b) No.

2.5. Test for a modular unit M1.U5. Training of vocational school teachers in cooperation with employers

2.5.1. Explaining the benefits for companies' involvement in teacher professional development

1. Can teachers apply the knowledge gained in business to develop or update VET curricula?

a) Teachers can use industry knowledge to create more relevant curricula.

b) Business knowledge is unrelated to curriculum development.

c) Curricula are only developed by educational specialists, not influenced by business knowledge.

2. Can the participation of VET teachers in professional development programmes in partnership with businesses enhance the reputation of the institution as a high-quality provider in the region?

a) Such participation has no impact on the institution's reputation.

b) Only academic achievements can enhance an institution's reputation, not business partnerships.

c) It can enhance the institution's reputation as a high-quality provider.

3. Can VET teachers better align their teaching and institutional programmes with current labour market requirements?

a) Educational programs are set by the government and cannot be changed to meet labor market requirements.

b) Teachers can align their programs with labor market needs by staying informed on industry trends.

- c) VET teachers have no influence over aligning programs with labor market trends.
- 4. There is the possibility of developing mentoring programmes where experienced business professionals mentor teachers of VET?**
 - a) Mentoring programs can be developed where business professionals mentor VET teachers.**
 - b) Mentoring is not typically offered by business professionals to teachers.
 - c) Mentoring programs are exclusive to academic mentors within educational institutions.
- 5. Can working with education networks and teachers' unions to share information help achieve partnerships between businesses and VET institutions?**
 - a) Collaborating with education networks and unions can help establish partnerships.**
 - b) Unions typically do not engage in partnerships with businesses.
 - c) Education networks are separate entities that do not involve businesses in their activities.
- 6. Is it possible that entrepreneurs can be invited to participate in advisory boards or committees within VET institutions?**
 - a) Entrepreneurs are not allowed to join educational boards or committees.
 - b) Only government officials are permitted to be part of advisory boards in VET institutions.
 - c) Entrepreneurs can be invited to participate in advisory boards to provide industry insights.**
- 7. Is it possible that entrepreneurs can apply the training techniques and knowledge shared with educators to improve their own employee development programs?**
 - a) Training techniques used in education are irrelevant to corporate employee development.
 - b) Entrepreneurs can adapt educational training techniques to improve their own staff development.**
 - c) The knowledge shared in educational settings is not applicable to business environments.

2.5.2. Identifying new areas of teacher education in enterprises

- 8. How to identify the gaps between the professional offerings of the school and the changes in the field in business?**
 - a) Regular industry consultations and feedback sessions can help identify discrepancies between what is taught and what is needed in the workforce.**
 - b) By only reviewing the curriculum every ten years, schools can detect and address gaps effectively.
 - c) Gaps can be identified solely through student feedback without needing input from industry partners.
- 9. How can we develop a structured approach to identifying opportunities to improve teacher education?**
 - a) Implementing a structured approach is unnecessary; improvements can be made as issues arise on an ad hoc basis.
 - b) Only having senior school management periodically review the curriculum is sufficient to identify improvement opportunities.
 - c) Establishing a collaborative committee with members from both the educational institution and industry to continuously assess and suggest improvements.**

10. How can we identify the needs of businesses in relation to innovation?

- a) Relying on outdated industry reports is sufficient to understand current innovation needs.
- b) Conducting regular surveys and interviews with industry partners to understand their current and future innovation needs.**
- c) Innovation needs can be inferred from general market trends without direct input from businesses.

11. What are the key criteria for assessing and prioritizing training areas?

- a) Collaboration between school leadership and industry partners in decision-making ensures that training areas are relevant and beneficial to both parties.**
- b) Popularity among students should be the sole criterion for prioritizing training areas.
- c) The ease of implementing training programs should be the primary factor in deciding which areas to prioritize.

12. Is there an opportunity for both school leadership and industry partners to be involved in the decision-making process to ensure that the selected training areas meet the needs of both parties?

- a) Collaborating with education networks and unions can help establish partnerships.**
- b) industry partners should not have a say in the decision-making process, as educational institutions know best.
- c) The decision-making process should be entirely led by school leadership with no need for industry input.

13. Is there a need for ongoing VET engagement with business to foster long-term partnerships that benefit both the school and the industry?

- a) Once a partnership is established, there is no need for ongoing engagement.
- b) Regular engagement is unnecessary as the needs of businesses do not change significantly over time.
- c) Continuous engagement with business is crucial for maintaining up-to-date training programs and fostering long-term, mutually beneficial partnerships.**

2.5.3. Identifying teachers' training needs and their interest in professional development in enterprises

14. Should the training needs identified be aligned with the strategic goals of the business, such as improving employee performance or increasing customer satisfaction?

- a) The identified training needs should be aligned with the strategic goals of the business.**
- b) Training needs should only focus on teachers' preferences, not business goals.
- c) Aligning training needs with business goals is unnecessary as they serve different purposes.

15. Specific roles and responsibilities should be assigned to team members involved in the TNA process. For example, could one team be responsible for data collection, another for data analysis, and another for stakeholder engagement?

- a) All team members should handle all aspects of the TNA process to avoid specialization.
- b) Assigning specific roles leads to inefficiencies and duplication of effort.

c) Assigning specific roles and responsibilities ensures an organized and efficient TNA process.

16. Should a detailed report be prepared describing the findings of the TNA, including prioritized training needs and recommendations for professional development programs?

- a) A brief summary is sufficient to communicate the results of the TNA.

b) A detailed report should be prepared to document findings and recommendations

- c) Preparing a detailed report is unnecessary and time-consuming.

17. Monitoring of the data collection process for a TNA should be ongoing to ensure that it remains on track.

a) Ongoing monitoring is essential to ensure the data collection process stays on track.

- b) Monitoring the data collection process should only be done at the end to check for completeness.

- c) Monitoring the data collection process is not needed once it has been initiated.

2.5.4. Verifying the possibility of improving teachers in the enterprise

18. What is the structure of the report for a verification report?

a) The structure of a verification report typically includes an introduction, a summary of the company's credentials, the methodology used for verification, findings and analysis, and a conclusion with recommendations.

- b) The structure of a verification report only requires a brief company overview and a list of services offered by the company.

- c) The structure of a verification report consists only of a cover page and an appendix of references, as the main content is optional.

19. What is the step-by-step plan for designing and implementing the verification methodology?

- a) The plan includes selecting random companies, sending a survey, and assuming the results are accurate without further analysis.

- b) The plan consists of only conducting a background check on the company and then proceeding with the training without additional steps.

c) The step-by-step plan involves defining the criteria for verification, gathering relevant data, conducting interviews or assessments, analyzing the data, and compiling the findings into a structured report.

20. What parties are involved in the process of organizing the professional development of teachers in enterprises?

- a) Only the teachers and the training company are involved in the process; no input from school administrators or other stakeholders is required.

b) The parties involved typically include the training company, school administrators, teachers, and sometimes a third-party consultant or legal advisor.

- c) The only parties involved are the company providing the training and the school's finance department.

21. Is it important to identify who is responsible for the costs associated with the professional development of teachers in enterprises?

- a) It is crucial to identify who is responsible for the costs to avoid misunderstandings and ensure that the financial aspects of the training are clearly defined and agreed upon by all parties.
- b) Identifying who is responsible for the costs is unnecessary; these details can be worked out after the training has begun.
- c) It is not important because the costs are typically shared equally without needing any prior agreement.

22. Is it necessary to develop the agreement with legal consultation?

- a) It is advisable to develop the agreement with legal consultation to ensure that all terms are legally sound and protect the interests of all parties involved.
- b) Legal consultation is unnecessary; a standard agreement template can be used without customization.
- c) The agreement does not need legal consultation as it is a simple document that does not require legal expertise.

2.5.5. Organizing in-service training for teachers in enterprises

23. Incorporate practical workshops where teachers can directly apply what they learn. These workshops should be co-organised by industry professionals and educational experts to ensure both practical and pedagogical value.

- a) Co-organising practical workshops with industry professionals and educational experts ensures both practical relevance and pedagogical effectiveness.
- b) Workshops should only be organised by educational experts, as they know best how to deliver content to teachers.
- c) Industry professionals should lead the workshops alone, as they have the most relevant practical experience.

24. Should educators work closely with business representatives to ensure that content is aligned with industry standards and expectations?

- a) Educators should work independently, as they know best what students need to learn, without input from businesses.
- b) Businesses should dictate the content entirely, without the need for educators' input.
- c) collaboration between educators and business representatives is essential to ensure that the content meets industry standards and expectations.

25. Establish communication protocols to ensure regular and open dialogue between team members. This helps ensure a smooth flow of information and quick resolution of any problems that may arise during project development.

- a) Communication protocols are unnecessary; team members should handle communication as they see fit.

- b) Establishing communication protocols is crucial for maintaining open dialogue, smooth information flow, and quick problem resolution during project development.**
- c) too much communication can slow down the project, so it's better to keep dialogue minimal.
- 26. Communication protocols should be established to ensure regular and open dialogue between team members. Will this contribute to the smooth flow of information and the rapid resolution of any issues that may arise during the development of the programme?**
- a) Establishing communication protocols contributes to a smooth flow of information and rapid issue resolution during programme development.**
- b) Communication protocols tend to create bottlenecks, delaying the resolution of issues.c) It is not important because the costs are typically shared equally without needing any prior agreement.
- c) Informal communication is sufficient, and formal protocols are unnecessary.
- 27. Will we need to work closely with both educators and industry experts to develop content that aligns with the defined learning outcomes?**
- a) Close collaboration with educators and industry experts is necessary to develop content that aligns with the defined learning outcomes.**
- b) Only educators need to be involved in developing content; industry experts' input is not required.
- c) Industry experts should be solely responsible for content development, with minimal input from educators.
- 28. Should trainers have significant experience in their respective disciplines to ensure that they have practical, up-to-date knowledge that is relevant to the training?**
- a) Trainers should have significant experience in their respective disciplines to provide relevant and up-to-date knowledge.**
- b) Practical experience is unnecessary; theoretical knowledge is sufficient for trainers.
- c) Trainers should focus on soft skills rather than discipline-specific experience.
- 29. Gather feedback from both company representatives and potential training participants to assess the levels of trainer preparation. This can inform any areas where additional support or development may be required.**
- a) Feedback should only be gathered from company representatives, as they are the primary stakeholders in the training.
- b) Feedback should only be collected after the training is complete, not during preparation.
- c) Gathering feedback from both company representatives and potential training participants is crucial to assess trainer preparation and identify areas needing additional support.**
- 30. Should we work with both school representatives and company representatives to establish clear learning objectives that describe what teachers are expected to achieve at the end of the training?**
- a) Only school representatives should be involved in setting learning objectives, as they understand educational needs best.
- b) Working with both school and company representatives is essential to establish clear learning objectives that align with expectations.**

- c) Learning objectives should be left vague to allow for flexibility in how the training is conducted.

31. Should there be detailed scoring guides outlining the criteria for assessing specific skills or competencies, which should be co-authored with the company representative to ensure alignment with industry standards?

- a) Detailed scoring guides co-authored with the company representative ensure that assessments are aligned with industry standards, providing clear criteria for evaluating specific skills or competencies.
- b) Scoring guides should be created solely by educators, as they have the expertise in assessing students, without needing input from company representatives.
- c) Scoring guides are unnecessary; informal assessments and general feedback are sufficient for evaluating specific skills or competencies.

32. Is it necessary to develop monitoring procedures in conjunction with the company representative to ensure that both educational and industry objectives are met?

- a) Developing monitoring procedures in conjunction with the company representative is necessary to ensure that both educational and industry objectives are met, ensuring the relevance and effectiveness of the programme.
- b) Monitoring procedures should be developed independently by the educational institution, as they are best equipped to meet their own objectives without needing industry input.
- c) Monitoring procedures are not necessary; trust in the process will naturally lead to meeting both educational and industry objectives without formal oversight.

2.5.6. Monitoring and evaluating the professional development of teachers in enterprises

33. Are Case Studies documenting specific examples of how teachers have implemented the new skills in their classrooms that may be valuable to both the educational institution and the business?

- a) Case studies are valuable as they document specific examples of how teachers have implemented new skills, benefiting both the educational institution and the business.
- b) Case studies are generally not useful in this context as they only provide anecdotal evidence and do not contribute to the evaluation.
- c) Case studies are mainly for academic purposes and do not offer practical value for businesses or educational institutions.

34. Are there tools for evaluating teachers' professional development in collaboration with businesses?

- a) Tools specifically designed for evaluating teacher professional development in collaboration with businesses do not exist; general tools are used instead.
- b) Tools for evaluating teachers' professional development are only relevant within educational institutions and not in collaboration with businesses.
- c) There are specific tools such as online surveys, interviews, and observation frameworks designed to evaluate teachers' professional development in collaboration with businesses.

35. This analysis provides a comprehensive approach to evaluating and improving the teacher training process in business, ensuring that training remains relevant, effective, and aligned with both teacher and industry objectives.

a) False

b) True

36. Are tools such as surveys, questionnaires, and observation checklists used to collect information on trainer performance, engagement, and skills acquisition during the training process?

a) Tools like surveys, questionnaires, and observation checklists are widely used to collect data on trainer performance, engagement, and skills acquisition during training.

b) These tools are outdated and not typically used to evaluate trainer performance or skills acquisition during the training process..

c) Tools such as surveys and questionnaires are only used after the training process to assess overall satisfaction, not for ongoing data collection.

37. If, for example, the aim of an evaluation was to strengthen specific teaching skills, should the data reflect whether these skills have improved?

a) The data collected should directly reflect whether the specific teaching skills targeted by the evaluation have improved.

b) It is not necessary for the data to reflect the improvement of specific skills; general feedback is sufficient.

c) The data should only focus on overall satisfaction with the training, rather than the improvement of specific skills.

3.

BANK TESTÓW – WERSJA POLSKA

1) Instrukcja do testu na wejściu do jednostki modułowej

Wprowadzenie przed rozpoczęciem testu

Test na wejściu do jednostki modułowej

Zachęcamy do wypełnienia testu, celem którego jest zdiagnozowanie Twojej wiedzy i umiejętności na wejściu. Wypełnienie testu jest ważne, gdyż dzięki niemu dowiesz się, czy powinieneś przerabiać dany materiał, czy też możesz przejść do następnej partii.

W teście zastosowano różnego rodzaju pytania:

- 1) Typu „prawda – fałsz”, w których masz ocenić prawdziwość podanych danych;
- 2) Jednokrotnego wyboru, tj. z trzech wariantów odpowiedzi masz wskazać jedną poprawną odpowiedź;
- 3) Wielokrotnego wyboru;
- 4) Zadania z luką.

Powodzenia!

Komunikat po zakończeniu testu:

Będą 2 warianty odpowiedzi

- 1) Nie rozwiązałeś wszystkich zadań, w związku z tym zasadne jest abyś zapoznał się treściami danej jednostki szkoleniowej.
- 2) Gratulacje, udzieliłeś poprawnych odpowiedzi na wszystkie pytania. Twój wynik pozwala na stwierdzenie, że materiał masz bardzo dobrze opanowany.

Możesz teraz pobrać certyfikat potwierdzający opanowanie przez Ciebie danego zakresu tematycznego.

Pomimo tego, zachęcamy Ciebie do rozważenia opcji zapoznania się z treścią danej jednostki szkoleniowej.

Natomiast w przypadku, gdy uznasz, że poziom Twojej wiedzy i umiejętności jest dla Ciebie satysfakcjonującym, to zachęcamy do przejścia do wykonania testu na wejściu do kolejnej jednostki szkoleniowej.

2) Instrukcja do testu po zakończeniu jednostki modułowej

Przed momentem zakończyłeś zdobywanie wiedzy i umiejętności z jednostki modułowej, teraz kolei na sprawdzenie poziomu ich opanowania. W tym celu przygotowaliśmy dla Ciebie test.

W teście zastosowano różnego rodzaju pytania:

- 1) Typu „prawda – fałsz”, w których masz ocenić prawdziwość podanych danych;
- 2) Jednokrotnego wyboru, tj. z trzech wariantów odpowiedzi masz wskazać jedną poprawną odpowiedź.
- 3) Wielokrotnego wyboru;
- 4) Zadania z luką.

Powodzenia!

Instrukcja po zakończeniu testu:

Będą 2 warianty odpowiedzi

- 1) Odpowiedziałeś dobrze na mniej niż 80% pytań, w związku z tym zasadne jest abyś rozważył możliwość ponownego powtórzenia realizacji danej jednostki szkoleniowej lub do sięgnięcia do dodatkowych materiałów szkoleniowych opracowanych w ramach projektu w formie pakietu edukacyjnego. W materiałach tych znajdziesz także dodatkowe źródła literaturowe, dzięki którym możesz uzupełnić i rozszerzyć swoją wiedzę oraz umiejętności. Wybór pozostawiamy Tobie.
- 2) Gratulacje, udzieliłeś poprawnych odpowiedzi na ponad 80% pytań. Twój wynik pozwala na stwierdzenie, że ten materiał masz bardzo dobrze opanowany.

Pomimo tego, zachęcamy Ciebie do rozważenia opcji zapoznania się z dodatkowymi materiałami szkoleniowymi opracowanymi w ramach projektu w formie pakietu edukacyjnego. W materiałach tych znajdziesz także dodatkowe źródła literatury, dzięki którym możesz rozszerzyć swoją wiedzę i umiejętności.

Możesz teraz pobrać certyfikat potwierdzający opanowanie przez Ciebie danego zakresu tematycznego.

3.1. Test dla jednostki modułowej M1.J1. Pozyskiwanie firm zewnętrznych do współpracy i promocja kształcenia zawodowego

3.1.1. Opracowanie strategii marketingowej dla szkoły zawodowej w celu rozwijania współpracy z firmami

1. Korzystanie z dobrego planu marketingowego, aby firma mogła wybrać instytucję edukacyjną wymaga:
 - a) Zdefiniowania wizji i misji instytucji edukacyjnej w celu nagłośnienia korzyści płynących dla uczniów odbywających staże w firmie i nawiązania współpracy między obiema stronami.
 - b) Informowania firmy o korzyściach płynących ze szkoleń zawodowych.
 - c) Informowania przyszłych uczniów o szkoleniach prowadzonych we wspomnianej instytucji edukacyjnej.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) wszystkie odpowiedzi są poprawne.

2. Co powinien zawierać plan marketingowy?

- a) Określenie wizji i misji instytucji edukacyjnej.
- b) Określenie wizerunku instytucji edukacyjnej.
- c) Określać, jaką strategię chcesz zastosować instytucja edukacyjna, aby osiągnąć cel ukierunkowany na podjęcie współpracy z firmą.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

3. Zarządzanie strategiczne sprowadza się do:

- a) **Zdefiniowania wizji i misji firmy, sformułowania kilka możliwych strategii i wybrania najbardziej odpowiedniej do osiągnięcia celów określonych w misji firmy, a na koniec skontrolowania skuteczności strategii w osiąganiu celów firmy.**
- b) Zdefiniowania wizji i misji firmy lub jednostki biznesowej oraz ustanowienia krótko- i długoterminowych celów w celu osiągnięcia misji firmy.
- c) Zapewnienia działań niezbędnych do skutecznej realizacji strategii i kontroli skuteczności strategii w osiąganiu celów firmy.

Poprawna odpowiedź: a) Zdefiniowania wizji i misji firmy, sformułowania kilka możliwych strategii i wybrania najbardziej odpowiedniej do osiągnięcia celów określonych w misji firmy, a na koniec skontrolowania skuteczności strategii w osiąganiu celów firmy.

4. Wskaż, co należy wziąć pod uwagę w działaniach marketingowych:

- a) Wszystko, w tym produkcję i sprzedaż.
- b) Musisz sprzedawać to, co rozwijasz.
- c) **Należy poznać potrzeby konsumenta i starać się je zaspokoić.**
- d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: c) Należy poznać potrzeby konsumenta i starać się je zaspokoić.

5. Wskaż, które z poniższych terminów są prawidłowe w odniesieniu do marketingu:

- a) Tworzy potrzeby w umyśle konsumenta.
- b) Uważa, że znajomość potrzeb konsumenta nie jest konieczna.
- c) Nie jest przydatna, gdy na rynku istnieje konkurencja.

d) Żadna odpowiedź nie jest poprawna.

Poprawna odpowiedź: d) Żadna odpowiedź nie jest poprawna.

6. Wskaż, które stwierdzenia są prawdziwe:

- a) Wszystko, co jest produkowane, jest sprzedawane.
- b) Jeśli produkt jest wysokiej jakości, nie trzeba go promować.
- c) Należy myśleć o potrzebach konsumenta i starać się je zaspokoić.

d) Wszystkie odpowiedzi są fałszywe.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są fałszywe.

7. Różnica między marketingiem a sprzedażą polega na tym, że:

- a) Marketing nie jest uzupełnieniem sprzedaży.
- b) Sprzedaż nie opiera się na długoterminowych strategiach, marketing na krótkoterminowych działaniach.

c) Sprzedaż polega na sprawianiu, by klient chciał tego, co produkuje firma; marketing polega na sprawianiu, by firma produkowała to, czego chce klient.

Poprawna odpowiedź: c) Sprzedaż ma na celu sprawienie, by klient chciał tego, co produkuje firma; marketing ma na celu sprawienie, by firma produkowała to, czego chce klient.

8. Które z poniższych stwierdzeń jest prawdziwe?

- a) Marketing to sposób pojmowania relacji wymiany między dwiema lub więcej stronami.
- b) Marketing to zestaw technik służących do realizacji relacji między dwiema lub więcej stronami na różne sposoby.

c) Wszystkie odpowiedzi są fałszywe.

- d) Marketing opiera się na trzech podstawowych punktach: produkcji, dystrybucji i promocji.

Poprawna odpowiedź: c) Wszystkie odpowiedzi są fałszywe.

9. Do jakich działań można zastosować marketing?

- a) Marketing towarów konsumpcyjnych.
- b) Świadczenia usług.
- c) Działalności związkowej.

d) Wszystkie odpowiedzi są prawdziwe.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są prawdziwe.

10. Jakich działań nie można zastosować w marketingu?

- a) Marketing towarów konsumpcyjnych.
- b) Świadczenie usług.
- c) Działalności związkowej.

d) Takich, w których nie dochodzi do wymiany wartości między dwoma lub więcej stronami.

Poprawna odpowiedź: d) Takich, w których nie dochodzi do wymiany wartości między dwoma lub więcej stronami.

11. Marketing:

- a) to tworzenie potrzeb.

b) to identyfikacja, tworzenie lub rozwijanie popytu.

- c) to znajomość potrzeb konsumenta nie jest konieczna.

- d) Jest przydatny, gdy na rynku nie ma konkurencji.

Poprawna odpowiedź: b) to identyfikacja, tworzenie lub rozwijanie popytu.

12. Jak w marketingu nazywa się drogi, przez które produkty przechodzą od producenta do konsumenta końcowego?

- a) Drogi pośredników.

b) Kanały dystrybucji.

- c) Kryteria podejścia.

- d) Punkty sprzedaży.

Poprawna odpowiedź: b) Kanały dystrybucji.

13. Jak rozumiana jest promocja w marketingu?

- a) Ma na celu poprawę wizerunku marki.

- b) Dąży do reklamy, aby zwiększyć swoją siłę.

c) Dąży do koordynacji i usprawnienia wszystkich prowadzonych działań marketingowych.

Poprawna odpowiedź: c) Dąży do koordynacji i usprawnienia wszystkich prowadzonych działań marketingowych.

14. Działania marketingowe skierowane do konsumentów:

a) Zwiększają sprzedaż produktu.

- b) Nie zawsze zwiększają sprzedaż produktu.

- c) Nie są wysoko cenione przez konsumentów.

- d) Nie wpływają na decyzje zakupowe klientów.

Poprawna odpowiedź: a) Zwiększają sprzedaż produktu.

15. Które z poniższych wymagań nie jest konieczne podczas planowania kampanii marketingowej?

- a) Określenie celu do promowania.

b) Przeanalizowanie kampanii promocyjnych przeprowadzonych wcześniej przez konkurencję.

- c) Przypisanie budżetu do kampanii.

Poprawna odpowiedź: b) Przeanalizowanie kampanii promocyjnych przeprowadzonych wcześniej przez konkurencję.

16. Spółka chce wygenerować płynność finansową w ciągu trzech miesięcy, ponieważ musi dokonać pewnych płatności, których nie można odroczyć, a nie posiada środków pieniężnych. Aby rozwiązać problem:

- a) Z marketingowego punktu widzenia nie można nic zrobić.

- b) Pożyczkę można uzyskać tylko w banku.

- c) Rozwiązanie problemu za pomocą kampanii reklamowej.

d) Można przeprowadzić promocję sprzedaży swojego produktu, wiedząc, że szybko doprowadzi to do zwiększenia sprzedaży i przyływu gotówki.

Poprawna odpowiedź: d) Można przeprowadzić promocję sprzedaży swojego produktu, wiedząc, że szybko doprowadzi to do zwiększenia sprzedaży i przyływu gotówki.

17. Które stwierdzenie jest prawdziwe z marketingowego punktu widzenia?

- a) Cele można osiągnąć tylko w jeden sposób.
- b) Osobą odpowiedzialną za opracowywanie strategii musi być zawsze właściciel firmy.

c) Cele mogą być osiągane na różne sposoby, tj. przy użyciu różnych strategii.

- d) Dział marketingu nie jest odpowiedzialny za określanie strategii.

Poprawna odpowiedź: c) Cele mogą zostać osiągnięte na różne sposoby, tj. przy użyciu różnych strategii.

18. Strategia to:

- a) Działania, które zostaną wykonane przy użyciu zmiennej ceny.

b) Skoordynowany zestaw działań ze zmiennymi marketingowymi, umożliwiającymi podążanie za celami firmy.

- c) Elementy kontroli, które będą informować firmę o realizacji celów.
- d) Żadne z powyższych nie jest prawdziwe.

Poprawna odpowiedź: b) Skoordynowany zestaw działań ze zmiennymi marketingowymi, umożliwiającymi podążanie za celami firmy.

19. Prognozy planu marketingowego to:

- a) Badania dotyczące konkurencji.

b) Zestaw elementów służących do weryfikacji zgodności z planem.

- c) Główne cele misji.
- d) Możliwe opinie, na które firma może się zdecydować.

Poprawna odpowiedź: b) Zestaw elementów służących do weryfikacji zgodności z planem.

20. Wskaż, które zadania nie powinny być planowane w ramach kampanii marketingowej:

- a) Analiza mocnych i słabych stron firmy.
- b) Znajomość bazy klientów firmy.**
- c) Sprawdzenie potencjału zadłużenia spółki.
- d) Przygotowanie marketingu mix dla firmy.

Poprawna odpowiedź: b) Znajomość bazy klientów firmy.

21. Plany marketingowe:

a) Służą jako przewodnik dla firmy, aby osiągnąć swoje cele.

- b) Muszą być zamawiane od wyspecjalizowanej firmy, która zna rynek.
- c) Są bezużyteczne.
- d) Ich celem jest raportowanie ewolucji sprzedaży w określonym czasie.

Poprawna odpowiedź: a) Służą jako przewodnik dla firmy, aby osiągnąć swoje cele.

22. Pojęcie planowania w marketingu odnosi się do:

- a) Analizy ostatniego roku finansowego spółki.
- b) Projektu dotyczącego przyszłości.**
- c) Projektu dotyczącego ewolucji rynku niektórych produktów.
- d) Listy głównych cech zaobserwowanych w firmie.

Poprawna odpowiedź: b) Projektu dotyczącego przyszłości.

23. Jaki jest główny cel marketingu?

- a) Maksymalizacja krótkoterminowej rentowności.
- b) Zaspokajanie potrzeb klientów i tworzenie wartości.**
- c) Ograniczenie konkurencji.

Poprawna odpowiedź: b) Zaspokajanie potrzeb klientów i tworzenie wartości.

24. Czym jest segmentacja rynku w marketingu?

- a) Podział firmy na różne działy.
- b) Strategia marketingowa ukierunkowana na jeden rynek.
- c) Podział rynku na jednorodne grupy klientów.**
- d) Eliminacja konkurencji na rynku.

Poprawna odpowiedź: c) Podział rynku na jednorodne grupy klientów.

25. Czym jest pozycjonowanie w marketingu?

- a) Fizyczna lokalizacja produktu w sklepie.
- b) Wizerunek i postrzeganie produktu przez konsumentów.**
- c) Końcowy etap planu marketingowego.

Poprawna odpowiedź: b) Wizerunek i postrzeganie produktu przez konsumentów.

26. Która z poniższych strategii jest strategią marketingu niszowego?

- a) Ukierunkowanie na szeroki i zróżnicowany rynek.
- b) Ukierunkowanie na mały i specyficzny segment rynku.**
- c) Całkowite ignorowanie rynku.
- d) Konkutowanie niskimi cenami we wszystkich segmentach rynku.

Poprawna odpowiedź: b) Ukierunkowanie na mały i specyficzny segment.

27. Czym jest ROI w marketingu?

- a) Zwrot z inwestycji.**
- b) Wskaźnik optymalizacji przychodów.
- c) Relacje z innymi konkurentami na rynku.

Poprawna odpowiedź: a) Zwrot z inwestycji.

28. Jaki jest główny cel strategii marketingowej?

- a) Podniesienie cen produktów.
- b) Generowanie atrakcyjnych i wartościowych treści w celu przyciągnięcia i zatrzymania klientów.**
- c) Zmniejszenie inwestycji w reklamę.
- d) Promowanie konkurencyjnych produktów.

Poprawna odpowiedź: b) Generowanie atrakcyjnych i wartościowych treści w celu przyciągnięcia i zatrzymania klientów.

29. Czym jest analiza mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń w marketingu?

- a) Techniką określania optymalnej ceny produktu.
- b) Modelem oceny konkurencji na rynku.
- c) Podejściem do identyfikacji wewnętrznych i zewnętrznych czynników wpływających na firmę.**
- d) Metodą pomiaru zwrotu z inwestycji w reklamę.

Poprawna odpowiedź: c) Podejściem do identyfikacji wewnętrznych i zewnętrznych czynników wpływających na firmę.

30. Czym jest marketing partyzancki?

- a) Agresywna strategia marketingowa skierowana do dużych firm.
- b) Wykorzystanie taktyki wojskowej w reklamie.
- c) Kreatywna i ekonomiczna strategia marketingowa wykorzystująca niekonwencjonalne podejścia.**
- d) Promowanie pokoju na świecie poprzez reklamę.

Poprawna odpowiedź: c) Kreatywna i ekonomiczna strategia marketingowa wykorzystująca niekonwencjonalne podejście.

31. Jaki jest główny cel badań rynkowych w marketingu?

- a) Generowanie natychmiastowej sprzedaży.
- b) Uzyskanie danych demograficznych o pracownikach.
- c) Dokładne zrozumienie klientów i rynku.**
- d) Ocena rentowności produktu.

Poprawna odpowiedź: c) Dokładne zrozumienie klientów i rynku.

32. Co oznacza „targetowanie” w marketingu?

- a) Osiągnięcie celu sprzedażowego.
- b) Określenie grupy docelowej kampanii marketingowej.**
- c) Obniżenie cen w celu przyciągnięcia większej liczby klientów.

Poprawna odpowiedź: b) Określenie grupy docelowej kampanii marketingowej.

33. Czym jest „branding” w marketingu?

- a) Proces tworzenia logo firmy.
- b) Strategia redukcji kosztów firmy.
- c) Budowa i zarządzanie marką i jej wizerunkiem.**
- d) Segmentacja rynku na mniejsze grupy.

Poprawna odpowiedź: c) Budowa i zarządzanie marką i jej wizerunkiem.

34. Który z wymienionych kanałów nie jest kanałem marketingu cyfrowego?

- a) Sieci społecznościowe.
- b) Poczta.**
- c) Marketing e-mailowy.
- d) Reklama online.

Poprawna odpowiedź: b) Poczta.

35. Czym jest „pozycjonowanie rynku” w marketingu?

- a) Najniższa cena na rynku.
- b) Położenie geograficzne spółki.
- c) Wizerunek i postrzeganie marki przez konsumentów w odniesieniu do jej konkurentów.**
- d) Inwestycja w reklamę w mediach drukowanych.

Poprawna odpowiedź: c) Wizerunek i postrzeganie marki przez konsumentów w odniesieniu do jej konkurentów.

36. Czym jest marketing treści?

- a) Tradycyjna reklama w mediach drukowanych.
- b) Generowanie wartościowych i istotnych treści w celu przyciągnięcia i zatrzymania odbiorców.**
- c) Strategia cenowa spółki.
- d) Promocja produktów za pośrednictwem celebrytów.

Poprawna odpowiedź: b) Generowanie wartościowych i istotnych treści w celu przyciągnięcia i zatrzymania odbiorców.

37. Jaki jest cel atrakcyjnego opakowania w marketingu?

- a) Obniżenie kosztów produkcji.
- b) Utrudnienie znalezienia produktów.
- c) Zwiększenie postrzegania wartości i atrakcyjności produktu.**
- d) Unikanie konieczności reklamy.

Poprawna odpowiedź: c) Zwiększenie postrzegania wartości i atrakcyjności produktu.

38. Co uważasz za ważne w marketingu cyfrowym?

- a) Cena produktów.

b) Zwrot z inwestycji.

- c) Liczba pracowników firmy.
- d) Ilość papieru używanego w biurze.

Poprawna odpowiedź: b) Zwrot z inwestycji.

39. Wskaż, które zdanie jest poprawne. Jaki jest główny cel marketingu?

- a) Maksymalizacja długoterminowej rentowności.
- b) Spełnianie potrzeby producenta.
- c) Ograniczenie konkurencji.

d) Wszystkie odpowiedzi są fałszywe.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są fałszywe.

40. Wskaż nieprawidłowe zdanie:

- a) Marketing kreuje potrzeby.
- b) Identyfikacja, tworzenie lub rozwijanie popytu nie jest konieczne.

c) Znajomość potrzeb konsumenta nie jest konieczna.

Poprawna odpowiedź: c) Znajomość potrzeb konsumenta nie jest konieczna.

3.1.2. Promowanie współpracy na rzecz szkolnictwa zawodowego z otoczeniem, w tym z pracodawcami, za pośrednictwem mediów społecznościowych

41. Jaki jest główny cel strategii marketingowej w mediach społecznościowych?

- a) Zwiększenie kosztów operacyjnych.
- b) Pozyskanie jak największej liczby obserwujących.

c) Budowanie relacji z klientami.

- d) Obniżenie cen produktów.

Poprawna odpowiedź: c) Budowanie relacji z klientami.

42. Jakie są zalety i wady sieci społecznościowych?

- a) Każdy ma dostęp do informacji, ma możliwość interakcji z innymi ludźmi bez konieczności ich znajomości.
- b) Utrata prywatności.
- c) Brak bezpieczeństwa.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

43. Czym jest X (Twitter)?

a) Jest to sieć społecznościowa, w której można napisać co się aktualnie dzieje.

- b) Jest to najczęściej używana sieć społecznościowa, ponieważ umożliwia udostępnianie zdjęć i wiadomości.

- c) Jest najczęściej odwiedzany, ponieważ umożliwia przesyłanie filmów.

Poprawna odpowiedź: a) Jest to sieć społecznościowa, w której można napisać co się aktualnie dzieje.

44. Czym jest sieć online?

- a) Jest to rozwiązanie, która zostało opracowane przy użyciu urządzeń elektronicznych.
b) Jest to rozwiązanie, które można rozwijać bez potrzeby korzystania z urządzeń elektronicznych.
c) To jest miejsce w sieci, w którym można nawiązywać online kontakty towarzyskie z większą liczbą osób.

Poprawna odpowiedź: c) To jest miejsce w sieci, w którym można nawiązywać online kontakty towarzyskie z większą liczbą osób.

45. Czym jest sieć offline?

- a) Jest to rozwiązanie, która zostało opracowane przy użyciu urządzeń elektronicznych.**
b) Jest to rozwiązanie, które można rozwijać bez potrzeby korzystania z urządzeń elektronicznych.
c) To jest miejsce w sieci, w którym można nawiązywać online kontakty towarzyskie z większą liczbą osób.

Poprawna odpowiedź: a) Jest to rozwiązanie, która zostało opracowane przy użyciu urządzeń elektronicznych.

46. Które z poniższych rozwiązań są sieciami społecznościowymi?

- a) Narzędzie analogowe i cyfrowe.
b) Warner Bros i Disney.

c) Facebook i Twitter (X).

Poprawna odpowiedź: c) Facebook i Twitter (X).

47. Czym jest sieć społecznościowa?

- a) Strona internetowa.
b) Są to struktury społeczne tworzone przez grupy ludzi, które są połączone jednym lub kilkoma rodzajami relacji, takimi jak przyjaźń.
c) Sieć, która pozwala komunikować się ze znajomymi, których nie widzisz.

Poprawna odpowiedź: b) Są to struktury społeczne tworzone przez grupy ludzi, które są połączone jednym lub kilkoma rodzajami relacji, takimi jak przyjaźń.

48. Czym jest Facebook?

- a) Jest to forum, na którym ludzie mogą wyrażać swoje opinie.
b) Jest to najczęściej używana sieć społecznościowa, ponieważ umożliwia udostępnianie zdjęć i wiadomości.
c) Jest to sieć, w której można powiedzieć, co się aktualnie dzieje.

Poprawna odpowiedź: b) Jest to najczęściej używana sieć społecznościowa, ponieważ umożliwia udostępnianie zdjęć i wiadomości,

49. Czym jest You Tube?

a) Jest to forum.

b) Jest to sieć społecznościowa, która umożliwia udostępnianie filmów.

c) Była to najczęściej używana era, dopóki nie pojawił się Faceook.

Poprawna odpowiedź: b) Jest to sieć społecznościowa, która umożliwia udostępnianie filmów.

50. Czym jest Blogger?

a) Jest to forum.

b) Jest to sieć społecznościowa, która umożliwia tworzenie i publikowanie blogów online.

c) Jest to blog.

Poprawna odpowiedź: b) Jest to sieć społecznościowa, która umożliwia tworzenie i publikowanie blogów online.

51. Zaznacz nieprawidłową odpowiedź. Sieci społecznościowe zmieniły model komunikacji, poszukiwania informacji. Profil zawodowy, który jest odpowiedzialny za komunikację i rozwój sieci społecznościowej nie nazywa się:

a) Menedżer społeczności.

b) Planista mediów społecznościowych.

c) Hangouty.

Poprawna odpowiedź: Hangouts.

52. Częste praktyki społecznościowe w sieciach społecznościowych to (zaznacz nieprawidłową odpowiedź).

a) Udostępnianie treści, takie jak zdjęcia, filmy, teksty, muzykę i wiadomości.

b) Publikowanie informacji o wydarzeniach, aby informować o nich swoją sieć kontaktów.

c) Tworzenie ekskluzywnych grup dla określonych kontaktów.

d) Wysyłanie zaszyfrowanych wiadomości.

Poprawna odpowiedź: d) Wysyłanie zaszyfrowanych wiadomości.

53. W języku sieci społecznościowych możemy znaleźć takie słowa jak:

a) Wirtualna społeczność.

b) Tweet.

c) Lubi.

d) Wszystkie odpowiedzi są prawdziwe

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są prawdziwe.

54. Czy sieci społecznościowe są zjawiskiem globalnym?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

55. Czy sieć społeczna to struktura społeczna złożona z osób lub podmiotów połączonych ze sobą rodzajem relacji lub wspólnym interesem?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

56. Czy sieci społecznościowe w Internecie zajmują ważne miejsce w dziedzinie relacji biznesowych i osobistych?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

57. Czy wraz z pojawieniem się mediów społecznościowych trudniej jest komunikować się z kimkolwiek?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

58. Czy sieci społecznościowe można wykorzystywać dla celów zawodowych?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź b) Prawda.

59. Jakie wskaźniki nie są używane w sieci X (TWITTER)?

a) Liczba komentarzy.

b) Liczba tweetów.

c) Liczba polubień.

Poprawna odpowiedź: a) Liczba komentarzy.

60. Na jakie strategie pozwala sieć Instagram?

a) Przeprowadzanie ankiet.

b) Wprowadzanie nowych produktów.

c) Opracowanie katalogów usług i produktów.

Poprawna odpowiedź: a) Przeprowadzanie ankiet.

61. Osiąganie celów w sieciach społecznościowych wymaga (wskaż nieprawidłową odpowiedź):

a) Czasu, wytrwałości.

b) Czasu, wytrwałości i konkretnych działań.

c) Czasu i sporadycznych działań.

Poprawna odpowiedź: c) Czasu i sporadycznych działań.

62. Jakie działania powinniśmy podjąć, aby osiągnąć cele w sieciach społecznościowych?

- a) Utwórz kontakty.
- b) Osiągnięcie lojalności klientów wobec naszej marki.

c) Tworzenie wartościowych treści, które nie odpowiadają na potrzeby klientów.

Poprawna odpowiedź: c) Tworzenie wartościowych treści, które nie odpowiadają na potrzeby klientów.

63. Jakich zaleceń należy przestrzegać, jeśli korzystamy z sieci społecznościowej Instagram?

- a) Pisz lub publikuj posty codziennie lub przynajmniej okresowo.

b) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

- c) Nie powinieneś nasycać ściany wiadomościami w krótkim czasie ani dawać porzuconego zdjęcia profilowego.

Poprawna odpowiedź: b) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

64. Do czego służą sieci społecznościowe w naszej pracy, życiu osobistym i edukacyjnym?

- a) Pozwalają one być informowanym o różnych tematach i sytuacjach, które mają miejsce w czasie rzeczywistym i zawierają zdjęcia i filmy. Łatwo jest też udostępniać je innym osobom
- b) Pozwalają poznać wirtualnych znajomych i wymieniać się informacjami.
- c) Wiele firm ma profile, na których ostrzegają o możliwościach zatrudnienia.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

65. Zalety korzystania z sieci społecznościowych:

- a) Mogą być używane w sektorach edukacji i pracy.
- b) Firmy mogą wykorzystywać sieci do informowania o oferowanych przez siebie produktach i usługach.
- c) Promuje uczestnictwo i współpracę między ludźmi i firmami.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

66. Wady korzystania z sieci społecznościowych:

- a) Każda nieznana lub niebezpieczna osoba może mieć dostęp do danych osobowych i firmowych.
- b) Uniemożliwia poznawanie ludzi wokół siebie i może izolować od innych.

c) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: c) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

67. Profesjonalne sieci społecznościowe

- a) Dedykowane są wyłącznie dla miejsca pracy. Łączą ludzi i firmy, które oferują pracę, tworzą grupy badawcze.**

- b) Nie koncentrują się wyłącznie na miejscu pracy.

Poprawna odpowiedź: a) Dedykowane są wyłącznie do miejsca pracy. Łączą ludzi i firmy, które oferują pracę, tworzą grupy badawcze.

68. Dzielenie się chwilami i postami w sieciach społecznościowych to świetna zabawa. Musimy jednak uważać na to, co udostępniamy, przekazujemy lub gdzie uzyskujemy dostęp.

- a) Przesłanie łańcucha wiadomości z linkiem do wiadomości, której nie zweryfikowałem w oficjalnych źródłach.
- b) Przesłanie zdjęcia rachunku za energię elektryczną z powodu błędu.
- c) Przesłać zdjęcie moich ostatnich transakcji bankowych, aby poprosić o pomoc w sprawie nieznanymi opłat.

d) Żadne z powyższych działań nie powinno być wykonywane, ponieważ cyberprzestępcy mogą przywłaszczyć sobie nasze dane i mieć problemy z cyberbezpieczeństwem.

Poprawna odpowiedź: d) Żadne z powyższych działań nie powinno być wykonywane, ponieważ cyberprzestępcy mogą przywłaszczyć sobie nasze dane i mieć problemy z cyberbezpieczeństwem.

69. Kiedy udostępniamy nasze informacje w sieci społecznościowej, KAŻDY może je zobaczyć. Wskazuje, jakie ryzyko może się pojawić:

- a) Otwarte witryny, aby każdy mógł je zobaczyć.
- b) Podanie danych osobowych.
- c) Przesyłanie zdjęć, własnych lub innych osób, które odzwierciedlają sytuacje intymne.
- d) Zaprzyjaźnij się z ludźmi, których nie znasz.

e) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: e) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

70. Co możemy zrobić z zagrożeniami występującymi w sieciach społecznościowych?

- a) Sortuj kontakty w GRUPY: Możemy rozdzielić je według rodziny, przyjaciół, szkoły itp. W ten sposób po utworzeniu grup możemy zdecydować, które publikacje mogą zobaczyć.
- b) Zdecyduj, co może być widoczne. Możemy skonfigurować, która część naszego portalu jest widoczna i kto ma do niej dostęp.
- c) Adres i telefon: Lepiej nigdy go nie przysyłać, ale jeśli zdecydujemy się to zrobić, skonfigurujmy witrynę tak, aby tylko te osoby, które zdecydujemy, mogły go zobaczyć.
- d) Nie zawsze włączaj dostęp: Czasami wygodnie jest skonfigurować naszą stronę tak, aby widzieli ją tylko znajomi lub rodzina, aby obcy nie mogli Cię znaleźć.

e) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: e) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

71. Malware to skrót od „Malicious software” (złośliwe oprogramowanie), terminu obejmującego każdy rodzaj złośliwego programu lub kodu komputerowego, którego funkcją jest uszkodzenie systemu lub spowodowanie jego nieprawidłowego

działania. W ramach tej grupy możemy znaleźć takie terminy jak: Wirusy, Adware, Trojany itp.

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

72. Niezamówione, niechciane lub pochodzące od nieznanego nadawcy wiadomości, które są niezwykle irytujące, nazywane są spamem lub wiadomościami-śmieciami.

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

73. Główne drogi infekcji komputerów i laptopów to dostęp do:

- a) Sieci społecznościowe i nieuczciwe strony internetowe.
- b) Programy „darmowe” (ale z prezentem).
- c) Zainfekowane urządzenia USB/płyty CD/DVD.
- d) Wcześniej zainfekowane legalne strony internetowe.
- e) Załączniki w niechcianych wiadomościach e-mail (spam)

f) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: f) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

74. Jak chronić się przed złośliwym oprogramowaniem?

- a) Zaktualizowany program antywirusowy.
- b) Zdrowy rozsądek.
- c) Wszystko zawsze zaktualizowane.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne

75. „Phishing” polega na wysyłaniu wiadomości e-mail, które, udając, że pochodzą z wiarygodnych źródeł (na przykład podmiotów bankowych), próbują uzyskać poufne dane użytkownika, które są następnie wykorzystywane do przeprowadzenia pewnego rodzaju oszustwa. W tym celu zwykle zawierają link, który po kliknięciu prowadzi do sfałszowanych stron internetowych. W ten sposób użytkownik, wierząc, że znajduje się na godnej zaufania stronie, wprowadza wymagane informacje, które w rzeczywistości trafiają w ręce oszusta.

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

76. Co chcemy osiągnąć za pomocą sieci społecznościowych?

- a) Obecność naszej marki w najlepszej cenie.

- b) Wirusowość.
- c) Wykorzystaj te nowe narzędzia i kanały.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

77. Sieci społecznościowe są tworzone przez użytkowników za pomocą różnych opcji dostępnych w Internecie

a) Fałsz.

- b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: a) Fałsz.

78. Sieci społecznościowe tworzą nowe formy komunikacji i nowe zastosowania słów, które nie są powszechnie używane w sposobie komunikowania się ludzi.

a) Prawda

- b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

3.1.3. Przyciągnięcie firm i ich kierownictwa do współpracy

79. Jaką strukturę powinien mieć post?

d) Nagłówek. Tytuł. Treść postu z zakończeniem i podsumowaniem.

- e) Treść postu z zakończeniem i podsumowaniem.
- f) Treść postu. Nagłówek. Zakończenie i podsumowanie.

Poprawna odpowiedź: a) Nagłówek. Tytuł. Treść postu z zakończeniem i podsumowaniem.

80. Nagłówek: jest i powinien być pierwszym „haczykiem” do Twojego postu, dlatego musi być bardzo dobrze przemyślany i kreatywny, przyciągać uwagę, jednocześnie spełniając oczekiwania.

- a. Fałsz.

b. Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

81. Treść postu i podsumowanie powinny zawrzeć się maksymalnie w około trzech wierszach. Powinny być bardzo atrakcyjne i wzbudzać chęć dalszego czytania.

- a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

82. Zakończenie i podsumowanie to bardzo ważna część komunikatu online, w której zamieszczono informacje podsumowujące, to co zostało poruszone do tej pory.

- a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

83. Istnieje wiele rodzajów postów, jednym z nich jest post rozwiązujący problem, który musi być użyteczny, bezpośredni i zdecydowany.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

84. Innym rodzajem postów są poradniki. Działają dobrze, ludzie czytają i szukają, jak coś zrobić. Mogą być w formacie audio, wideo lub screencastu.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

85. Post dotyczący wyników badań może zawierać opisy studium przypadku, liczby, wykresy itp.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

86. Posty audiowizualne są tworzone za pomocą filmów; od najprostszej wersji, nagrania kogoś siedzącego przed kamerą i wyjaśniającego, co chcemy powiedzieć, po animację lub zestaw ruchomych obrazów i dźwięku.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

87. Często zadawane pytania (FAQ) to najczęściej są zadawane odnośnie jednego tematu, na które można znaleźć tylko pięć odpowiedzi.

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

88. Istnieje wiele rodzajów postów:

a) tekstowy.

b) ankiety.

c) zdjęcia / grafika.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

89. Wskaż nieprawidłową odpowiedź. Kiedy piszesz post w sieciach społecznościowych, musisz:

a) Pisać w sposób kontrowersyjny.

b) Stosować styl dziennikarski.

c) Nie wyrażać opinii.

Poprawna odpowiedź: c) Nie wyrażać opinii.

90. Wiadomość, którą chcesz przekazać w poście przed jej zamieszczeniem najpierw musisz zdecydować co chcesz zamieścić i w jaki sposób.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

91. Podczas pisania postu możesz używać wielu akronimów lub skróconych słów.

a) Tak.

b) Nie, gdyż mogą być niezrozumiałe dla czytelnika.

Poprawna odpowiedź: b) Nie, gdyż mogą być niezrozumiałe dla czytelnika.

92. Wskazane jest zamieszczanie w komunikacie cytatów.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

93. Pisząc posty, bądź praktyczny. Znajdź to, co jest przydatne dla osoby lub osób, dla których piszesz.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

94. Musisz odpowiednio wybrać obrazy, którymi zamierzasz zilustrować post.

a) Prawda, ponieważ w przeciwnym razie czytelnik nie odniesie tekstu do obrazu i zniekształcone zostanie znaczenie postu.

b) Fałsz, nie jest to konieczne.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda, ponieważ w przeciwnym razie czytelnik nie odniesie tekstu do obrazu i zniekształcone zostanie znaczenie postu.

95. Czy należy przejrzeć i edytować post przed jego opublikowaniem w sieci.

a) Tak, należy przejrzeć każdą wiadomość i zadać sobie pytanie, czy nie ma lepszego sposobu na jej przekazanie.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak, należy przejrzeć każdą wiadomość i zadać sobie pytanie, czy nie ma lepszego sposobu na jej przekazanie.

96. Czy tworząc dobre treści na LinkedIn najważniejszą rzeczą jest skupienie się na tworzeniu przydatnych treści, a nie tylko na autopromocji?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

97. Czy tworzenie użytecznych treści nie pozwala na nawiązanie autentycznej więzi z odbiorcami, generowanie wartości i zachęcanie do czytania?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

98. Czy nie jest konieczne badanie potrzeb i zainteresowań odbiorców docelowych i odpowiednie dostosowywanie treści?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: a) Fałsz.

99. Czy korzystanie z elementów wizualnych, takich jak obrazy i filmy, może pomóc przyciągnąć uwagę i zwiększyć zasięg postów?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

100. Jaki jest cel tworzenia treści na LinkedIn?

a) Wzmocnienie marki osobistej.

b) Generowanie ruchu na swojej stronie internetowej (posiadanie takiej strony jest wysoce zalecane w przypadku oferowania usług).

c) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: c) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

101. Wskaż niepoprawną odpowiedź. Jeśli publikujesz informacje o nowym produkcie na stronie internetowej firmy lub w sieciach społecznościowych, musisz uwzględnić:

a) Oferuj możliwość pobrania szerokiej gamy zdjęć produktów.

b) Oferowanie możliwości wypróbowania produktu.

c) Nie jest konieczne dołączanie informacji o twórcy produktu.

Poprawna odpowiedź: c) Nie jest konieczne dołączanie informacji o twórcy produktu.

102. Tworzenie własnych treści jest świetne, ale wymaga czasu i planowania. Pamiętaj, że nie wszystko, co publikujesz, musi być w 100% twoje, możesz korzystać z inspiracji z innych stron.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

103. Czy interakcja z postami kontaktów to kolejny sposób na „tworzenie treści”?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

104. Czy ważne jest, aby używać hashtagów i słów kluczowych w swoich postach. W ten sposób możesz pojawiać się częściej i na pierwszych pozycjach, gdy Twoi potencjalni klienci przeprowadzają wyszukiwanie w dowolnej wyszukiwarce?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

105. Czy to prawda, że nie ma ograniczeń co do liczby hashtagów, których można używać w mediach społecznościowych, ale nie zaleca się używania ich zbyt wielu. Ponadto algorytm platformy może zaklasyfikować Twoją publikację jako spam.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

106. Czy przed udostępnieniem komunikatu, który ma osobisty charakter, należy się upewnić, że są to nasze treści?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

107. Czy dodając emoji do postu, aby uczynić go bardziej wizualnym, należy pamiętać o tym, żeby nie zamienić go w informację pełną rysunków?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

108. Filmy są doskonałym sposobem komunikacji. Czy to prawda, że to, co zwykle działa bardzo dobrze, to mikrowideo lub 10-minutowe „pigułki”, w których informujesz odbiorców o przyszłych kursach, usługach, koncentrując się na tym „jak wykonać określoną czynność”?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: a) Fałsz.

109. Czy filmy wideo zapewniają szerszy przekaz i w efekcie wygenerują dużą liczbę wyświetleń, co znajdzie odzwierciedlenie w statystykach?

a) Fałsz.

b) **Prawda.**

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

110. Filmy są doskonałym sposobem komunikacji. Czy to prawda, że zwykle bardzo dobrze sprawdzają się mikrowideo lub „pigułki” trwające 1-2 minuty?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

111. Webinary to bardzo dobry sposób na przekazywanie treści i dzielenie się wiedzą z docelowymi odbiorcami. Czy webinary to przekazy online, które odbywają się w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platform takich jak Skype lub Zoom i umożliwiają interakcję między marką a potencjalnymi klientami?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

112. Czy w przypadku webinarów zaleca się wykorzystanie prezentacji ze slajdami wykonanymi w programie typu Power Point, filmu wideo przedstawiającego oferowaną usługę lub produkt?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

113. O czym należy pamiętać przed udostępnieniem treści na LinkedIn?

a) Upewnij się, że Twój profil jest zoptymalizowany. Twoja obecność, czy to osobista, czy biznesowa, musi być nienaganna i pokazywać jak najwięcej informacji o Twoim doświadczeniu, usługach, karierze, klientach itp., ponieważ gdy ktoś jest zainteresowany tym, co publikujesz, zwykle odwiedza Twój profil.

b) Jeśli Twój profil jest niepewny lub nie jest zadbany lub zoptymalizowany, może to spowodować brak zaufania i utratę przyszłych możliwości.

Poprawna odpowiedź: a) Upewnij się, że Twój profil jest zoptymalizowany. Twoja obecność, czy to osobista, czy biznesowa, musi być nienaganna i pokazywać jak najwięcej informacji o Twoim doświadczeniu, usługach, karierze, klientach itp., ponieważ gdy ktoś jest zainteresowany tym, co publikujesz, zwykle odwiedza Twój profil.

114. Czy to prawda, że na LinkedIn nie należy publikować bardzo osobistych informacji? LinkedIn to sieć dla profesjonalistów, w której należy promować swoją markę osobistą. Nie jest to platforma społecznościowa do publikowania informacji o wakacjach, chyba że Twoja firma zajmuje się organizacją wydarzeń lub jest biurem podróży i w ten sposób promujesz swoje usługi.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

115. Czy to prawda, że bardzo ważne jest, aby ocenić, jaki rodzaj treści publikować. Nie zapominaj, że możesz sprawić, że algorytm LinkedIn „zakocha się” w Tobie, jeśli

zastosujesz odpowiednią strategię i będziesz ostrożny z publikowanymi treściami. Pamiętaj, że w sieciach społecznościowych Twoje treści muszą być w 80% użyteczne i w 20% promocyjne.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

116. Czy to prawda, że aby film był widoczny dla wszystkich w sieci YouTube, musi być ustawiony jako publiczny? Istnieją opcje, które zapobiegają wyświetlaniu filmu w wynikach wyszukiwania, np. „ukryty i prywatny”, dzięki czemu tylko osoby, do których wyślesz link wideo, będą mogły go zobaczyć (ukryty przed kimkolwiek za pośrednictwem linku i prywatny tylko dla osób z kontem Google).

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

117. Czy to prawda, że należy dodać informacje o zamieszczanym filmie na YouTube, gdyż jest to bardzo ważne, bo stanowią one dane dla wyszukiwarek?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

118. Czy tagi to słowa kluczowe dla filmu opublikowanego na YouTube? Mogą to być pojedyncze słowa lub grupy słów, oddzielone przecinkami. Umieszczone tagi mogą pomóc w znalezieniu filmu.

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

119. Czy to prawda, że YouTube proponuje 3 różne miniaturki filmu?

a) Fałsz.

b) Prawda.

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

3.2. Test dla jednostki modułowej M1.J2. Tworzenie klas patronackich i organizacja kształcenia dualnego

3.2.1. Definiowanie terminu „klasa patronacka” i wskazywanie działań jakie można podejmować w ramach klasy patronackiej

1. Klasa patronacka to:

- a) Miejsce w szkole, w którym spotyka się przedstawiciel firmy z rodzicami.
- b) Działania podejmowane przez firmy na rzecz pracowników uczących się na kursach.

c) Wspólne działania jakie może podejmować szkoła we współpracy z firmą, które są określone w umowie partnerskiej.

- d) Ogół działań podejmowanych przez szkołę dla uczniów i rodziców po to by ich wspomóc przy wyborze zawodu przez dziecko.

Poprawna odpowiedź: c) Wspólne działania jakie może podejmować szkoła we współpracy z firmą, które są określone w umowie partnerskiej.

2. Wskaż działania jakie można podejmować w ramach klasy patronackiej:

- a) Organizacja staży dla uczniów w firmach.
- b) Umożliwienie uczniom skorzystania ze szkoleń specjalistycznych.
- c) Uczestnictwo pracodawcy w opracowaniu programu zajęć praktycznych w firmie.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

3. Przypnij podane działania właściwym stronom jakie mogą podejmować w ramach klasy patronackiej

Uczeń



Pracodawca



Szkoła



Otrzymuje stypendium za dobrą naukę

Uczestniczy w bezpłatnym szkoleniu

Współtworzy program zajęć praktycznych dla uczniów organizowanych w firmie

Uczestniczy w posiedzeniach zebraniach nauczycieli w szkole z głosem doradczym

Wysyła uczniów na praktyki zawodowe

Unowocześnia swoje pracownie

Poprawne odpowiedzi:

Uczeń

Otrzymuje stypendium za dobrą naukę

Uczestniczy w bezpłatnym szkoleniu

Pracodawca

Współtworzy program zajęć praktycznych dla uczniów organizowanych w firmie

Uczestniczy w posiedzeniach zebraniach nauczycieli w szkole z głosem doradczym

Szkoła

Wysyła uczniów na praktyki zawodowe

Unowocześnia swoje pracownie

3.2.2. Wskazywanie korzyści różnych grup interesariuszy z utworzenia klasy patronackiej

4. Zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi wskazujące na korzyści jakie odniesie pracodawca podpisujący umowę ze szkołą zawodowej na objęcie patronatem klasy.

Zwiększenie zadowolenie rodzica	☐
Dostosować program nauczania do specyfiki branży i firmy	☐
Budować pozytywny wizerunek i relacje z lokalną społecznością	☐
Nawiązać długofalową współpracę ze szkołą i władzami samorządowymi	☐

Poprawne odpowiedzi:

Dostosować program nauczania do specyfiki branży i firmy	X
Budować pozytywny wizerunek i relacje z lokalną społecznością	X
Nawiązać długofalową współpracę ze szkołą i władzami samorządowymi	X

5. Stroną bezpośrednio zaangażowaną w tworzenie klasy patronackiej, ze względu na umowę jest:

- a) Przedstawiciel organu prowadzącego / kierującego pracą szkoły lub dyrektor szkoły lub wyznaczona osoba posiadająca w tym zakresie pełnomocnictwo.
- b) Przedstawiciel prawny pracodawcy.

c) Obie odpowiedzi są prawdziwe.

Poprawna odpowiedź: c) Obie odpowiedzi są prawdziwe.

6. Chcąc, aby współpraca szkoły zawodowej z przedsiębiorstwem w ramach klasy patronackiej była efektywna należy

a) Ustalić wspólne cele i oczekiwania.

- b) W centrum uwagi postawić interesy firmy i jej korzyści.
- c) Ograniczać wymianę informacji i doświadczeń między stronami.

Poprawna odpowiedź: a) ustalić wspólne cele i oczekiwania.

3.2.3. Tworzenie klasy patronackiej i sporządzanie umowy pomiędzy szkołą a przedsiębiorstwem na utworzenie klasy patronackiej

7. Co zarekomendujesz jako docelowe rozwiązanie dokumentujące współpracę między szkołą a pracodawcą w zakresie klasy patronackiej?

- a) Pisemne porozumienie.
- b) Obie odpowiedzi są poprawne.

c) Umowę w formie pisemnej.

Poprawna odpowiedź: c) umowę w formie pisemnej.

8. Zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi wskazujące elementy struktury umowy o współpracy na rzecz klasy patronackiej zawartej między szkołą a firmą.

Tytuł umowy, datę i miejsce jej zawarcia	☐
Dane stron zawierających umowę	☐
Cel i zakres umowy	☐
Szczegółowe przyczyny rozwiązania umowy bez wypowiedzenia	☐

Poprawne odpowiedzi:

Tytuł umowy, datę i miejsce jej zawarcia	X
Dane stron zawierających umowę	X
Cel i zakres umowy	X

9. Czy umowa o współpracę w zakresie klasy patronackiej może być zawarta przez szkołę z więcej niż jedną firmą?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

10. Dobrą praktyką przy zawieraniu umowy o współpracę w zakresie klasy patronackiej między szkołą a przedstawicielem firm jest wskazanie w niej pracowników – koordynatorów działań po każdej ze stron?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

3.2.4. Definiowanie terminu „kształcenie dualne” i wskazywanie korzyści z wprowadzenia zajęć praktycznych dla uczniów w formie kształcenia dualnego jakie mają różne grupy interesariuszy

11. Pod terminem kształcenie dualne należy rozumieć?

- a) Możliwości odbywania przez ucznia praktyki zawodowej w przedsiębiorstwie i kształcenia zawodowego w szkole zawodowej w jeden cykl edukacyjny.
- b) Okresy naprzemiennego kształcenia ucznia w instytucji edukacyjnej lub ośrodku szkoleniowym oraz w miejscu pracy.

c) Obie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: c) Obie odpowiedzi są poprawne.

12. Czy przedsiębiorstwo przyjmujące uczniów na zajęcia praktyczne organizowane w ramach kształcenia dualnego zawsze musi płacić uczniom wynagrodzenie?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

13. Wskaż korzyści jakie może uzyskać przedsiębiorstwo przyjmujące ucznia na kształcenie dualne.

- a) Możliwość wykorzystania potencjału i energii młodych uczniów do rozwoju firmy.
- b) Reklama na terenie szkoły a tym samym zwiększenie rozpoznawalności przedsiębiorstwa na lokalnym rynku pracy.
- c) Doskonalenie zawodowe pracowników oddelegowanych do pełnienia roli instruktora praktycznej nauki zawodu.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

3.2.5. Przeprowadzenie weryfikacji firmy pod kątem możliwości prowadzenia zajęć praktycznych dla uczniów w formie kształcenia dualnego

14. Ważnym jest, aby weryfikując firmę pod kątem możliwości prowadzenia przez nią zajęć praktycznych dla uczniów w formie kształcenia dualnego zwrócić uwagę na:

- a) Możliwość obserwacji zajęć przez rodziców.
- b) Konieczność uczestnictwa opiekuna ze szkoły na wszystkich zajęciach.

c) Możliwość realizacji w firmie przez ucznia efektów uczenia się specyficznych dla zawodu.

- d) Konieczność dowozu uczniów do firmy.

Poprawna odpowiedź: c) możliwość realizacji w firmie przez ucznia efektów uczenia się specyficznych dla zawodu.

15. Sprawozdanie z przeprowadzonej weryfikacji firmy pod kątem możliwości prowadzenia zajęć praktycznych dla uczniów w formie kształcenia dualnego można sporządzić w firmie notatki ze spotkania, w której wskazane, aby podać:

- a) Dane firmy.
- b) Dane osób uczestniczących w spotkaniu.
- c) Wnioski końcowe z rekomendacją dla dyrekcji szkoły, pod kątem możliwości odbywania w firmie zajęć praktycznych uczniów.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) wszystkie odpowiedzi są poprawne.

3.2.6. Sporządzanie umowy między stronami zaangażowanymi w proces kształcenia praktycznego uczniów w formie dualnej

16. Uzupełnij luki w zdaniu, wybierając poprawne wyrazy spośród znajdujących się pod tekstem.

W przypadku zaistnienia zdarzenia losowego bądź wypadku na terenie zakładu pracy z udziałem ucznia Pracodawca:

- niezwłocznie powiadomi o zaistniałej sytuacji,
- zapewni udzielenie pomocy przedmedycznej, a w razie potrzeby wezwie,
- powiadomi jego,
- sporządzi właściwą dokumentację

szkołę

pogotowie ratunkowe

rodziców (opiekunów prawnych)

powypadkową

Poprawne odpowiedzi:

W przypadku zaistnienia zdarzenia losowego bądź wypadku na terenie zakładu pracy z udziałem ucznia Pracodawca:

- niezwłocznie powiadomi **szkołę** o zaistniałej sytuacji,
- zapewni udzielenie pomocy przedmedycznej, a w razie potrzeby wezwie **pogotowie ratunkowe**,
- powiadomi jego **rodziców (opiekunów prawnych)**,
- sporządzi właściwą dokumentację **powypadkową**.

17. Czy w umowie między szkołą a przedsiębiorstwem regulującej kształcenie dualne uczniów w firmie rekomenduje się podanie informacji na temat praw i obowiązków ucznia, pracodawcy?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak

18. Monitorowanie postępów ucznia, poświadczanie jego obecności podczas kształcenia dualnego wykonuje:

a) Opiekun ucznia ze szkoły.

b) Opiekun ucznia w przedsiębiorstwie.

c) Wychowawca.

Poprawna odpowiedź: b) opiekun ucznia w przedsiębiorstwie.

3.2.7. Przygotowywanie programu zajęć praktycznych organizowanych w systemie kształcenia dualnego

19. Czy udział pracodawców w przygotowywaniu programu zajęć kształcenia dualnego wpływa korzystnie na dostosowanie programu zajęć praktycznych do możliwości technicznych i zasobów kadrowych jakimi dysponuje pracodawca przyjmujący uczniów?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

20. Wskaż korzyści po stronie pracodawcy związane z jego udziałem w przygotowywaniu programu zajęć kształcenia dualnego?

a) Pracodawca ma wpływ na zawartość programu kształcenia.

- b) Zacieśnienie współpracy z pracownikami reprezentującymi szkołę.
- c) Realizacja koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu poprzez budowanie relacji ze szkołami zawodowymi, co może przyczynić się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

21. Czy pod terminem „program kształcenia” należy rozumieć kompleksowy i zorganizowany plan edukacyjny, który określa cele, treści, metody nauczania oraz ocenę postępów uczniów w ramach danego przedmiotu lub obszaru tematycznego?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

22. Kto wskazane, aby był w składzie zespołu ds. opracowania programu zajęć praktycznych organizowanych w systemie kształcenia dualnego w przedsiębiorstwie?

a) Przedstawiciel ze szkoły wyznaczony przez dyrektora szkoły.

b) Pracownik działu technicznego w przedsiębiorstwie.

c) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: a) Przedstawiciel ze szkoły wyznaczony przez dyrektora szkoły.

3.2.8. Weryfikowanie możliwości realizacji w firmie efektów uczenia się zawartych w programie zajęć praktycznych organizowanych w formie kształcenia dualnego

23. Czy dla potrzeb weryfikacji możliwości realizacji w przedsiębiorstwie rekomenduje się zastosowanie jako narzędzia:

a) Check listy.

b) Testu wielokrotnego wyboru.

c) Kwestionariusza wywiadu celowego.

Poprawna odpowiedź: a) Check listy.

24. Aby usprawnić proces opracowania sprawozdania z przebiegu weryfikacji przedsiębiorstwa pod kątem możliwości w nim realizacji kształcenia dualnego rekomenduje się zastosowanie aplikacji:

a) Forms.

b) Excell.

c) chat GPT.

Poprawna odpowiedź: a) Forms.

25. Weryfikacja przedsiębiorstwa pod kątem możliwości realizacji określonych efektów uczenia się uczniów w trakcie kształcenia dualnego:

a) Jest wymagana.

- b) Jest w ogóle niewymagana.

Poprawna odpowiedź: a) jest wymagana.

3.2.9. Dobieranie kadry instruktorskiej do prowadzenia zajęć praktycznych dla uczniów w firmie

26. Opiekunem uczniów – instruktorem w firmie zaangażowanych w kształcenie dualne może być osoba, która była w przeszłości karalna.

- a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie

27. Opiekunem uczniów – instruktorem w firmie zaangażowanych w kształcenie dualne może być osoba, która posiadał doświadczenie zawodowe w dziedzinie której uczy.

a) Tak.

- b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

28. Opiekunem uczniów – instruktorem w firmie zaangażowanych w kształcenie dualne wskazane, aby była osoba, która posiadał doświadczenie w pracy i opiece nad uczniami.

a) Tak.

- b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

29. Opiekunem uczniów – instruktorem w firmie zaangażowanych w kształcenie dualne wskazane, aby była osoba, która posiadał wykształcenie kierunkowe w zakresie objętym programem kształcenia, doświadczenie zawodowe.

a) Tak.

- b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

3.2.10. Przygotowywanie ucznia do odbycia zajęć praktycznych organizowanych w formie kształcenia dualnego w przedsiębiorstwie oraz dokumentowanie procesu kształcenia dualnego w firmie

30. Wskaż kogo rekomendujesz do tego by przekazał informacje uczniom przygotowującym się do odbywania zajęć praktycznych w firmie?

- a) Opiekuna ucznia w szkole.

- b) Opiekuna – instruktora praktycznej nauki zawodu w firmie.

c) Obie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: c) Obie odpowiedzi są poprawne.

31. Czy zawarcie umowy o współpracę między szkołą a przedsiębiorstwem w zakresie kształcenia dualnego uczniów jest koniecznym warunkiem odbycia staży?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

32. W dzienniku zajęć praktycznych prowadzonym w formie papierowej lub elektronicznej, rekomenduje się, aby nie były zapisywane:

a) Są tematy poszczególnych zajęć.

b) Obecności uczniów na zajęciach.

c) Uwagi odnośnie zachowania opiekuna – instruktora prowadzącego zajęcia.

Poprawna odpowiedź: c) Uwagi odnośnie zachowania opiekuna – instruktora prowadzącego zajęcia.

33. Wskaż nazwę dokumentu, w których zapisano przebieg zajęć, wskazano niezbędne pomoce dydaktyczne, czas potrzebny na ich zrealizowanie:

a) Dziennik zajęć.

b) Scenariusze zajęć.

c) Program nauczania.

Poprawna odpowiedź: b) Scenariusze zajęć.

3.2.11. Prowadzenie monitoring procesu kształcenia praktycznego uczniów

34. Czy monitorowanie procesu kształcenia zajęć praktycznych w firmach to to nieustanne obserwowanie i zbieranie informacji o kluczowych procesach istotnych z punktu widzenia jakości kształcenia uczniów?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

35. Zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi. Do monitorowania procesów kształcenia dualnego w firmie możemy się posłużyć danymi pochodzącymi z:

Zapisów w dzienniku zajęć	☐
Analizy okresowych sprawozdań stron uczestniczących w kształceniu dualnym	☐
Obserwacji przez dyrekcję zajęć prowadzonych przez opiekunów – instruktorów praktycznej nauki zawodu	☐
Oceny uczniów klas nieuczestniczących w kształceniu dualnym.	☐

Poprawne odpowiedzi:

Zapisów w dzienniku zajęć	X
Analizy okresowych sprawozdań stron uczestniczących w kształceniu dualnym	X
Obserwacji przez dyrekcję zajęć prowadzonych przez opiekunów – instruktorów praktycznej nauki zawodu	X

3.2.12. Diagnozowanie wiedzy i umiejętności uczniów uczestniczących w zajęciach praktycznych organizowanych w formie kształcenia dualnego u pracodawcy

36. Czy ocenę z kształcenia praktycznego w firmie wystawia i podpisuje opiekun po stronie szkoły, zgodnie z przyjętymi i przedstawionymi uczniowi kryteriami oceniania?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

37. Odejście od tradycyjnego modelu oceniania podyktowane może być faktem, że nie ma w nim.

a) Wielu ważnych kompetencji personalnych.

b) Ocen sposobu rozwiązywania przez ucznia problemów.

c) Obie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: c) Obie odpowiedzi są poprawne.

38. Czy obserwacja bezpośrednia polega na tym, że w jej trakcie opiekun obserwuje i ocenia pracę ucznia na bieżąco, a zakres oceny może obejmować ocenę umiejętności technicznych, bezpieczeństwa, skupienia, współpracy z innymi itp.?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

39. Czy oceniając testy umiejętności, w trakcie których nie oceniane są umiejętności praktyczne, takie jak obsługa maszyn, programowanie, gotowanie itp.?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

40. Wskaż co może dodatkowo podlegać ocenianiu przez opiekuna – instruktora praktycznej nauki zawodu.

a) Nieprzestrzeganie dyscypliny pracy przez rodzica.

b) Zakres tematyczny przeczytanych książek.

c) Samodzielność podczas wykonywania zadań.

Poprawna odpowiedź: c) Samodzielność podczas wykonywania zadań.

3.2.13. Prowadzenie ewaluacji zajęć praktycznych dla uczniów organizowanych w systemie kształcenia dualnego w firmie

41. Oceń czy dane stwierdzenie jest prawdziwe: ewaluacja ma charakter badania restrykcyjnego, kontrolnego i nadzorczego.

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

42. Oceń czy dane stwierdzenie jest prawdziwe: ewaluacja jest procesem zmierzający do stwierdzenia, w jakim stopniu założone cele edukacyjne są rzeczywiście realizowane.

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

43. Oceń czy dane stwierdzenie jest prawdziwe: Celem ewaluacji jest ustanowienie publicznego zaufania wobec szkoły, szczególnie wtedy, gdy jej polityczny klimat jest niepewny, a ona sama jest przedmiotem reformy i zmian.

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

44. Wskaż jakie narzędzie stosuje się w metodzie sondażu diagnostycznego.

a) Kwestionariusz ankiety.

b) Pytania kontrolne.

c) Check lista.

Poprawna odpowiedź: a) Kwestionariusz ankiety.

3.3. Test dla jednostki modułowej M1.J3. Pozyskiwanie wsparcia od firm zewnętrznych w zakresie doposażania warsztatów i pracowni szkolnych

3.3.1. Uzasadnienie potrzeby wsparcia szkoły przez przedsiębiorców w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych

Zapraszamy do obejrzenia filmu i odpowiedzi na następujące pytania: <https://youtu.be/p4sa-1D5Uj4g> (dostęp 01.03.2024).

1) Dlaczego ważne jest, aby znaleźć dobrych partnerów, angażując się w sponsorowanie edukacji zawodowej?

a) Zwiększenie zysków.

b) Nawiązanie efektywnej współpracy.

c) Zmniejszenie wydatków.

d) Aby uniknąć konkurencji.

Poprawna odpowiedź: b) Nawiązanie efektywnej współpracy.

2) Co jest istotne dla sponsorów podczas angażowania się w sponsoring?

a) Pieniądze.

b) Produkty.

c) Uznanie.

d) Korzyści – czyli coś w zamian.

Poprawna odpowiedź: d) Korzyści – czyli coś w zamian.

3) Na co kładzie się nacisk w relacjach między sponsorami a instytucjami edukacyjnymi?

- a) Sponsorzy powinni tylko dawać, a nie otrzymywać.
- b) Sponsorzy i instytucje powinny ze sobą konkurować.

c) Jest to układ korzystny dla obu stron.

- d) Sponsorzy nie odgrywają żadnej roli w placówkach edukacyjnych.

Poprawna odpowiedź: c) Jest to układ korzystny dla obu stron.

4) W jaki sposób Green Academy poszukuje nowych sponsorów?

- a) Poprzez reklamy w mediach społecznościowych.

b) Uczestnicząc w targach branżowych.

- c) Wysyłając wiadomości e-mail.
- d) Dzwoniąc na zimno.

Poprawna odpowiedź: b) Uczestnicząc w targach branżowych.

5) Jaki jest cel salonów wystawowych w Green Academy?

- a) Do przechowywania sprzętu.

b) Prezentacja produktów sponsorów.

- c) Organizowanie spotkań.
- d) Zapewnienie rozrywki.

Poprawna odpowiedź: b) Prezentacja produktów sponsorów.

3.3.2. Przedstawianie działań z punktu widzenia regulacji prawnych jakie mogą podjąć przedsiębiorstwa, aby wyposażyć warsztaty i pracownie szkolne

Przed wykonanie testu przeczytaj uważnie poniższy tekst. Zapoznanie się z nim umożliwi Tobie udzielenie poprawnych odpowiedzi na pytania.

Wprowadzenie

Współpraca między szkołami zawodowymi a przedsiębiorstwami to forma partnerstwa, która ma na celu poprawę jakości i adekwatności kształcenia i szkolenia, a także wspieranie innowacji i przedsiębiorczości. Współpraca między szkołami a przedsiębiorstwami może przybierać różne formy, takie jak:

- zapewnienie uczniom i nauczycielom możliwości uczenia się w miejscu pracy,
- wspieranie doradztwa zawodowego i świadczenie usług mentorskich,
- dzielenie się wiedzą i zasobami,
- wspieranie rozwoju programu nauczania,
- angażowanie się we wspólne projekty i działania.

Jedną z możliwych korzyści płynących ze współpracy między szkołą zawodową a przedsiębiorstwem jest sponsorowanie przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i laboratoriów

szkolnych, co może poprawić środowisko uczenia się i praktyczne umiejętności uczniów. Jednak taka współpraca wiąże się również z kwestiami prawnymi i obowiązkami, które muszą być starannie rozważone i rozwiązane przez obie strony.

Kroki w celu zapewnienia zgodności z prawem

Przed zaangażowaniem się w jakąkolwiek formę współpracy, szkoła i przedsiębiorstwo muszą wykonać następujące kroki, aby zapewnić zgodność z prawem i uniknąć potencjalnych zagrożeń i konfliktów.

- 1) Niezależna identyfikacja wszystkich przepisów prawnych istotnych dla planowanej współpracy ze strony szkoły. Krok ten obejmuje przeprowadzenie dokładnych badań i analizy przepisów prawnych, które mają zastosowanie do konkretnego kontekstu i celów współpracy. Regulacje te mogą obejmować:

- krajowe i lokalne przepisy i polityki dotyczące edukacji, szkoleń i pracy,
- standardy i regulacje sektorowe i zawodowe,
- prawa własności intelektualnej i przepisy o ochronie danych osobowych,
- przepisy BHP i polisy ubezpieczeniowe,
- zasady etyki i odpowiedzialności społecznej oraz kodeksy postępowania.

Szkoła i przedsiębiorstwo muszą w razie potrzeby skonsultować się z ekspertami prawnymi oraz zapewnić przejrzystość i odpowiedzialność współpracy, a także poszanowanie praw i interesów wszystkich zainteresowanych stron, takich jak uczniowie, nauczyciele, rodzice, pracodawcy i społeczność.

- 2) Analiza wymogów prawnych ważnych z punktu widzenia szkoły, umożliwiających firmom wyposażenie warsztatów i pracowni szkolnych. Krok ten obejmuje ocenę skutków prawnych i obowiązków sponsorowania przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych. Sponsoring jest formą darowizny lub dotacji, która polega na przekazaniu pieniędzy, towarów lub usług od sponsora (przedsiębiorstwa) do odbiorcy (szkoły) w zamian za pewną formę uznania lub reklamy.

Sponsoring może być cennym źródłem finansowania i wsparcia dla szkół, ale wiąże się również z ryzykiem prawnym i wyzwaniem, którymi należy starannie zarządzać. Niektóre z kwestii prawnych, które szkoła i przedsiębiorstwo muszą rozwiązać, są następujące:

- cel i zakres sponsoringu,
- warunki umowy sponsorskiej,
- prawa i obowiązki sponsora i odbiorcy,
- czas trwania i zakończenie sponsoringu,
- monitorowanie i ocena sponsoringu,
- raportowanie i ujawnianie sponsoringu,
- implikacje podatkowe i korzyści wynikające ze sponsoringu,
- potencjalne konflikty interesów i dylematy etyczne związane ze sponsoringiem.

Szkoła i przedsiębiorstwo muszą w razie potrzeby zasięgnąć porady prawnej, aby upewnić się, że sponsoring jest zgodny z prawem, uczciwy i korzystny dla obu stron.

3) Zastosowanie wiedzy na temat ram prawnych dotyczących korzystania przez szkoły zawodowe ze sponsoringu przedsiębiorstw w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych. Ten krok obejmuje zastosowanie wiedzy prawnej i zrozumienia zdobytego w poprzednich krokach do konkretnej sytuacji i okoliczności współpracy. Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą wziąć pod uwagę następujące czynniki podczas korzystania ze sponsorowanego sprzętu do warsztatów i pracowni szkolnych:

- dostawa i instalacja sprzętu,
- naprawa i konserwacja sprzętu,
- użytkowanie i dostęp do sprzętu,
- zdrowie i bezpieczeństwo użytkowników i środowiska,
- prawa własności intelektualnej i ochrona danych użytkowników i sponsorów,
- wartość edukacyjna i pedagogiczna sprzętu,
- uznanie i promocja sponsoringu.

Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą przestrzegać wytycznych prawnych i najlepszych praktyk w zakresie korzystania ze sprzętu będące przedmiotem sponsoringu, a także monitorować i oceniać wpływ i wyniki współpracy.

4) Rozpoczęcie procesu sporządzania umowy pomiędzy stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu. Krok ten obejmuje rozpoczęcie formalnej i wiążącej umowy, która określa prawa i obowiązki stron zaangażowanych w sponsoring. Prawna umowa sponsoringu powinna zawierać następujące elementy:

- nazwy i adresy stron,
- data i miejsce zawarcia umowy,
- tło i cele umowy,
- opis i wartość sponsoringu,
- uznanie i promocja sponsoringu,
- dostawa i instalacja sprzętu,
- naprawy i konserwacja sprzętu,
- użytkowanie i dostęp do sprzętu,
- monitorowanie i ocena sponsoringu,
- raportowanie i ujawnianie sponsoringu,
- czas trwania i zakończenie sponsoringu,
- rozstrzyganie sporów i arbitraż sponsoringu,
- podpisy i pieczęcie stron.

-Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą zainicjować proces sporządzania umowy, komunikując się i negocjując ze sobą, a także konsultując się z ekspertami prawnymi, jeśli to konieczne.

5) Opracowanie, w porozumieniu z prawnikiem, umowy między stronami zaangażowanymi w proces sponsoringu (doposażenie warsztatów i pracowni szkolnych). Ten etap obejmuje sfinalizowanie i podpisanie umowy prawnej dotyczącej sponsorowania przez

przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych. Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą opracować umowę w porozumieniu z prawnikiem, a także przejrzeć ją i zmienić w razie potrzeby, aby upewnić się, że odzwierciedla ona wzajemne zrozumienie i zgodę obu stron oraz że chroni ich interesy i prawa.

- 6) Przedstawienie i uzgodnienie ze stroną umowy treści umowy sponsoringu. Ten krok obejmuje przedstawienie umowy prawnej stronie firmowej oraz uzyskanie jej zatwierdzenia i zgody. Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą upewnić się, że umowa jest jasna i kompleksowa oraz że obejmuje wszystkie aspekty i szczegóły sponsoringu. Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą również zająć się wszelkimi pytaniami lub wątpliwościami, jakie może mieć strona – firma, oraz rozwiązać wszelkie spory lub nieporozumienia, które mogą się pojawić. Szkoła zawodowa i przedsiębiorstwo muszą podpisać umowę i zachować jej kopię w swojej dokumentacji.

Wnioski

Współpraca między szkołami zawodowymi a przedsiębiorstwami jest cenną okazją do poprawy jakości i adekwatności kształcenia i szkolenia, a także do wspierania innowacji i przedsiębiorczości. Jednak taka współpraca wiąże się również z wyzwaniem prawnymi i obowiązkami, które muszą być starannie rozważone i rozwiązane przez obie strony. Postępując zgodnie z etapami identyfikacji, analizy, stosowania, inicjowania, opracowywania i przedstawiania przepisów prawnych dotyczących sponsorowania przez przedsiębiorstwa wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych, szkoła i przedsiębiorstwo mogą zapewnić, że ich współpraca jest zgodna z prawem, uczciwa i korzystna dla obu stron².

Quiz: Prawda czy Fałsz

- 6) **Czy przedstawiciele szkoły zawodowej nie muszą konsultować się z prawnikiem podczas opracowywania umowy sponsorskiej z firmami?**

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

- 7) **Czy proces sporządzania umowy rozpoczyna się po przedstawieniu jej stronie przedsiębiorcy?**

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

- 8) **Czy szkoły powinny samodzielnie zidentyfikować wszystkie regulacje prawne dotyczące planowanej współpracy?**

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

² https://webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/SSEHR%202019/EHR034.pdf (dostęp: 01.03.2024).

9) Czy firmy ponoszą wyłączną odpowiedzialność za analizę wymogów prawnych istotnych z punktu widzenia szkoły zawodowej?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

10) Czy znajomość ram prawnych dotyczących sponsorowania przez przedsiębiorstwa nie jest konieczna dla szkół zawodowych?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

3.3.3. Rozpoznawanie potrzeb szkoły w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych

11) Czy zgodność z wytycznymi Duńskiego Urzędu Inspekcji Pracy (WEA) jest prawnie wiążąca dla przedsiębiorstw wyposażających warsztaty i laboratoria szkolne w Danii?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

12) Czy Royal Danish Academy koncentruje się przede wszystkim na udzielaniu porad prawnych przedsiębiorstwom w zakresie inicjatyw sponsoringowych w Danii?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

13) Czy umowa sponsorska powinna zawierać postanowienia dotyczące rozwiązywania sporów między sponsorem a szkołą będącą odbiorcą?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

14) Czy proces oceny potrzeb w szkołach zawodowych obejmuje ocenę wyników w nauce?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

15) Czy Konfederacja Duńskiego Przemysłu (DI) oferuje porady prawne dotyczące różnych aspektów działalności firmy, w tym inicjatyw sponsoringowych, w Danii?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

3.3.4. Organizowanie procesu wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie doposażenia warsztatów i pracowni szkolnych

16) Jaka jest kluczowa zasada budowania relacji podczas pracy z fundraiserem?

- a) Izolacja.
- b) Przejrzystość.**
- c) Wyłącznie.
- d) Niezdecydowanie.

Poprawna odpowiedź: b) Przejrzystość.

17) Która z poniższych osób jest zazwyczaj odpowiedzialna za pozyskiwanie funduszy i zapewnianie wsparcia dla projektów szkolnych?

- a) Wóźny szkolny.
- b) Profesjonalny konsultant ds. pozyskiwania funduszy.**
- c) Pracownik stołówki.
- d) Bibliotekarz szkolny.

Poprawna odpowiedź: b) Profesjonalny konsultant ds. pozyskiwania funduszy.

18) Jaki jest pierwszy krok w przygotowaniu planu pracy z fundraiserem?

- a) Przydzielanie zasobów.
- b) Ustalenie ram czasowych.
- c) Definiowanie celów.**
- d) Ustanowienie kanałów komunikacji.

Poprawna odpowiedź: c) Definiowanie celów.

19) Jak szkoły mogą docenić fundraiserów za ich wysiłki?

- a) Zignoruj ich wkład.
- b) Publicznie nagradzaj ich osiągnięcia.**
- c) Krytykuj ich wyniki.
- d) Wstrzymanie zasobów.

Poprawna odpowiedź: b) Publicznie nagradzaj ich osiągnięcia.

20) Które z poniższych narzędzi jest wykorzystywane przez szkoły do śledzenia interakcji z darczyńcami i historii darowizn?

- a) Arkusz kalkulacyjny.
- b) Baza danych darczyńców.**
- c) Książka telefoniczna.
- d) Tablica ogłoszeń.

Poprawna odpowiedź: b) Baza danych darczyńców.

3.3.5. Monitorowanie i ocenianie procesów wspierania szkół przez przedsiębiorstwa w zakresie wyposażenia warsztatów i pracowni szkolnych

21) Czy szkoły zawodowe mogą wykorzystywać kwestionariusze ankiety do zbierania opinii od interesariuszy na temat skuteczności sprzętu dostarczanego przez przedsiębiorstwa, koncentrując się na użyteczności, trwałości i ogólnym zadowoleniu?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

22) Czy oprogramowanie do analizy danych, takie jak Google Analytics lub Salesforce, może być wykorzystywane przez szkoły do śledzenia trendów darowizn, poziomów zaangażowania w kampanię i danych demograficznych darczyńców w celu oceny wpływu działań fundraisingowych?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

23) Czy wizytacja w szkole zawodowej przeprowadzana przez przedstawicieli przedsiębiorstw pozwala na bezpośrednią obserwację wykorzystania sprzętu, ocenę jego stanu oraz zebranie informacji zwrotnych od nauczycieli i uczniów?

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: a) Prawda.

3.4. Test dla jednostki modułowej M1.J4. Angażowanie pracodawców w egzaminy zawodowe organizowane przez szkołę, realizację doradztwa zawodowego i przygotowanie uczniów do wejścia na rynek pracy

3.4.1. Przedstawianie informacji pracodawcom na temat egzaminów zawodowych oraz wskazywanie korzyści jakie ma pracodawca w związku z udziałem w egzaminach zawodowych uczniów oraz szkoła w związku z udziałem pracodawców w egzaminach zawodowych

1. Czy rodziców i opiekunów zaliczamy do grupy interesariuszy zaangażowanych pośrednio w egzamin zawody w szkołach zawodowych dla uczniów?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

2. Czy przedstawiciele pracodawców możemy zaliczyć do grupy interesariuszy zaangażowanych pośrednio w egzamin zawody w szkołach zawodowych dla uczniów?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

3. Zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi wskazujące na korzyści dla pracodawców związane z udziałem w egzaminach zawodowych uczniów.

Zwiększenie prestiżu: współpraca z placówkami edukacyjnymi może wpłynąć na postrzeganie firmy jako odpowiedzialnej społecznie	☐
Zdobycie wiedzy o rynku pracy: obserwacja uczniów podczas egzaminów pozwala na lepsze zrozumienie potrzeb rynku pracy	☐
Możliwość rekrutacji stażystów: egzaminy to okazja do zidentyfikowania potencjalnych stażystów	☐
Weryfikacja umiejętności nauczycieli: egzaminy pozwalają ocenić praktyczne umiejętności nauczycieli uczących w konkretnych zawodach	☐

Poprawne odpowiedzi:

Zwiększenie prestiżu: współpraca z placówkami edukacyjnymi może wpłynąć na postrzeganie firmy jako odpowiedzialnej społecznie	X
Zdobycie wiedzy o rynku pracy: obserwacja uczniów podczas egzaminów pozwala na lepsze zrozumienie potrzeb rynku pracy	X
Możliwość rekrutacji stażystów: egzaminy to okazja do zidentyfikowania potencjalnych stażystów	X

3.4.2. Wskazanie działań związanych z egzaminami zawodowymi, w które może zaangażować się pracodawca

4. W jaki sposób pracodawcy mogą przyczynić się do przygotowania zadań egzaminacyjnych?

- a) Przekazując zadania niewiązane bezpośrednio z praktyką zawodową.
- b) Tworząc zadania, które nie odzwierciedlają aktualnych potrzeb rynku.
- c) Pomagając w tworzeniu zadań, które odzwierciedlają rzeczywiste wyzwania zawodowe.**
- d) Ograniczając dostęp do narzędzi i materiałów potrzebnych do realizacji zadań.

Poprawna odpowiedź: c) Pomagając w tworzeniu zadań, które odzwierciedlają rzeczywiste wyzwania zawodowe.

5. Jaką rolę mogą pełnić pracodawcy podczas oceniania części praktycznej egzaminu?

- a) Mogą obserwować, ale nie oceniać.
- b) Mogą oceniać umiejętności praktyczne uczniów podczas egzaminu.**
- c) Powinni krytykować uczniów, zamiast ich oceniać.
- d) Nie mają wpływu na ocenę umiejętności praktycznych.

Poprawna odpowiedź: b) Mogą oceniać umiejętności praktyczne uczniów podczas egzaminu.

6. Co może być wynikiem współpracy z pracodawcami w zakresie udostępniania miejsc pracy dla uczniów?

- a) Uczniowie mają mniej możliwości do nauki praktycznych umiejętności.
- b) Uczniowie mogą uzyskać dostęp do realnych miejsc pracy, co zwiększa ich doświadczenie zawodowe.**

- c) Pracodawcy mają mniejszy wpływ na kształcenie praktyczne.
- d) Uczniowie nie są w stanie nawiązać kontaktów zawodowych.

Poprawna odpowiedź: b) Uczniowie mogą uzyskać dostęp do realnych miejsc pracy, co zwiększa ich doświadczenie zawodowe.

7. Jakie korzyści dla procesu edukacyjnego przynosi uczestnictwo pracodawców w komisjach egzaminacyjnych?

- a) Zwiększa subiektywność ocen.
- b) Prowadzi do obniżenia standardów egzaminacyjnych.

c) Wpływa na obiektywność ocen.

- d) Nie wpływa na jakość egzaminów.

Poprawna odpowiedź: c) Wpływa na obiektywność ocen.

8. Które z poniższych działań nie jest zalecane dla pracodawców angażujących się w egzaminy zawodowe?

- a) Przygotowywanie uczniów do egzaminu praktycznego przez prowadzenie zajęć praktycznych.

b) Udział w komisji egzaminacyjnej bez odpowiedniego przygotowania i wiedzy o temacie.

- c) Udostępnianie materiałów i narzędzi używanych w pracy zawodowej.
- d) Organizacja staży i praktyk zawodowych dla uczniów.

Poprawna odpowiedź: b) Udział w komisji egzaminacyjnej bez odpowiedniego przygotowania i wiedzy o temacie.

3.4.3. Prowadzenie monitoringu i ewaluacji działań w obszarze angażowania się pracodawców w organizację egzaminów zawodowych

9. Które narzędzie jest najbardziej odpowiednie do zbierania bezpośrednich informacji zwrotnych od pracodawców?

a) Ankieta online.

- b) Obserwacja w miejscu pracy.
- c) Grupy fokusowe.
- d) Analiza dokumentacji.

Poprawna odpowiedź: a) Ankieta online.

10. Jaką metodę należy zastosować, aby uzyskać szczegółowe informacje na temat interakcji pomiędzy uczniami a pracodawcami podczas egzaminów?

- a) Ankieta.

b) Obserwacja.

- c) Analiza dokumentacji.
- d) Wywiad.

Poprawna odpowiedź: b) Obserwacja.

11. Feedback od pracodawców jest zbierany tylko po zakończeniu egzaminów zawodowych.

a) Prawda.

b) Fałsz.

Poprawna odpowiedź: b) Fałsz.

12. Jak często powinien być przeprowadzany monitoring działań związanych z angażowaniem pracodawców w organizację egzaminów zawodowych?

a) Tylko raz, po pierwszym cyklu egzaminów.

b) Co roku szkolny.

c) Po każdym egzaminie.

d) Co pięć lat.

Poprawna odpowiedź: c) Po każdym egzaminie.

13. Który z poniższych elementów nie jest typowo analizowany w procesie ewaluacji angażowania pracodawców w egzaminy zawodowe?

a) Efektywność komunikacji między szkołą a pracodawcami.

b) Satysfakcja pracodawców z wyników egzaminów.

c) Wpływ wyników egzaminów na wyniki finansowe firm.

d) Przygotowanie uczniów do pracy na rynku.

Poprawna odpowiedź: c) Wpływ wyników egzaminów na wyniki finansowe firm.

3.4.4. Definiowanie i wyjaśnienie czym jest doradztwo zawodowe

14. Doradztwo zawodowe to ...

a) Usługa rynku pracy, której głównym odbiorcą są osoby dorosłe bezrobotne lub poszukujące pracy.

b) Zapewnienie wsparcia w rozwoju kariery osobom w każdym wieku i na wszystkich etapach kariery.

c) Uporządkowane i zaplanowane działania mające na celu wspieranie uczniów w procesie świadomego i samodzielnego podejmowania decyzji edukacyjnych, a także zawodowych.

Poprawna odpowiedź: c) uporządkowane i zaplanowane działania mające na celu wspieranie uczniów w procesie świadomego i samodzielnego podejmowania decyzji edukacyjnych, a także zawodowych.

15. Zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi wskazujące na cele szczegółowe doradztwa zawodowego dla uczniów z punktu widziane pracodawców.

Dostęp do przyszłych pracowników: pracodawcy chcą, aby młodzi ludzie byli świadomi różnych ścieżek zawodowych i mieli dostęp do informacji o rynku pracy	☐
Kształtowanie kompetencji: pracodawcy oczekują, że uczniowie zdobędą umiejętności niezbędne do wykonywania pracy	☐

Zapobieganie luki kadrowej: pracodawcy widzą doradztwo zawodowe jako narzędzie zapobiegania niedoborowi pracowników w przyszłości	☐
Zrozumienie specyfiki branży: poprzez świadome i samodzielne podejmowanie decyzji edukacyjnych przez ucznia	☐

Poprawne odpowiedzi:

Dostęp do przyszłych pracowników: pracodawcy chcą, aby młodzi ludzie byli świadomi różnych ścieżek zawodowych i mieli dostęp do informacji o rynku pracy	X
Kształtowanie kompetencji: pracodawcy oczekują, że uczniowie zdobędą umiejętności niezbędne do wykonywania pracy	X
Zapobieganie luki kadrowej: pracodawcy widzą doradztwo zawodowe jako narzędzie zapobiegania niedoborowi pracowników w przyszłości	X

16. Wskaż co jest głównym celem doradztwa zawodowego z punktu widzenia ucznia?

- a) Poznanie tylko samego siebie.
- b) Nabycie wiedzy o predyspozycjach i zainteresowaniach zawodowych poprzez wypełnienie testu.

c) Wsparcie ucznia w procesie świadomego i samodzielnego podejmowania decyzji edukacyjnych, a także zawodowych.

Poprawna odpowiedź: c) wspieranie ucznia w procesie świadomego i samodzielnego podejmowania decyzji edukacyjnych, a także zawodowych.

3.4.5. Wskazanie kto może być zaangażowany wewnątrz i zewnątrz w realizację doradztwa zawodowego w szkołach oraz korzyści dla pracodawcy i innych uczestników procesu doradztwa zawodowego w szkołach oraz zadania pracodawcy

17. Wskaż kto może być zaangażowany w prowadzenie zajęć z doradztwa zawodowego dla uczniów szkół zawodowych

- a) Doradca zawodowy.
- b) Rodzice uczniów.
- c) Pracodawcy.

d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: d) Wszystkie odpowiedzi są poprawne.

18. Wskaż jakie korzyści ma pracodawca uczestniczący w działaniach z doradztwa zawodowego dla młodzieży szkół zawodowych.

- a) Promocja szkoły zawodowej.
- b) Współpraca z przyszłymi pracownikami.**
- c) Rozwój zawodowy swoich pracowników.

Poprawna odpowiedź: b) współpraca z przyszłymi pracownikami.

19. Zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi wskazujące w jakie działania związane z doradztwem zawodowym dla uczniów szkół zawodowych mogą być zaangażowani przedstawiciele pracodawców.

Pracodawcy mogą być zaproszeni do udziału w grupowych spotkań z uczniami, w czasie których opowiadają o samym sobie, zawodzie w którym pracują, swojej ścieżce kariery, firmie itp.	☐
Pracodawcy mogą być uczestnikami targów edukacyjnych lub pracy organizowanych dla uczniów szkół podstawowych	☐
Pracodawcy mogą być zaangażowani w spotkania z rodzicami lub opiekunami prawnymi uczniów szkół zawodowych	☐
Pracodawcy mogą być zainteresowani promowaniem firmy wśród nauczycieli	☐

Poprawne odpowiedzi:

Pracodawcy mogą być zaproszeni do udziału w grupowych spotkań z uczniami, w czasie których opowiadają o samym sobie, zawodzie w którym pracują, swojej ścieżce kariery, firmie itp.	X
Pracodawcy mogą być uczestnikami targów edukacyjnych lub pracy organizowanych dla uczniów szkół podstawowych	X
Pracodawcy mogą być zaangażowani w spotkania z rodzicami lub opiekunami prawnymi uczniów szkół zawodowych	X

3.4.6. Prowadzenie monitoringu i ewaluacji działań z doradztwa zawodowego, w które zaangażowani byli pracodawcy

20. Pod terminem zasada triangulacji badań rozumiemy:

- Zasadę dzięki której w procesie monitorowania będą formułowane trafne pytania umożliwiające diagnozowanie rzeczywistości interesującego nasz obszaru.
- Pozyskiwanie danych od różnych stron uczestniczących w działaniu, z różnych źródeł i najlepiej w wykorzystaniu różnych wzajemnie się uzupełniających metod i narzędzi.**
- Zapewnienie adekwatnego doboru próby badawczej, posługiwanie się „zbliżonymi” narzędziami, czyli takimi, w których uzyskamy odpowiedzi na to samo pytanie z różnych źródeł i punktów widzenia, prowadzenie badania przez profesjonalnie przygotowane do tego osoby oraz zapewnienie wiarygodność i autentyczność zgromadzonych informacji, danych.

Poprawna odpowiedź: b) Pozyskiwanie danych od różnych stron uczestniczących w działaniu, z różnych źródeł i najlepiej w wykorzystaniu różnych wzajemnie się uzupełniających metod i narzędzi.

21. Pod terminem monitoring należy rozumieć:

- Badania, które pozwalają ocenić skuteczność i jakość działań oraz dostosować je do potrzeb odbiorców.
- Ciągły proces zbierania informacji na temat realizacji działania.**

- c) Obie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: b) ciągły proces zbierania informacji na temat realizacji działania.

22. Pod terminem ewaluacja należy rozumieć

a) badania, które pozwalają ocenić skuteczność i jakość działań oraz dostosować je do potrzeb odbiorców.

- b) ciągły proces zbierania informacji na temat realizacji działania.

- c) obie odpowiedzi są poprawne.

Poprawna odpowiedź: a) badania, które pozwalają ocenić skuteczność i jakość działań oraz dostosować je do potrzeb odbiorców.

3.4.7. Planowanie projektu i określanie celów

23. Czy „Akceptowalny” jest jedną z cech celu SMART?

- a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

24. Czy diagram Gantta jest najlepszym narzędziem do wizualizacji zależności między zadaniami w projekcie?

a) Tak.

- b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

25. Czy ignorowanie jest typową strategią odpowiedzi na ryzyko w zarządzaniu projektami?

- a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

26. Czy zysk netto projektu jest typowo uwzględniany w budżecie projektu?

- a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

27. Czy litera „I” w macierzy RACI wskazuje osobę, która jest informowana o postępie?

a) Tak.

- b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

3.4.8. Dobieranie i przydzielanie zadań członkom zespołu projektowego

28. Czy preferencje osobiste w stylu muzyki są zalecanym kryterium przy wyborze członków zespołu projektowego?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

29. Czy zadania członkom zespołu projektowego powinny być przydzielane na podstawie ich kompetencji?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

30. Czy głównym celem tworzenia matrycy kompetencji dla zespołu projektowego jest zrozumienie i wizualizacja umiejętności każdego członka zespołu?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

31. Czy metoda Agile i Scrum promuje samodzielność i odpowiedzialność wśród członków zespołu?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

32. Czy głównym celem przeprowadzenia mini-projektu integracyjnego na zakończenie szkolenia jest integracja wiedzy z całego kursu przez uczestników?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

3.4.9. Realizacja projektu

33. Czy plan projektu powinien zawierać tylko harmonogram?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

34. Czy głównym celem monitorowania postępów w projekcie jest identyfikacja odchyleń od planu i zarządzanie nimi?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

35. Czy ignorowanie ryzyka jest kluczowym elementem zarządzania ryzykiem w projekcie?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

36. Czy w przypadku wystąpienia problemu w projekcie, należy go zignorować?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

37. Czy sprawozdanie końcowe projektu powinno zawierać tylko koszty projektu?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

3.4.10. Monitorowanie i ewaluacja projektu

38. Czy uczestnicy powinni używać narzędzi do zarządzania projektami do monitorowania postępów projektu?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

39. Czy definicja metodologii pomiaru dla celów projektowych powinna uwzględniać tylko wskaźniki ilościowe?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

40. Czy planowanie ewaluacji projektu powinno być przeprowadzone dopiero po zakończeniu projektu?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

41. Czy każdy plan zarządzania ryzykiem powinien zawierać strategię minimalizacji ryzyka oraz plany awaryjne?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

42. Czy identyfikacja problemów w realizacji celów projektu powinna prowadzić do natychmiastowego zaniechania projektu?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

3.4.11. Charakteryzowanie procesu nadawania kwalifikacji obowiązujące w szkole oraz określanie możliwości uzupełnienia kwalifikacji

43. Czy kwalifikacje zawodowe to umiejętności i wiedza związane z konkretnym zawodem, potwierdzone przez system edukacji?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

44. Czy elementy kwalifikacji zawodowych składają się wyłącznie z praktycznej wiedzy specjalistycznej?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

45. Czy kwalifikacje rynkowe to umiejętności wymagane przez rynek pracy, które nie zawsze są formalnie certyfikowane?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

46. Czy program nauczania dostosowany do potrzeb rynku pracy powinien łączyć wiedzę teoretyczną, umiejętności praktyczne oraz kompetencje miękkie?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

3.4.12. Uznawanie kwalifikacji zawodowych w krajach europejskich

47. Czy zawód regulowany to taki, którego wykonywanie wymaga spełnienia określonych wymagań w danym kraju?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: a) Tak.

48. Czy Europejska Legitymacja Zawodowa jest dokumentem papierowym?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

49. Czy każdy kraj członek UE ma takie same procedury uznawania kwalifikacji zawodowych?

a) Tak.

b) Nie.

Poprawna odpowiedź: b) Nie.

3.5. Test dla jednostki modułowej M1.J5. Doskonalenie nauczycieli kształcenia zawodowego we współpracy z pracodawcami

3.5.1. Wyjaśnienie korzyści płynących z zaangażowania firm w rozwój zawodowy nauczycieli

1. Czy nauczyciele mogą wykorzystać wiedzę zdobytą w biznesie do opracowania lub aktualizacji programów nauczania w szkołach zawodowych?

a) Nauczyciele mogą wykorzystywać wiedzę branżową do tworzenia bardziej odpowiednich programów nauczania.

b) Wiedza biznesowa nie jest związana z opracowywaniem programów nauczania.

c) Programy nauczania są opracowywane wyłącznie przez specjalistów w dziedzinie edukacji, bez wpływu biznesu.

Poprawna odpowiedź: a) Nauczyciele mogą wykorzystywać wiedzę branżową do tworzenia bardziej odpowiednich programów nauczania.

2. Czy udział nauczycieli szkół zawodowych w programach rozwoju zawodowego we współpracy z przedsiębiorstwami może poprawić reputację instytucji jako dostawcy wysokiej jakości usług w regionie?

a) Takie uczestnictwo nie ma wpływu na reputację instytucji.

b) Tylko osiągnięcia akademickie mogą poprawić reputację instytucji, a nie partnerstwa biznesowe.

c) Może to poprawić reputację instytucji jako dostawcy wysokiej jakości usług.

Poprawna odpowiedź: c) Może to poprawić reputację instytucji jako dostawcy wysokiej jakości usług.

3. Czy nauczyciele ze szkół zawodowych mogą lepiej dostosować swoje programy nauczania i programy instytucjonalne do aktualnych wymagań rynku pracy?

a) Programy edukacyjne są ustalane przez rząd i nie mogą być zmieniane w celu spełnienia wymagań rynku pracy.

b) Nauczyciele mogą dostosować swoje programy do potrzeb rynku pracy, będąc na bieżąco z trendami branżowymi.

c) Nauczyciele ze szkół zawodowych nie mają wpływu na dostosowanie programów do trendów na rynku pracy.

Poprawna odpowiedź: b) Nauczyciele mogą dostosować swoje programy do potrzeb rynku pracy, będąc na bieżąco z trendami branżowymi.

4. Czy istnieje możliwość opracowania programów mentorskich, w których doświadczeni specjaliści biznesowi będą mentorami nauczycieli ze szkół zawodowych?

a) Można opracować programy mentorskie, w ramach których specjaliści biznesowi będą mentorami nauczycieli ze szkół zawodowych.

- b) Mentoring nie jest zazwyczaj oferowany nauczycielom przez profesjonalistów biznesowych.
- c) Programy mentorskie są przeznaczone wyłącznie dla mentorów akademickich w instytucjach edukacyjnych.

Poprawna odpowiedź: a) Można opracować programy mentorskie, w ramach których specjaliści biznesowi będą mentorami nauczycieli ze szkół zawodowych.

5. Czy współpraca z sieciami edukacyjnymi i związkami zawodowymi nauczycieli w celu wymiany informacji może pomóc w osiągnięciu partnerstwa między przedsiębiorstwami a instytucjami kształcenia i szkolenia zawodowego?

- a) Współpraca z sieciami edukacyjnymi i związkami zawodowymi może pomóc w nawiązywaniu partnerstw.
- b) Związki zawodowe zazwyczaj nie angażują się w partnerstwa z firmami.
- c) Sieci edukacyjne są odrębnymi podmiotami, które nie angażują firm w swoją działalność.

Poprawna odpowiedź: a) Współpraca z sieciami edukacyjnymi i związkami zawodowymi może pomóc w nawiązywaniu partnerstw.

6. Czy możliwe jest zaproszenie przedsiębiorców do udziału w radach pedagogicznych lub zespołach roboczych w instytucjach kształcenia i szkolenia zawodowego?

- a) Przedsiębiorcy nie mogą dołączać do rad lub zespołów roboczych.
- b) Tylko urzędnicy państwowi mogą być członkami rad pedagogicznych w szkołach zawodowych.
- c) Przedsiębiorcy mogą zostać zaproszeni do udziału w radach pedagogicznych, aby zapewnić wgląd w branżę.

Poprawna odpowiedź: c) Przedsiębiorcy mogą zostać zaproszeni do udziału w radach pedagogicznych, aby zapewnić wgląd w branżę.

7. Czy możliwe jest, aby przedsiębiorcy mogli zastosować techniki szkoleniowe i wiedzę pozyskaną od nauczycieli w celu ulepszenia własnych programów rozwoju pracowników?

- a) Techniki szkoleniowe stosowane w edukacji nie mają znaczenia dla rozwoju pracowników korporacyjnych.
- b) Przedsiębiorcy mogą zaadaptować techniki szkoleń edukacyjnych w celu poprawy rozwoju własnego personelu.
- c) Wiedza przekazywana w środowisku edukacyjnym nie ma zastosowania w środowisku biznesowym.

Poprawna odpowiedź: b) Przedsiębiorcy mogą zaadaptować techniki szkoleń edukacyjnych w celu poprawy rozwoju własnego personelu.

3.5.2. Identyfikacja nowych obszarów kształcenia nauczycieli w przedsiębiorstwach

8. Jak zidentyfikować luki między ofertą zawodową szkoły a zmianami w firmach?

- a) Regularne konsultacje branżowe i sesje mogą pomóc zidentyfikować rozbieżności między tym, co jest nauczane, a tym, co jest potrzebne pracownikom.

- b) Dokonując przeglądu programu nauczania co dziesięć lat, szkoły mogą skutecznie wykrywać i eliminować luki.
- c) Luki można zidentyfikować wyłącznie na podstawie informacji zwrotnych od studentów, bez konieczności udziału partnerów branżowych.

Poprawna odpowiedź: a) Regularne konsultacje branżowe i sesje mogą pomóc zidentyfikować rozbieżności między tym, co jest nauczane, a tym, co jest potrzebne pracownikom.

9. Jak możemy opracować ustrukturyzowane podejście do identyfikowania możliwości poprawy kształcenia nauczycieli?

- a) Wdrażanie ustrukturyzowanego podejścia nie jest konieczne; ulepszenia mogą być wprowadzane ad hoc w miarę pojawiania się problemów.
- b) Jedynie okresowy przegląd programu nauczania przez kierownictwo szkoły jest wystarczający do zidentyfikowania możliwości poprawy.

c) Ustanowienie zespołu roboczego ds. współpracy szkoły zawodowej z firmami w celu ciągłej oceny i wprowadzania ulepszeń.

Poprawna odpowiedź: c) Ustanowienie zespołu roboczego ds. współpracy szkoły zawodowej z firmami w celu ciągłej oceny i wprowadzania ulepszeń.

10. Jak możemy zidentyfikować potrzeby firm w zakresie innowacji?

- a) Poleganie na przestarzałych raportach branżowych jest wystarczające, aby zrozumieć obecne potrzeby w zakresie innowacji.
- b) Przeprowadzanie regularnych ankiet i wywiadów z partnerami branżowymi w celu zrozumienia ich obecnych i przyszłych potrzeb w zakresie innowacji.**
- c) Potrzeby w zakresie innowacji można wywnioskować z ogólnych trendów rynkowych bez bezpośredniego wkładu ze strony przedsiębiorstw.

Poprawna odpowiedź: b) Przeprowadzanie regularnych ankiet i wywiadów z partnerami branżowymi w celu zrozumienia ich obecnych i przyszłych potrzeb w zakresie innowacji.

11. Jakie są kluczowe kryteria oceny i priorytetyzacji obszarów szkoleniowych?

- a) Współpraca między kierownictwem szkoły a partnerami branżowymi przy podejmowaniu decyzji zapewnia, że obszary szkoleniowe są istotne i korzystne dla obu stron.**
- b) Popularność wśród uczniów powinna być jedynym kryterium ustalania priorytetów obszarów szkoleniowych.
- c) Łatwość wdrażania programów szkoleniowych powinna być głównym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji, które obszary należy traktować priorytetowo.

Poprawna odpowiedź: a) Współpraca między kierownictwem szkoły a partnerami branżowymi przy podejmowaniu decyzji zapewnia, że obszary szkoleniowe są istotne i korzystne dla obu stron.

12. Czy istnieje możliwość zaangażowania zarówno kierownictwa szkoły, jak i partnerów branżowych w proces podejmowania decyzji, aby upewnić się, że wybrane obszary szkoleniowe spełniają potrzeby obu stron?

- a) Współpraca z sieciami edukacyjnymi i związkami zawodowymi może pomóc w nawiązywaniu partnerstw.**

- b) Partnerzy branżowi nie powinni mieć wpływu na proces decyzyjny, ponieważ instytucje edukacyjne wiedzą najlepiej.
- c) Proces decyzyjny powinien być w całości prowadzony przez kierownictwo szkoły, bez konieczności udziału przedstawicieli branży.

Poprawna odpowiedź: a) Współpraca z sieciami edukacyjnymi i związkami zawodowymi może pomóc w nawiązywaniu partnerstw.

13. Czy istnieje potrzeba stałego zaangażowania szkół zawodowych w biznes w celu wspierania długoterminowych partnerstw, które przynoszą korzyści zarówno szkole, jak i branży?

- a) Po ustanowieniu partnerstwa nie ma potrzeby ciągłego zaangażowania.
- b) Regularne zaangażowanie nie jest konieczne, ponieważ potrzeby firm nie zmieniają się znacząco w czasie.

c) Ciągłe zaangażowanie biznesu jest kluczowe dla utrzymania aktualnych programów szkoleniowych i wspierania długoterminowych, wzajemnie korzystnych partnerstw.

Poprawna odpowiedź: c) Ciągłe zaangażowanie biznesu jest kluczowe dla utrzymania aktualnych programów szkoleniowych i wspierania długoterminowych, wzajemnie korzystnych partnerstw.

3.5.3. Identyfikacja potrzeb szkoleniowych nauczycieli i ich zainteresowania rozwojem zawodowym w przedsiębiorstwach

14. Czy zidentyfikowane potrzeby szkoleniowe powinny być dostosowane do strategicznych celów firmy, takich jak poprawa wydajności pracowników lub zwiększenie zadowolenia klientów?

- a) Zidentyfikowane potrzeby szkoleniowe powinny być dostosowane do strategicznych celów firmy.**
- b) Potrzeby szkoleniowe powinny koncentrować się wyłącznie na preferencjach nauczycieli, a nie na celach biznesowych.
- c) Dostosowanie potrzeb szkoleniowych do celów biznesowych jest niepotrzebne, ponieważ służą one różnym celom.

Poprawna odpowiedź: a) Zidentyfikowane potrzeby szkoleniowe powinny być dostosowane do strategicznych celów firmy.

15. Członkom zespołu zaangażowanym w proces analizy potrzeb szkoleniowych należy przypisać konkretne role i obowiązki. Na przykład, jeden zespół może być odpowiedzialny za gromadzenie danych, inny za ich analizę, a jeszcze inny za zaangażowanie interesariuszy?

- a) Wszyscy członkowie zespołu powinni zajmować się wszystkimi aspektami procesu analizy potrzeb szkoleniowych, aby uniknąć specjalizacji.
- b) Przypisywanie konkretnych ról prowadzi do nieefektywności i powielania wysiłków.

c) Przypisanie konkretnych ról i obowiązków zapewnia zorganizowany i skuteczny proces analizy potrzeb szkoleniowych.

Poprawna odpowiedź: c) Przypisanie konkretnych ról i obowiązków zapewnia zorganizowany i skuteczny proces analizy potrzeb szkoleniowych.

16. Czy należy przygotować szczegółowy raport opisujący wyniki analizy potrzeb szkoleniowych, w tym priorytetowe potrzeby szkoleniowe i zalecenia dotyczące programów rozwoju zawodowego?

a) Krótkie podsumowanie jest wystarczające do przekazania wyników analizy potrzeb szkoleniowych.

b) Należy przygotować szczegółowy raport w celu udokumentowania ustaleń i zaleceń.

c) Przygotowanie szczegółowego raportu jest niepotrzebne i czasochłonne.

Poprawna odpowiedź: b) Należy przygotować szczegółowy raport w celu udokumentowania ustaleń i zaleceń.

17. Monitorowanie procesu gromadzenia danych na potrzeby analizy potrzeb szkoleniowych powinno być prowadzone na bieżąco, aby zapewnić, że pozostaje on na właściwym torze.

a) Bieżące monitorowanie ma zasadnicze znaczenie dla zapewnienia, że proces gromadzenia danych przebiega zgodnie z planem.

b) Monitorowanie procesu gromadzenia danych powinno odbywać się tylko na końcu, aby sprawdzić jego kompletność.

c) Monitorowanie procesu gromadzenia danych nie jest konieczne po jego rozpoczęciu.

Poprawna odpowiedź: a) Bieżące monitorowanie ma zasadnicze znaczenie dla zapewnienia, że proces gromadzenia danych przebiega zgodnie z planem.

3.5.4. Weryfikacja możliwości doskonalenia nauczycieli w przedsiębiorstwie

18. Jaka jest struktura raportu weryfikacyjnego?

a) Struktura raportu z weryfikacji zazwyczaj obejmuje wprowadzenie, podsumowanie, rekomendację, metodologię zastosowaną do weryfikacji, ustalenia i analizę oraz wnioski z zaleceniami.

b) Struktura raportu weryfikacyjnego wymaga jedynie krótkiego przeglądu firmy i listy usług oferowanych przez firmę.

c) Struktura raportu z weryfikacji składa się tylko ze strony tytułowej i załącznika z odniesieniami, ponieważ główna treść jest opcjonalna.

Poprawna odpowiedź: a) Struktura raportu z weryfikacji zazwyczaj obejmuje wprowadzenie, podsumowanie, rekomendację, metodologię zastosowaną do weryfikacji, ustalenia i analizę oraz wnioski z zaleceniami.

19. Jaki jest plan krok po kroku projektowania i wdrażania metodologii weryfikacji?

a) Plan obejmuje wybranie losowych firm, wysłanie ankiety i założenie, że wyniki są dokładne bez dalszej analizy.

b) Plan polega jedynie na przeprowadzeniu sprawdzenia firmy, a następnie przystąpieniu do szkolenia bez dodatkowych kroków.

c) Plan krok po kroku obejmuje zdefiniowanie kryteriów weryfikacji, gromadzenie odpowiednich danych, przeprowadzanie wywiadów lub ocen, analizowanie danych i kompilowanie ustaleń w ustrukturyzowany raport.

Poprawna odpowiedź: c) Plan krok po kroku obejmuje zdefiniowanie kryteriów weryfikacji, gromadzenie odpowiednich danych, przeprowadzanie wywiadów lub ocen, analizowanie danych i kompilowanie ustaleń w ustrukturyzowany raport.

20. Jakie strony są zaangażowane w proces organizacji rozwoju zawodowego nauczycieli w przedsiębiorstwach?

- a) Tylko nauczyciele i firma szkoleniowa są zaangażowani w proces; nie jest wymagany wkład ze strony administratorów szkoły lub innych zainteresowanych stron.

b) Zaangażowane strony zazwyczaj obejmują firmę szkoleniową, administratorów szkół, nauczycieli, a czasem także zewnętrznego konsultanta lub doradcę prawnego.

- c) Jedynymi zaangażowanymi stronami są firma zapewniająca szkolenie i dział finansowy szkoły.

Poprawna odpowiedź: b) Zaangażowane strony zazwyczaj obejmują firmę szkoleniową, administratorów szkół, nauczycieli, a czasem także zewnętrznego konsultanta lub doradcę prawnego.

21. Czy ważne jest określenie, kto jest odpowiedzialny za koszty związane z rozwojem zawodowym nauczycieli w przedsiębiorstwach?

a) Kluczowe jest określenie, kto jest odpowiedzialny za koszty, aby uniknąć nieporozumień i zapewnić, że finansowe aspekty szkolenia są jasno określone i uzgodnione przez wszystkie strony.

- b) Określenie, kto jest odpowiedzialny za koszty, nie jest konieczne; szczegóły te można ustalić po rozpoczęciu szkolenia.

- c) Nie jest to ważne, ponieważ koszty są zazwyczaj dzielone równo, bez konieczności wcześniejszego porozumienia.

Poprawna odpowiedź: a) Kluczowe jest określenie, kto jest odpowiedzialny za koszty, aby uniknąć nieporozumień i zapewnić, że finansowe aspekty szkolenia są jasno określone i uzgodnione przez wszystkie strony.

22. Czy konieczne jest opracowanie umowy z konsultacją prawną?

a) Zaleca się opracowanie umowy z konsultacją prawną, aby upewnić się, że wszystkie warunki są zgodne z prawem i chronią interesy wszystkich zaangażowanych stron.

- b) Konsultacje prawne nie są konieczne; standardowy szablon umowy może być używany bez dostosowywania.

- c) Umowa nie wymaga konsultacji prawnych, ponieważ jest to prosty dokument, który nie wymaga specjalistycznej wiedzy prawniczej.

Poprawna odpowiedź: a) Zaleca się opracowanie umowy z konsultacją prawną, aby upewnić się, że wszystkie warunki są zgodne z prawem i chronią interesy wszystkich zaangażowanych stron.

3.5.5. Organizowanie doskonalenia zawodowego dla nauczycieli w przedsiębiorstwach

23. Włączenie praktycznych warsztatów, podczas których nauczyciele mogą bezpośrednio zastosować zdobytą wiedzę. Warsztaty te powinny być współorganizowane przez specjalistów z branży i ekspertów edukacyjnych, aby zapewnić zarówno wartość praktyczną, jak i pedagogiczną.

a) Współorganizowanie praktycznych warsztatów z profesjonalistami z branży i ekspertami edukacyjnymi zapewnia zarówno praktyczną przydatność, jak i skuteczność pedagogiczną.

- b) Warsztaty powinny być organizowane wyłącznie przez ekspertów edukacyjnych, którzy najlepiej wiedzą, jak przekazywać treści nauczycielom.
- c) Profesjonaliści z branży powinni prowadzić warsztaty samodzielnie, ponieważ mają najbardziej odpowiednie doświadczenie praktyczne.

Poprawna odpowiedź: a) Współorganizowanie praktycznych warsztatów z profesjonalistami z branży i ekspertami edukacyjnymi zapewnia zarówno praktyczną przydatność, jak i skuteczność pedagogiczną.

24. Czy nauczyciele powinni ściśle współpracować z przedstawicielami biznesu, aby zapewnić zgodność treści ze standardami i oczekiwaniami branży?

- a) Nauczyciele powinni pracować niezależnie, ponieważ najlepiej wiedzą, czego uczniowie powinni się nauczyć, bez wkładu ze strony firm.
- b) Firmy powinny w całości dyktować treść, bez potrzeby udziału nauczycieli.

c) Współpraca między nauczycielami i przedstawicielami biznesu jest niezbędna, aby zapewnić, że treści spełniają standardy i oczekiwania branży.

Poprawna odpowiedź: c) Współpraca między nauczycielami i przedstawicielami biznesu jest niezbędna, aby zapewnić, że treści spełniają standardy i oczekiwania branży.

25. Ustanowienie protokołów komunikacyjnych w celu zapewnienia regularnego i otwartego dialogu między członkami zespołu pomaga zapewnić płynny przepływ informacji i szybkie rozwiązywanie wszelkich problemów, które mogą pojawić się podczas opracowywania projektu.

- a) Protokoły komunikacyjne są zbędne; członkowie zespołu powinni komunikować się tak, jak uważają to za stosowne.

b) Ustanowienie protokołów komunikacyjnych ma kluczowe znaczenie dla utrzymania otwartego dialogu, płynnego przepływu informacji i szybkiego rozwiązywania problemów podczas opracowywania projektu.

- c) Zbyt intensywna komunikacja może spowolnić projekt, dlatego lepiej ograniczyć dialog do minimum.

Poprawna odpowiedź: b) Ustanowienie protokołów komunikacyjnych ma kluczowe znaczenie dla utrzymania otwartego dialogu, płynnego przepływu informacji i szybkiego rozwiązywania problemów podczas opracowywania projektu.

26. Należy ustanowić protokoły komunikacyjne, aby zapewnić regularny i otwarty dialog między członkami zespołu. Czy przyczyni się to do płynnego przepływu informacji i szybkiego rozwiązywania wszelkich kwestii, które mogą pojawić się podczas opracowywania programu?

a) Ustanowienie protokołów komunikacyjnych przyczynia się do płynnego przepływu informacji i szybkiego rozwiązywania problemów podczas opracowywania programu.

- b) Protokoły komunikacyjne mają tendencję do tworzenia wąskich gardeł, opóźniając rozwiązywanie problemów. Nie jest to ważne, ponieważ koszty są zazwyczaj dzielone równo, bez konieczności wcześniejszego porozumienia.
- c) Nieformalna komunikacja jest wystarczająca, a formalne protokoły są zbędne.

Poprawna odpowiedź: a) Ustanowienie protokołów komunikacyjnych przyczynia się do

płynnego przepływu informacji i szybkiego rozwiązywania problemów podczas opracowywania programu.

27. Czy będziemy musieli ściśle współpracować zarówno z nauczycielami, jak i ekspertami branżowymi, aby opracować treści zgodne z określonymi efektami uczenia się?

- a) Ścisła współpraca z nauczycielami i ekspertami branżowymi jest niezbędna do opracowania treści, które są zgodne z określonymi efektami uczenia się.**
- b) Tylko nauczyciele muszą być zaangażowani w tworzenie treści; wkład ekspertów branżowych nie jest wymagany.
- c) Eksperti branżowi powinni być wyłącznie odpowiedzialni za rozwój treści, przy minimalnym wkładzie ze strony nauczycieli.

Poprawna odpowiedź: a) Ścisła współpraca z nauczycielami i ekspertami branżowymi jest niezbędna do opracowania treści, które są zgodne z określonymi efektami uczenia się.

28. Czy trenerzy powinni mieć znaczące doświadczenie w swoich dyscyplinach, aby zapewnić, że posiadają praktyczną, aktualną wiedzę, która jest istotna dla szkolenia?

- a) Trenerzy powinni mieć znaczące doświadczenie w swoich dyscyplinach, aby zapewnić odpowiednią i aktualną wiedzę.**
- b) Doświadczenie praktyczne nie jest konieczne; wiedza teoretyczna jest wystarczająca dla trenerów.
- c) Trenerzy powinni koncentrować się na umiejętnościach miękkich, a nie na doświadczeniu związanym z daną dyscypliną.

Poprawna odpowiedź: a) Trenerzy powinni mieć znaczące doświadczenie w swoich dyscyplinach, aby zapewnić odpowiednią i aktualną wiedzę.

29. Zbieranie informacji zwrotnych zarówno od przedstawicieli firmy, jak i potencjalnych uczestników szkoleń w celu oceny poziomu przygotowania trenerów - czy może to dostarczyć informacji o wszelkich obszarach, w których może być wymagane dodatkowe wsparcie lub rozwój.

- a) Informacje zwrotne powinny być zbierane wyłącznie od przedstawicieli firmy, ponieważ są oni głównymi interesariuszami szkolenia.
- b) Informacje zwrotne powinny być zbierane dopiero po zakończeniu szkolenia, a nie w trakcie przygotowań.
- c) Zbieranie informacji zwrotnych zarówno od przedstawicieli firm, jak i potencjalnych uczestników szkoleń ma kluczowe znaczenie dla oceny przygotowania trenerów i identyfikacji obszarów wymagających dodatkowego wsparcia.**

Poprawna odpowiedź: c) Zbieranie informacji zwrotnych zarówno od przedstawicieli firm, jak i potencjalnych uczestników szkoleń ma kluczowe znaczenie dla oceny przygotowania trenerów i identyfikacji obszarów wymagających dodatkowego wsparcia.

30. Czy powinniśmy współpracować zarówno z przedstawicielami szkół, jak i przedstawicielami firm, aby ustalić jasne cele edukacyjne, które opisują, co nauczyciele powinni osiągnąć po zakończeniu szkolenia?

- a) Tylko przedstawiciele szkół powinni być zaangażowani w ustalanie celów nauczania, ponieważ najlepiej rozumieją potrzeby edukacyjne.

b) Współpraca z przedstawicielami szkoły i firmy jest niezbędna do ustalenia jasnych celów nauczania, które są zgodne z oczekiwaniami.

c) Cele edukacyjne powinny pozostać niejasne, aby umożliwić elastyczność w sposobie prowadzenia szkolenia.

Poprawna odpowiedź: b) Współpraca z przedstawicielami szkoły i firmy jest niezbędna do ustalenia jasnych celów nauczania, które są zgodne z oczekiwaniami.

31. Czy powinny istnieć szczegółowe przewodniki punktacji określające kryteria oceny konkretnych umiejętności lub kompetencji, które powinny być współtworzone z przedstawicielem firmy, aby zapewnić zgodność ze standardami branżowymi?

a) Szczegółowe przewodniki punktacji opracowane wspólnie z przedstawicielem firmy zapewniają, że oceny są zgodne ze standardami branżowymi, zapewniając jasne kryteria oceny określonych umiejętności lub kompetencji.

b) Przewodniki punktacji powinny być tworzone wyłącznie przez nauczycieli, ponieważ mają oni doświadczenie w ocenianiu uczniów, bez konieczności udziału przedstawicieli firm.

c) Przewodniki punktacji są zbędne; nieformalne oceny i ogólne informacje zwrotne są wystarczające do oceny konkretnych umiejętności lub kompetencji.

Poprawna odpowiedź: a) Szczegółowe przewodniki punktacji opracowane wspólnie z przedstawicielem firmy zapewniają, że oceny są zgodne ze standardami branżowymi, zapewniając jasne kryteria oceny określonych umiejętności lub kompetencji.

32. Czy konieczne jest opracowanie procedur monitorowania we współpracy z przedstawicielem firmy, aby zapewnić osiągnięcie celów edukacyjnych i branżowych?

a) Opracowanie procedur monitorowania we współpracy z przedstawicielem firmy jest konieczne, aby zapewnić, że zarówno cele edukacyjne, jak i branżowe są spełnione, zapewniając adekwatność i skuteczność programu.

b) Procedury monitorowania powinny być opracowywane niezależnie przez instytucję edukacyjną, ponieważ są one najlepiej przygotowane do realizacji własnych celów bez konieczności udziału branży.

c) Procedury monitorowania nie są konieczne; zaufanie do procesu w naturalny sposób doprowadzi do osiągnięcia zarówno celów edukacyjnych, jak i branżowych bez formalnego nadzoru.

Poprawna odpowiedź: a) Opracowanie procedur monitorowania we współpracy z przedstawicielem firmy jest konieczne, aby zapewnić, że zarówno cele edukacyjne, jak i branżowe są spełnione, zapewniając adekwatność i skuteczność programu.

3.5.6. Monitorowanie i ocena rozwoju zawodowego nauczycieli w przedsiębiorstwach

33. Czy studia przypadków dokumentują konkretne przykłady tego, jak nauczyciele wdrożyli nowe umiejętności w swoich klasach, może być cenne zarówno dla instytucji edukacyjnej, jak i firmy?

a) Studia przypadków są cenne, ponieważ dokumentują konkretne przykłady tego, jak nauczyciele wdrożyli nowe umiejętności, przynosząc korzyści zarówno instytucji edukacyjnej, jak i firmie.

- b) Studia przypadków zazwyczaj nie są przydatne w tym kontekście, ponieważ dostarczają jedynie anegdotycznych dowodów i nie przyczyniają się do oceny.
- c) Studia przypadków są przeznaczone głównie do celów akademickich i nie oferują praktycznej wartości dla firm lub instytucji edukacyjnych.

Poprawna odpowiedź: a) Studia przypadków są cenne, ponieważ dokumentują konkretne przykłady tego, jak nauczyciele wdrożyli nowe umiejętności, przynosząc korzyści zarówno instytucji edukacyjnej, jak i firmie.

34. Czy istnieją narzędzia do oceny rozwoju zawodowego nauczycieli we współpracy z firmami?

- a) Nie istnieją narzędzia specjalnie zaprojektowane do oceny rozwoju zawodowego nauczycieli we współpracy z przedsiębiorstwami; zamiast tego stosowane są narzędzia ogólne.
- b) Narzędzia do oceny rozwoju zawodowego nauczycieli są istotne tylko w instytucjach edukacyjnych, a nie we współpracy z przedsiębiorstwami.

c) Istnieją specjalne narzędzia, takie jak ankiety online, wywiady i ramy obserwacji zaprojektowane w celu oceny rozwoju zawodowego nauczycieli we współpracy z firmami.

Poprawna odpowiedź: c) Istnieją specjalne narzędzia, takie jak ankiety online, wywiady i ramy obserwacji zaprojektowane w celu oceny rozwoju zawodowego nauczycieli we współpracy z firmami.

35. Analiza ta zapewnia kompleksowe podejście do oceny i poprawy procesu szkolenia nauczycieli w biznesie, zapewniając, że szkolenie pozostaje odpowiednie, skuteczne i dostosowane zarówno do celów nauczycieli, jak i branży.

- a) Fałsz

b) Prawda

Poprawna odpowiedź: b) Prawda.

36. Czy narzędzia takie jak ankiety, kwestionariusze i listy kontrolne obserwacji są wykorzystywane do zbierania informacji na temat wydajności trenera, zaangażowania i nabywania umiejętności podczas procesu szkolenia?

a) Narzędzia takie jak ankiety, kwestionariusze i listy kontrolne obserwacji są szeroko stosowane do gromadzenia danych na temat wydajności trenera, zaangażowania i nabywania umiejętności podczas szkolenia.

- b) Narzędzia te są przestarzałe i nie są zwykle używane do oceny wydajności trenera lub nabywania umiejętności podczas procesu szkoleniowego.
- c) Narzędzia takie jak ankiety i kwestionariusze są wykorzystywane wyłącznie po zakończeniu procesu szkoleniowego do oceny ogólnego zadowolenia, a nie do bieżącego gromadzenia danych.

Poprawna odpowiedź: a) Narzędzia takie jak ankiety, kwestionariusze i listy kontrolne obserwacji są szeroko stosowane do gromadzenia danych na temat wydajności trenera, zaangażowania i nabywania umiejętności podczas szkolenia.

37. Jeśli, na przykład, celem ewaluacji było wzmocnienie określonych umiejętności nauczania, czy dane powinny odzwierciedlać, czy umiejętności te uległy poprawie?

a) Zebrane dane powinny bezpośrednio odzwierciedlać, czy konkretne umiejętności nauczania, na które ukierunkowana jest ewaluacja, uległy poprawie.

- b) Nie jest konieczne, aby dane odzwierciedlały poprawę konkretnych umiejętności; ogólne informacje zwrotne są wystarczające.
- c) Dane powinny koncentrować się wyłącznie na ogólnym zadowoleniu ze szkolenia, a nie na poprawie konkretnych umiejętności.

Poprawna odpowiedź: a) Zebrane dane powinny bezpośrednio odzwierciedlać, czy konkretne umiejętności nauczania, na które ukierunkowana jest ewaluacja, uległy poprawie.

4.

BANCO DE PREGUNTAS PARA – VERSIÓN EN ESPAÑOL

1) Instrucciones para la prueba en el ingreso a la unidad modular.

Introducción antes de comenzar la prueba.

Prueba en la entrada de la unidad modular.

Te animamos a realizar el test, dirigido al diagnóstico de tus conocimientos y habilidades en un inicio. Es importante completar esta prueba, porque gracias a ella sabrás si debes pasar por el material dado o si puedes pasar a la siguiente parte.

La prueba utiliza varios tipos de preguntas:

- 1) „verdadero – falso”, donde podrá evaluar si los datos proporcionados son verdaderos;
- 2) De opción única, es decir, indicar una respuesta correcta entre tres opciones de respuesta;
- 3) Opción multiple;
- 4) Tareas con un hueco.

¡Buena suerte!

Mensaje después de completar la prueba:

Habrás dos opciones de respuesta.

- 1) No has resuelto todas las tareas, por lo tanto debes leer el contenido de la unidad de formación dada.
- 2) Enhorabuena, respondiste todas las preguntas correctamente. Tu resultado permite afirmar que dominas muy bien este material.

Ahora puede descargar un certificado que confirme su dominio de un área temática determinada.

Además, le recomendamos que considere la opción de leer el contenido de la unidad de formación dada.

Sin embargo, si considera que el nivel de sus conocimientos y habilidades es satisfactorio para usted, le recomendamos que realice la prueba antes de ingresar a la siguiente unidad de capacitación.

2) Instrucción para la prueba después de completar la unidad modular.

Prueba después de completar la unidad modular.

Hace un momento has finalizado la adquisición de conocimientos y habilidades de la unidad modular, pero ahora es el momento de comprobar el nivel de dominio. Para ello hemos preparado una prueba para usted.

La prueba utiliza varios tipos de preguntas:

- 1) „verdadero – falso”, donde podrá evaluar si los datos proporcionados son verdaderos;
- 2) De opción única, es decir, indicar una respuesta correcta entre tres opciones de respuesta;
- 3) Opción multiple;
- 4) Tareas con un hueco.

¡Buena suerte!

Mensaje después de completar la prueba:

Habrá dos opciones de respuesta.

- 1) Ha respondido correctamente menos del 80% de las preguntas, por lo tanto, debería considerar la opción de repetir la unidad de capacitación dada o utilizar materiales de capacitación adicionales desarrollados en el proyecto en forma de paquete educativo. En estos materiales, también encontrará fuentes adicionales de literatura, que le permitirán complementar y ampliar sus conocimientos y habilidades. La decisión es tuya.
- 2) Enhorabuena, has respondido correctamente más del 80% de las preguntas. Tu resultado permite afirmar que dominas muy bien este material.

Ahora puede descargar un certificado que confirme su dominio de un área temática determinada.

Además, le animamos a considerar la opción de leer materiales de formación adicionales desarrollados en el proyecto en forma de paquete educativo. En estos materiales, también encontrará fuentes adicionales de literatura que le permitirán ampliar sus conocimientos y habilidades.

3) Instrucciones para la prueba de acceso a la formación

Introducción antes de comenzar la prueba.

Prueba inicial

Te animamos a realizar el test, dirigido al diagnóstico de tus conocimientos y habilidades antes de realizar la formación. Es importante porque sabrás si debes realizar o no las diferentes unidades formativas.

La prueba consta de varios tipos de preguntas:

- 1) „verdadero – falso”, donde podrá evaluar si los datos proporcionados son verdaderos;
- 2) De opción única, es decir, indicar una respuesta correcta entre tres opciones de respuesta;
- 3) Opción multiple;
- 4) Tareas en blanco.

¡Buena suerte!

Mensaje después de completar la prueba:

Habrás dos opciones de respuesta.

- 3) No has resuelto todas las preguntas, debes leer el contenido de la unidad formativa correspondiente.
- 4) Enhorabuena, respondiste todas las preguntas correctamente. Dominas el contenido de la unidad formativa.

Ahora puede descargar un certificado que confirma que has superado la unidad formativa.

Aún así recomendamos que lea el contenido de la unidad formativa.

Recomendamos que realice la prueba antes de iniciar a la siguiente unidad formativa.

4) Instrucción para la prueba después de completar la unidad formativa.

Prueba después de completar la unidad formativa.

Ha terminado la unidad formativa, es momento de comprobar su nivel de conocimientos y habilidades de esta unidad formativa realizando una sencilla prueba.

La prueba consta de varios tipos de preguntas:

- 1) „verdadero – falso”, donde podrá evaluar si los datos proporcionados son verdaderos;
- 2) De opción única, es decir, indicar una respuesta correcta entre tres opciones de respuesta;
- 3) Opción múltiple;
- 4) Tareas en blanco.

¡Buena suerte!

Mensaje después de completar la prueba:

Habrás dos opciones de respuesta.

- 3) Ha respondido correctamente menos del 80% de las preguntas, por lo tanto, te recomendamos repetir la lectura de la unidad formativa y utilizar materiales de capacitación adicionales desarrollados en el proyecto. En estos materiales, también encontrará fuentes formativas adicionales que le permitirán complementar y ampliar sus conocimientos y habilidades.
- 4) Enhorabuena, has respondido correctamente más del 80% de las preguntas. Dominas esta materia.

Ahora puede descargar un certificado que confirma haber superado esta unidad formativa.

Además, le animamos a leer materiales de formación complementarios desarrollados en el proyecto, en los que encontrará fuentes formativas adicionales que le permitirán ampliar sus conocimientos y habilidades.

4.1. Prueba para unidad formativa M1.U1. Lograr la colaboración con empresas para la promoción de la formación profesional.

4.1.1. Desarrollo de una estrategia de marketing para una escuela de formación profesional con el fin de desarrollar la cooperación con empresas.

1. Utilizar un buen plan de marketing para que la empresa escoja un centro de formación permite:

- a) Definir la visión y misión del centro formativo para dar a conocer los beneficios de que el alumnado haga las prácticas en la empresa y establecer una relación de cooperación entre ambas.
- b) Informar a las empresas de los beneficios de la formación profesional.
- c) Informar al futuro alumnado de la formación que se imparte en dicho centro de formación y conseguir mayor número de matriculaciones.

d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas son correctas.

2. ¿Qué ha de contener el plan de marketing?

- a) Definir la visión y misión del centro de formación.
- b) Definir la imagen que se quiere transmitir del centro de formación.
- c) Definir que estrategia se quiere utilizar para lograr la colaboración con las empresas.

d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas son correctas.

3. Las fases de la dirección estratégica son:

- a) Definir la filosofía y misión de la empresa, formular varias estrategias posibles y elegir la que se más adecuada para conseguir los objetivos establecidos en la misión de la empresa y por último controlar la eficacia de la estrategia para conseguir los objetivos de la empresa.**
- b) Definir la filosofía y misión de la empresa o unidad de negocio y establecer objetivos a corto y largo plazo para lograr la misión de la empresa.
- c) Asegurar las actividades necesarias para lograr que la estrategia se cumpla con efectividad y controlar la eficacia de la estrategia para conseguir los objetivos de la empresa.

Respuesta correcta: a) Definir la filosofía y misión de la empresa, formular varias estrategias posibles y elegir la que se más adecuada para conseguir los objetivos establecidos en la misión de la empresa y por último controlar la eficacia de la estrategia para conseguir los objetivos de la empresa.

4. Indica que debe tener en cuenta el marketing:

- a) Todo lo que se produce se vende.
- b) Hay que vender lo que se desarrolla.

c) Deben conocerse las necesidades de la persona consumidora y tratar de satisfacerlas.

- d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: Deben conocerse las necesidades de la persona consumidora y tratar de satisfacerlas.

5. El marketing:

- a) Crea necesidades en la mente de la persona consumidora.
- b) No precisa conocer las necesidades de la persona consumidora.
- c) No es de utilidad cuando hay competencia en el mercado.

d) Ninguna es correcta.

Respuesta correcta: d) Ninguna es correcta.

6. Indica que afirmaciones son ciertas:

- a) Todo lo que se produce se vende.
- b) Si el producto es de calidad no necesita promocionarse.
- c) Deben conocerse las necesidades de la persona consumidora y tratar de satisfacerlas.

d) Todas son falsas

Respuesta correcta: d) Todas son falsas

7. La diferencia entre el marketing y las ventas es que:

- a) El *marketing* no es un complemento de las ventas.
- b) Las ventas no se apoyan en estrategias a largo plazo, el *marketing* en acciones a corto plazo.

c) La venta trata de que el cliente quiera lo que la empresa produce; el marketing trata de que la empresa produzca lo que la persona cliente quiere.

Respuesta correcta: c) La venta trata de que el cliente quiera lo que la empresa produce; el *marketing* trata de que la empresa produzca lo que la persona cliente quiere.

8. ¿Cuál de estas afirmaciones es verdadera?

- a) El *marketing* es una forma de concebir la relación de intercambio entre dos o más partes.
- b) El *marketing* es un conjunto de técnicas para ejecutar de varias formas la relación entre dos o más partes.

c) Todas son falsas.

- d) El *marketing* se apoya en tres puntos básicos: producto, distribución y promoción.

Respuesta correcta: c) Todas son falsas.

9. ¿A qué actividades puede aplicarse el marketing?

- a) Comercialización de bienes de consumo.
- b) Prestación de servicios.
- c) Actividades sindicales.

d) Toda son ciertas.

Respuesta correcta: d) Toda son ciertas.

10. ¿A qué actividades no puede aplicarse el marketing?

- a) Comercialización de bienes de consumo.
- b) Prestación de servicios.
- c) Actividades sindicales.

d) A aquellas en las que no hay intercambio de valores entre dos o más partes.

Respuesta correcta: d) A aquellas en las que no hay intercambio de valores entre dos o más partes.

11. El marketing:

- a) Crea necesidades.
- b) Identifica, crea o desarrolla demanda.**
- c) No precisa conocer las necesidades de la persona consumidora.
- d) Es útil cuando no hay competencia en el mercado.

Respuesta correcta: b) Identifica, crea o desarrolla demanda.

12. ¿Cómo se denominan en marketing las vías por las que transcurren los productos desde la empresa fabricante hasta la persona consumidora final?:

- a) Vías de intermediación.
- b) Canales de distribución.**
- c) Criterio de aproximación.
- d) Puntos de venta.

Respuesta correcta: b) Canales de distribución.

13. ¿Cómo se entiende la promoción dentro del marketing?:

- a) Persigue mejorar la imagen de marca.
- b) Persigue que la publicidad aumente su fuerza.
- c) Persigue la coordinación y potenciación de toda la actividad de marketing realizada.**

Respuesta correcta: c) Persigue la coordinación y potenciación de toda la actividad de marketing realizada.

14. Las acciones de marketing dirigidas a las personas consumidoras:

- a) Incrementan las ventas del producto.**
- b) No siempre incrementan las ventas del producto.
- c) No son muy estimadas por las personas consumidoras.
- d) No influyen en las decisiones de compra.

Respuesta correcta: a) Incrementan las ventas del producto.

15. ¿Cuál de los siguientes requisitos no es necesario en la planificación de una campaña de marketing?:

a) Determinar el objetivo a promocionar.

b) Estudiar las campañas de promoción efectuadas anteriormente por las empresas competidoras.

c) Asignar un presupuesto a la campaña.

Respuesta correcta: b) Estudiar las campañas de promoción efectuadas anteriormente por las empresas competidoras.

16. Una empresa desea generar liquidez a tres meses, debido a que debe realizar algunos pagos inaplazables y no dispone de efectivo. Para resolver su problema:

a) No puede hacer nada desde el punto de vista del *marketing*.

b) Sólo puede recurrir a un banco y obtener un crédito.

c) Solucionar su problema con una campaña publicitaria.

d) Puede hacer una promoción de ventas para su producto, con la seguridad de que rápidamente generará un aumento de las ventas y del efectivo.

Respuesta correcta: d) Puede hacer una promoción de ventas para su producto, con la seguridad de que rápidamente generará un aumento de las ventas y del efectivo.

17. ¿Qué enunciado es verdadero desde el punto de vista del marketing?:

a) Los objetivos sólo pueden conseguirse por un camino.

b) El responsable de elaborar las estrategias debe ser siempre la gerencia de la empresa.

c) Los objetivos pueden conseguirse por distintos caminos, es decir, utilizando diferentes estrategias.

d) El departamento de *marketing* no es el responsable de la determinación de las estrategias.

Respuesta correcta: c) Los objetivos pueden conseguirse por distintos caminos, es decir, utilizando diferentes estrategias.

18. Las estrategias son:

a) Las acciones que se van a realizar con la variable precio.

b) Un conjunto coordinado de acciones con las variables del marketing para seguir los objetivos de la empresa.

c) Son los elementos de control que informarán a la empresa sobre el cumplimiento de los objetivos.

d) Ninguna de las anteriores.

Respuesta correcta: b) Un conjunto coordinado de acciones con las variables del *marketing* para seguir los objetivos de la empresa.

19. Las proyecciones de un plan de marketing son:

a) Estudios sobre la competencia.

b) Un conjunto de elementos para verificar el cumplimiento del plan.

c) Los principales objetivos de la misión.

d) Opiniones posibles por las que puede decidirse la empresa.

Respuesta correcta: b) Un conjunto de elementos para verificar el cumplimiento del plan.

20. Indica qué tareas no es deben planear una campaña de marketing:

- a) Analizar los puntos fuertes y débiles de la empresa.
- b) Conocer la base de clientes de la empresa.**
- c) Comprobar el potencial de endeudamiento de la empresa.
- d) Elaborar el *marketing mix* para la empresa.

Respuesta correcta: b) Conocer la base de clientes de la empresa.

21. Los planes de marketing:

- a) Sirven de guía a la empresa para conseguir sus objetivos.**
- b) Deben encargarse a una empresa especializada que conozca el mercado.
- c) No sirven para nada.
- d) Pretenden informar sobre la evolución de las ventas en un período de tiempo determinado.

Respuesta correcta: a) Sirven de guía a la empresa para conseguir sus objetivos.

22. El concepto de planeación en marketing se refiere a:

- a) Un análisis del último ejercicio de la empresa.
- b) Un proyecto sobre el futuro.**
- c) Un proyecto sobre la evolución del mercado de ciertos productos.
- d) Una relación de las principales características que se observan en la empresa.

Respuesta correcta: b) Un proyecto sobre el futuro.

23. ¿Cuál es el objetivo principal del marketing?

- a) Maximizar la rentabilidad a corto plazo.
- b) Satisfacer las necesidades del cliente y crear valor.**
- c) Reducir la competencia.

Respuesta correcta: b) Satisfacer las necesidades del cliente y crear valor.

24. ¿Qué es la segmentación de mercado en marketing?

- a) La división de una empresa en diferentes departamentos.
- b) La estrategia de marketing dirigida a un único mercado.
- c) La subdivisión del mercado en grupos homogéneos de clientela.**
- d) La eliminación de la competencia en el mercado.

Respuesta correcta: c) La subdivisión del mercado en grupos homogéneos de clientela.

25. ¿Qué es el posicionamiento en marketing?

- a) La ubicación física de un producto en una tienda.
- b) La imagen y percepción que un producto tiene en la mente de las personas consumidoras.**
- c) La etapa final de un plan de marketing.

Respuesta correcta: b) La imagen y percepción que un producto tiene en la mente de las personas consumidoras

26. ¿Cuál de las siguientes es una estrategia de marketing de nicho?

- a) Dirigirse a un mercado amplio y diverso.
- b) Dirigirse a un segmento de mercado pequeño y específico.**
- c) Ignorar por completo el mercado.
- d) Competir con precios bajos en todos los segmentos del mercado.

Respuesta correcta: b) Dirigirse a un segmento de mercado pequeño y específico.

27. ¿Qué es el ROI en marketing?

- a) Retorno de la inversión.**
- b) Ratio de optimización de ingresos.
- c) Relación con otros competidores en el mercado.

Respuesta correcta: a) Retorno de la inversión.

28. ¿Cuál es el objetivo principal de una estrategia de marketing?

- a) Aumentar el precio de los productos.
- b) Generar contenido atractivo y valioso para atraer y retener clientela.**
- c) Reducir la inversión en publicidad.
- d) Promocionar productos de la competencia.

Respuesta correcta: b) Generar contenido atractivo y valioso para atraer y retener clientela.

29. ¿Qué es el análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas en marketing?

- a) Una técnica para determinar el precio óptimo de un producto.
- b) Un modelo para evaluar la competencia en el mercado.
- c) Un enfoque para identificar factores internos y externos que afectan a una empresa.**
- d) Un método para medir el retorno de la inversión en publicidad.

Respuesta correcta: c) Un enfoque para identificar factores internos y externos que afectan a una empresa.

30. ¿Qué es el marketing de guerrilla?

- a) Una estrategia de marketing agresiva dirigida a grandes empresas.
- b) El uso de tácticas militares en la publicidad.
- c) Una estrategia de marketing creativa y económica que utiliza enfoques no convencionales.**
- d) La promoción de la paz mundial a través de la publicidad.

Respuesta correcta: c) Una estrategia de marketing creativa y económica que utiliza enfoques no convencionales.

31. ¿Cuál es el objetivo principal de la investigación de mercado en marketing?

- a) Generar ventas inmediatas.

b) Obtener datos demográficos de las personas empleadas.

c) Comprender a fondo a la clientela y el mercado.

d) Evaluar la rentabilidad de un producto.

Respuesta correcta: c) Comprender a fondo a la clientela y el mercado.

32. ¿Qué significa “targeting” en marketing?

a) Alcanzar el objetivo de ventas.

b) Identificar el público objetivo para una campaña de marketing.

c) La reducción de precios para atraer a más clientela.

Respuesta correcta: b) Identificar el público objetivo para una campaña de marketing.

33. ¿Qué es el “branding” en marketing?

a) El proceso de crear un logotipo para una empresa.

b) La estrategia de reducción de costos de una empresa.

c) La construcción y gestión de una marca y su imagen.

d) La segmentación del mercado en grupos más pequeños.

Respuesta correcta: c) La construcción y gestión de una marca y su imagen.

34. ¿Cuál de estos no es un canal de marketing digital?

a) Redes sociales.

b) Correo postal.

c) Marketing por correo electrónico.

d) Publicidad en línea.

Respuesta correcta: b) Correo postal.

35. ¿Qué es “posicionamiento en el mercado” en marketing?

a) El precio más bajo en el mercado.

b) La ubicación geográfica de una empresa.

c) La imagen y la percepción que las personas consumidoras tienen de una marca en relación con sus competidores.

d) La inversión en publicidad en medios impresos.

Respuesta correcta: c) La imagen y la percepción que las personas consumidoras tienen de una marca en relación con sus competidores.

36. ¿Qué es el marketing de contenidos?

a) Publicidad tradicional en medios impresos.

b) Generación de contenido valioso y relevante para atraer y retener a la audiencia.

c) La estrategia de precios de una empresa.

d) La promoción de productos a través de celebridades.

Respuesta correcta: b) Generación de contenido valioso y relevante para atraer y retener a la audiencia.

37. ¿Cuál es el propósito de un embalaje atractivo en marketing?

- a) Reducir el costo de producción.
- b) Hacer que los productos sean más difíciles de encontrar.
- c) Aumentar la percepción de valor y la atracción del producto.**
- d) Evitar la necesidad de publicidad.

Respuesta correcta: c) Aumentar la percepción de valor y la atracción del producto.

38. ¿Qué consideras que es importante en el marketing digital?

- a) Precio de los productos.
- b) Retorno de la inversión.**
- c) Número de empleados de la empresa.
- d) Cantidad de papel utilizado en la oficina.

Respuesta correcta: b) Retorno de la inversión.

39. Indica que frase es correcta ¿Cuál es el objetivo principal del marketing?

- a) Maximizar la rentabilidad a largo plazo.
- b) Satisfacer las necesidades del fabricante.
- c) Reducir la competencia.
- d) Todas son falsas.**

Respuesta correcta: d) Todas son falsas.

40. Indique la frase incorrecta:

- a) El marketing crea necesidades.
- b) Identifica, crea o desarrolla demanda.
- c) No precisa conocer las necesidades de las personas consumidoras**

Respuesta correcta: c) No precisa conocer las necesidades de las personas consumidoras

4.1.2. Promover la cooperación entre centro de formación y empresas a través de las redes sociales

41. ¿Cuál es el objetivo principal de una estrategia de marketing de redes sociales?

- a) Incrementar los costes operativos.
- b) Obtener el mayor número de personas seguidoras posibles.
- c) Construir relaciones con la clientela.**
- d) Reducir los precios de los productos.

Respuesta correcta: c) Construir relaciones con la clientela.

42. ¿Cuales son las ventajas de las redes sociales?

- a) Todo el mundo tiene acceso, tienen posibilidad de interactuar con otras personas sin necesidad de conocerlas.
- b) Pérdida de privacidad.
- c) Falta de seguridad.

d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas son correctas.

43. ¿Qué es X (Twitter)?

- a) Es la red donde puedes decir lo que está pasando en el momento.**
- b) Es la red social más usada dado que permite compartir fotos y mensajes.
- c) Es la más visitada porque permite subir videos.

Respuesta correcta: a) Es la red donde puedes decir lo que está pasando en el momento.

44. ¿Qué es una red online?

- a) Es la que se desarrollan con aparatos electrónicos.
- b) Es la que desarrollan sin necesidad de aparatos electrónicos.
- c) Es la que puedes desarrollar con y sin un aparato electrónico y puedes socializar con más gente.**

Respuesta correcta: c) Es la que puedes desarrollar con y sin un aparato electrónico y puedes socializar con más gente.

45. ¿Qué es una red off line?

- a) Es la que se desarrollan con aparatos electrónicos.**
- b) Es la que desarrollan sin necesidad de aparatos electrónicos.
- c) Es la que puedes desarrollar con y sin un aparato electrónico y puedes socializar con más gente.

Respuesta correcta: a) Es la que se desarrollan con aparatos electrónicos.

46. ¿Cuáles son redes sociales?

- a) Analógicas y digitales.
- b) Warner Bros y Disney.

c) Facebook y Twitter (X).

Respuesta correcta: c) Facebook y Twitter (X).

47. ¿Qué es una red social?

- a) Un sitio web.
- b) Son estructuras sociales formadas por grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como la amistad.**
- c) Una red que permite comunicarte con amigos que ya no ves.

Respuesta correcta: b) Son estructuras sociales formadas por grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como la amistad.

48. ¿Qué es Facebook (Meta)?

- a) Es foro donde las personas pueden opinar.
- b) Es la red social más usada dado que permite compartir fotos y mensajes.**
- c) Es la red donde puedes decir lo que pasa al momento.

Respuesta correcta: b) Es la red social más usada dado que permite compartir fotos y mensajes.

49. ¿Qué es Youtube?

- a) Es foro.
- b) Es la red más usada dado que permite compartir videos.**
- c) Era la red más usada hasta que apareció Facebook (Meta).

Respuesta correcta: b) Es la red más usada dado que permite compartir videos.

50. ¿Qué es un Blogger?

- a) Es foro.
- b) Es una red social que permite crear y publicar una bitácora online.**
- c) Es un blog.

Respuesta correcta: b) Es una red social que permite crear y publicar una bitácora online.

51. Marca la respuesta incorrecta. Las redes sociales han transformado el modelo de comunicación, de buscar la información. El perfil laboral que se encarga de estas comunicaciones y desarrollo se llama:

- a) Community manager.
- b) Social media planner.
- c) Hangouts.**

Respuesta correcta: c) Hangouts.

52. Marca la respuesta incorrecta Las prácticas sociales habituales en redes sociales son:

- a) Compartir contenido como fotografías, videos, textos, música y noticias.
- b) Publicar eventos para anunciar acontecimientos a su red de contactos.
- c) Crear grupos exclusivos para determinados contactos.
- d) Enviar mensajes cifrados.**

Respuesta correcta: d) Enviar mensajes cifrados.

53. En el lenguaje de las redes sociales podemos encontrar palabras como:

- a) Comunidad Virtual.
- b) Tweet.
- c) Likes.
- d) Todas son verdaderas.**

Respuesta correcta: d) Enviar mensajes cifrados.

54. ¿Las redes sociales son un fenómeno global?

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

55. ¿Una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas entre sí por un tipo de relación o interés común?

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

56. Las redes sociales en internet, ¿ocupan un lugar importante en el campo de las relaciones comerciales y personales?

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

57. Con la aparición de las redes sociales, ¿es más difícil comunicarse con cualquier persona?

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

58. ¿Para qué sirven las redes sociales en la vida laboral?

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

59. ¿Qué indicadores no se usan en la red X (TWITTER)?

a) Número de comentarios.

b) Número de tweets.

c) Número de likes.

Respuesta correcta: a) Número de comentarios.

60. ¿Qué estrategias permite la red Instagram?

a) Realizar encuestas.

b) Lanzar nuevos productos.

c) Desarrollar catálogos de servicios y productos.

Respuesta correcta: a) Realizar encuestas.

61. Indica la respuesta incorrecta. Conseguir los objetivos en las redes sociales requiere:

a) Tiempo, constancia.

b) Tiempo, constancia y acciones puntuales.

c) Tiempo y acciones puntuales.

Respuesta correcta: c) Tiempo y acciones puntuales.

62. ¿Qué acciones debemos realizar para conseguir los objetivos en las redes sociales?:

- a) Crear contactos.
- b) Conseguir fidelización de clientes a nuestra marca.

c) Crear contenido de valor que no responda a las necesidades de la clientela.

Respuesta correcta: c) Crear contenido de valor que no responda a las necesidades de la clientela.

63. ¿Qué recomendaciones se deben de seguir si utilizamos la red social Instagram?

- a) Escribe o publica post de forma diaria o al menos de forma periódica.

b) Todas son correctas.

- c) NO se debe saturar el muro de mensajes en poco tiempo ni dar imagen de perfil abandonado.

Respuesta correcta: b) Todas son correctas.

64. ¿Para que sirven las redes sociales en nuestra vida laboral, personal y educativa?

- a) Permiten estar informados de temas variados y de situaciones que ocurren in tiempo real que incluyen fotos y vídeos. Y es sencillo compartirlo con otras personas.
- b) Permiten conocer amigos virtuales e intercambiar información.
- c) Muchas empresas cuentan con perfiles en donde avisan de oportunidades laborales.

d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas son correctas.

65. Ventajas del uso de las redes sociales.

- a) Pueden ser utilizadas en el sector educativo y en el laboral.
- b) Las empresas pueden usar las redes para comunicar los productos y servicios que ofrecen.
- c) Favorece la participación y el trabajo colaborativo entre las personas y empresas.

d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas son correctas.

66. Desventajas del uso de las redes sociales

- a) Cualquier persona desconocida o peligrosa puede tener acceso a la información personal y de la empresa.
- b) Aleja de conocer a personas de tu entorno y te puede aislar del resto de personas.

c) Todas son correctas.

Respuesta correcta: c) Todas son correctas

67. Redes sociales profesionales.

a) Dedicadas exclusivamente al ámbito laboral. Ponen en contacto a personas y empresas que ofrecen trabajos, creación grupos de investigación...

- b) No están enfocadas exclusivamente al ámbito laboral.

Respuesta correcta: a) Dedicadas exclusivamente al ámbito laboral. Ponen en contacto a personas y empresas que ofrecen trabajos, creación grupos de investigación...

68. Compartir momentos y publicaciones en redes sociales es divertido. Sin embargo, debemos tener cuidado con qué compartimos, reenviamos o a dónde accedemos.

- a) Reenviar una cadena de mensajes con un enlace a una noticia que no he contrastado en fuentes oficiales.
- b) Subir una foto de mi factura de la luz debido a un error en la misma.
- c) Subir una foto de mis últimos movimientos bancarios para pedir ayuda por unos cargos desconocidos.
- d) No se debe de realizar ninguna de las acciones anteriores dado que los ciberdelincuentes pueden apropiarse de nuestros datos y tener problemas de ciberseguridad.**

Respuesta correcta: d) No se debe de realizar ninguna de las acciones anteriores dado que los ciberdelincuentes pueden apropiarse de nuestros datos y tener problemas de ciberseguridad.

69. Cuando compartimos nuestra información en una red social, CUAQUIERA puede verla. Indica que riesgos pueden surgir:

- a) Abrir sitios para que cualquiera los pueda ver.
- b) Dar información personal.
- c) Subir fotografías, propias o ajenas, que reflejen situaciones de intimidad.
- d) Hacerse amigos de gente que no conocen.

e) Todas son correctas.

Respuesta correcta: e) Todas son correctas.

70. ¿Qué podemos hacer ante los riesgos que hay en las redes sociales?

- a) Ordenar los contactos en GRUPOS: Podemos separarlos por familia, amigos, escuela, etc. Así cuando los grupos estén formados podremos decidir que publicación pueden ver.
- b) Decidir qué se permite ver. Podemos configurar qué parte de nuestro portal se ve y quiénes acceden a él.
- c) Dirección y teléfono: Es mejor no subirlo nunca, pero si decidimos hacerlo, configurar el sitio para que solo lo vean aquellas personas que nosotros decidamos.
- d) No habilitar siempre el acceso: A veces es conveniente configurar nuestra página para que solo la puedan ver los amigos o solo familiares, y así no te encuentran los desconocidos.

e) Todas son correctas.

Respuesta correcta: e) Todas son correctas.

71. Malware es la abreviatura de “Malicious software”, término que engloba a todo tipo de programa o código informático malicioso cuya función es dañar un sistema o causar un mal funcionamiento. Dentro de este grupo podemos encontrar términos como: Virus, Adware, Troyanos, etc.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

72. Se llama spam o correo basura a los mensajes no solicitados, no deseados o de remitente desconocido y que son sumamente molestos.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

73. Las principales vías de infección de los ordenadores y tables son el acceso a:

- a) Redes Sociales y Sitios webs fraudulentos.
- b) Programas “gratuitos” (pero con regalo)
- c) Dispositivos USB/CDs/DVDs infectados.
- d) Sitios webs legítimos previamente infectados.
- e) Adjuntos en Correos no solicitados (Spam).

f) Todas son correctas.

Respuesta correcta: f) Todas son correctas.

74. ¿Cómo protegernos del Malware?

- a) Un Antivirus actualizado.
- b) Sentido común.
- c) Todo siempre actualizado.

d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: g) Todas son correctas.

75. El „phishing” consiste en el envío de correos electrónicos que, aparentando provenir de fuentes fiables (por ejemplo, entidades bancarias), intentan obtener datos confidenciales de la persona, que posteriormente son utilizados para la realización de algún tipo de fraude. Para ello, suelen incluir un enlace que, al ser pulsado, lleva a páginas web falsificadas. De esta manera, la persona creyendo estar en un sitio de toda confianza, introduce la información solicitada que, en realidad, va a parar a malas manos.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

76. ¿Qué queremos conseguir con el uso de redes sociales?

- a) Tener presencia de nuestra marca al mejor coste.
- b) Viralidad.
- c) Utilizar estas nuevas herramientas y canales.

d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas son correctas.

77. las redes sociales son creadas por los usuarios a través de las diferentes opciones que tiene internet

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: a) Falso.

78. Las redes sociales crean nuevas formas de comunicación y nuevos usos en las palabras, que no se utilizan de manera habitual en la forma de comunicarse de las personas.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

4.1.3. Atraer a las empresas para que cooperen en el desarrollo de la formación profesional

79. ¿Qué estructura debe tener un post?

a) Titular. Extracto. Cuerpo del texto. Conclusión y cierre.

b) Cuerpo del texto. Conclusión y cierre.

c) Cuerpo del texto. Titular. Conclusión y cierre.

Respuesta correcta: a) Titular. Extracto. Cuerpo del texto. Conclusión y cierre.

80. Titular: Es y debe ser el primer gancho de tu post, es como una primera impresión, es lo primero que vemos, debe estar muy bien pensado, y ser creativo, capaz de llamar la atención a la par que cumplir expectativas.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

81. Un extracto o resumen. Deben ser unas tres líneas. Debe ser muy atractivo y generar la sensación de ganas de continuar.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

82. Conclusión y cierre. Es una parte muy importante y ha de asentar todo lo planteado hasta el momento y dejar con buen sabor de boca a la persona lectora.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

83. Hay muchos tipos de post, uno de ellos es el post problema-solución y debe ser útil, directo y resolutivo.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero

84. Otro tipo de post es el 'Cómo se hace' / Tutoriales. Funcionan bien, la gente lee y busca cómo se hace algo. Pueden ser en formato audio, vídeo, o screencast.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

85. Un post de investigación puede incluir casos de estudio, números, gráficas, etc.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

86. Los posts audiovisuales están realizados con vídeos; desde la versión más sencilla, una grabación de alguien sentado frente a una cámara explicando lo que queremos contar, hasta una animación o conjunto de imágenes en movimiento y audios.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

87. Un post de FAQ Preguntas frecuentes es aquel formado por las preguntas más frecuentes en torno a un solo tema y donde se buscan escriben solo cinco respuestas.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

88. Hay post de muchas clases:

a) De opinión.

b) De los mejores posts.

c) De pregunta-respuesta.

d) Todas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas son correctas.

89. Indica la respuesta incorrecta. Cuando se escribe un post en redes sociales, hay que:

a) Generar intriga.

b) Estilo periodístico.

c) No mostrar una opinión.

Respuesta correcta: c) No mostrar una opinión.

90. El mensaje que quieres transmitir en un post: decide qué vas a contar y cómo en primer lugar.

- a) Falso.
- b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

91. Cuando se escribe un post puede usar muchas siglas o palabras acortadas.

- a) Si.
- b) No. Es mejor que te asegures de que se entienda.**

Respuesta correcta: b) No. Es mejor que te asegures de que se entienda.

92. Citas, frases importantes y/o impactantes. Intercalar frases puede ayudar en la organización del contenido que ofreces y dar forma a tu mensaje en el post.

- a) Falso.
- b) Verdadero.**

Respuesta correcta: b) Verdadero.

93. Sé práctico al escribir un post. Busca lo que resulte útil a la persona para las que escribes.

- a) Falso.
- b) Verdadero.**

Respuesta correcta: b) Verdadero.

94. Debes elegir adecuadamente las imágenes con la que vas a ilustrar el post.

- a) Verdadero, porque sino la persona lectora no va a relacionar el texto con la imagen y distorsiona el sentido del post.**
- b) Falso, no hace falta.

Respuesta correcta: a) Verdadero, porque sino la persona lectora no va a relacionar el texto con la imagen y distorsiona el sentido del post.

95. Revisa y edita el post antes de publicarlo.

- a) Verdadero. Repasa cada mensaje y pregúntate si no hay una manera mejor de contarlo.**
- b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero. Repasa cada mensaje y pregúntate si no hay una manera mejor de contarlo.

96. ¿Cómo crear buen contenido en LinkedIn? Lo principal es centrarse en crear contenido útil y no solamente en la autopropaganda.

- a) Falso.
- b) Verdadero.**

Respuesta correcta: b) Verdadero.

97. Crear contenido útil no permite establecer una conexión auténtica con la audiencia, generando valor y fomentando la participación.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

98. No es esencial investigar las necesidades e intereses de tu público objetivo y adaptar el contenido en consecuencia.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: a) Falso.

99. El uso de elementos visuales, como imágenes y videos, puede ayudar a captar la atención y aumentar el impacto de tus publicaciones.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

100. ¿Para qué sirve crear contenido en LinkedIn?

a) Potenciar tu marca personal.

b) Generar tráfico a tu web (muy recomendable contar con una si te dedicas a ofrecer algún servicio).

c) Todas son correctas.

Respuesta correcta: c) Todas son correctas.

101. Si publicas en la web o redes sociales de la empresa un nuevo producto, debes incluir:

a) Ofrecer la opción de descargar una amplia gama de fotos del producto.

b) Ofrecer la posibilidad de probar el producto.

c) No es necesario incluir el testimonio del creador del producto.

Respuesta correcta: c) No es necesario incluir el testimonio del creador del producto.

102. Crear contenido propio es fantástico, pero requiere tiempo y planificación. Recuerda que no todo lo que publicas, tiene que ser tuyo al 100%, puedes utilizar contenido de terceros alineados con tu expertise.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

103. Interaccionar en los posts de tus contactos es otra forma de “crear contenido”

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

104. Es importante la utilización de hashtags, palabras clave en tus publicaciones. Así puedes aparecer de manera más frecuente y en las primeras posiciones cuando tus clientes potenciales realizan alguna búsqueda en cualquier o en Google.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

105. No existen límites en la cantidad de hashtags que puedes utilizar en las redes, pero no es aconsejable poner en exceso. Además, el algoritmo de la plataforma puede catalogar tu publicación como spam.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

106. Comparte contenido dando un toque personal, nunca “robotices”. Al compartir contenido asegúrate de que cuando publiques lo hagas poniendo un comentario personal.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

107. Añade emojis al post para hacerlo más visual, pero no lo conviertas en un cuadro lleno de dibujos.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

108. Los vídeos son una excelente manera de comunicar. Lo que suele funcionar muy bien son los microvideos o “píldoras” de 10 minutos donde hagas saber a tus contactos de futuros cursos, servicios, enfocados a “cómo hacer determinada acción”.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: a) Falso.

109. Los videos te darán visibilidad y generarán un buen número de impresiones las cuales verás reflejadas en las estadísticas.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

110. Los vídeos son una excelente manera de comunicar. Lo que suele funcionar muy bien son los microvideos o “píldoras” de 1-2 minutos.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

111. Los webinars son una muy buena forma de comunicar tus contenidos y compartir conocimiento para tu público objetivo. Los webinars son los vídeos que suceden en tiempo real mediante plataformas como Skype o Zoom, entre otras, y permiten la interacción entre tu marca y tu audiencia.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

112. En los webinar, es recomendable, que utilices una presentación con slides realizadas en algún programa tipo Power Point, algún vídeo dando a conocer el servicio o producto que ofreces o novedades dentro del sector al que perteneces.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

113. ¿Qué debes tener en cuenta antes de compartir contenidos en LinkedIn?

a) Procura que tu perfil este optimizado. Tu presencia, ya sea personal o de empresa, debe ser impecable y mostrar la mayor información posible acerca de tu experiencia, servicio, trayectoria, clientes, etcétera, ya que cuando alguien se interesa por lo que publicas, suele visitar tu perfil.

b) Si tu perfil es básico o no está cuidado ni optimizado, puede provocar desconfianza y pérdida de futuras oportunidades.

Respuesta correcta: a) Procura que tu perfil este optimizado. Tu presencia, ya sea personal o de empresa, debe ser impecable y mostrar la mayor información posible acerca de tu experiencia, servicio, trayectoria, clientes, etcétera, ya que cuando alguien se interesa por lo que publicas, suele visitar tu perfil.

114. No publiques cosas muy personales. LinkedIn es una red para profesionales donde debes dar a conocer tu Marca Personal. No es la plataforma social para que publiques tus vacaciones, a menos que tu negocio sea de eventos o una agencia de viajes y con ello estés dando a conocer destinos o algún catering.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

115. Es muy importante que evalúes qué tipo de contenidos publicar. No olvides que puedes enamorar al algoritmo de LinkedIn si realizas una estrategia adecuada y pones cuidado con los contenidos que publicas. Recuerda que, en redes sociales, tu contenido ha de ser 80% útil y 20% promocional.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

116. Para que tu vídeo sea visible a todo el mundo en la red Youtube, tiene que estar como Público. Existen opciones que hacen que tu vídeo no salga en las búsquedas: Oculto y Privado, para que sólo lo puedan ver las personas a las que le envíes el link del vídeo (oculto con cualquier persona mediante un link y privado sólo a personas con cuenta google).

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

117. Debes añadir toda la información de tu vídeo en Youtube, es muy importante, es la que dará datos a los buscadores para que lo coloque en el lugar correcto y aparezca cuando alguien busque algo relacionado.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

118. Las etiquetas son las palabras clave de tu video en Youtube. Pueden ser palabras sueltas o conjuntos de palabras, se separan mediante comas. Pon todas las etiquetas con palabras y frases que puedan ayudar a encontrar tu vídeo.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

119. Añade una miniatura personalizada de tu vídeo con imagen y texto. Youtube te sugerirá 3 miniaturas diferentes de tu video.

a) Falso.

b) Verdadero.

Respuesta correcta: b) Verdadero.

4.2. Prueba para una unidad modular M1.U2. Creación del mecenazgo y organización de la educación dual

4.2.1. Definir el término „clase de patrocinio/colaboración” e indicar las acciones que se pueden realizar.

1. La clase de mecenazgo es:

a) El lugar de El centro formativo donde la gerencia de la empresa se reúne con los padres y madres del alumnado.

b) Las acciones adoptadas por las empresas en beneficio de las personas empleadas que cursan formación.

c) Actividades conjuntas que El centro formativo puede realizar en cooperación con la empresa, que se definen en el acuerdo de asociación.

d) Toda la gama de actividades llevadas a cabo por El centro formativo para el alumnado y sus progenitores para ayudarles en la elección de carrera laboral.

Respuesta correcta: c) Actividades conjuntas que El centro formativo puede realizar en cooperación con la empresa, que se definen en el acuerdo de asociación.

2. Indique las actividades que se pueden realizar como parte de la clase de mecenazgo:

- a) Organización de prácticas para estudiantes en empresas.
- b) Permitir al alumnado beneficiarse de una formación especializada.
- c) Participación de la empresa en el desarrollo del programa de formación práctica de la empresa.

d) Todas las respuestas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas las respuestas son correctas.

3. Asignar las actividades dadas a las partes relevantes que puedan realizar como parte de la clase de patrocinio.

Alumnado

Recibe una beca por buena matrícula.

Participa en formación gratuita.

Empresa

Colabora en el desarrollo del programa de clases prácticas para el alumnado organizadas en la empresa

Escuela

Participa en las reuniones del profesorado en calidad de persona asesora

Envía estudiantes a prácticas laborales

Envía al alumnado a prácticas laborales

Respuesta correcta:

Alumnado

Recibe una beca por buena matrícula.

Participa en formación gratuita.

Empresa

Colabora en el desarrollo del programa de clases prácticas para el alumnado organizadas en la empresa

Participa en las reuniones del profesorado en calidad de persona asesora

Centro formativo

Envía al alumnado a prácticas laborales

Renueva sus talleres

4.2.2. Indicar los beneficios de los grupos de trabajo a partir de posibilidad de mecenazgo entre empresa y centro formativo.

4. Marque todas las respuestas correctas que indiquen los beneficios que obtendrá si una empresa firma un acuerdo con un centro de formación profesional para patrocinar los talleres.

Aumentar la satisfacción de los padres y madres del alumnado	☐
Adaptar el plan de estudios a las características específicas de la industria y la empresa.	☐
Construir una imagen y una relación positivas con la comunidad local.	☐
Establecer una cooperación a largo plazo con El centro formativo y las autoridades locales.	☐

Respuestas correctas:

Adaptar el plan de estudios a la industria y empresa específicas.	X
Construir una imagen y una relación positivas con la comunidad local.	X
Establecer una cooperación a largo plazo con El centro formativo y las autoridades locales.	X

5. La parte directamente implicada en la creación de la clase de mecenazgo es:

- a) Persona representante del órgano rector/director de El centro formativo o persona designada con autoridad para hacerlo;
- b) La persona representante legal de la empresa.

c) Ambas respuestas son verdaderas.

Respuesta correcta: c) Ambas respuestas son verdaderas.

6. Para que la cooperación entre un centro de formación profesional y una empresa en el marco de una clase de mecenazgo sea eficaz, es necesario...

a) Establecer objetivos y expectativas comunes.

- b) Poner en el centro los intereses de la empresa y sus beneficios.
- c) Limitar el intercambio de información y experiencia entre las partes.

Respuesta correcta: a) Establecer objetivos y expectativas comunes.

4.2.3. Crear una clase de mecenazgo y redactar un acuerdo de colaboración entre el centro de formación y la empresa.

7. ¿Qué recomendaría como solución para documentar la colaboración entre el centro de formación y la empresa?

- a) Acuerdo escrito.
- b) Ambas respuestas son correctas.

c) Acuerdo por escrito.

Respuesta correcta: c) Acuerdo por escrito.

8. Marcar todas las respuestas correctas indicando los elementos de la estructura del acuerdo de colaboración entre el centro de formación y la empresa.

Título del acuerdo, fecha y lugar de su celebración.	☐
Detalles de las partes contratantes	☐
Objeto y alcance del acuerdo	☐
Motivos específicos de rescisión sin previo aviso	☐

Respuesta correcta:

Título del acuerdo, fecha y lugar de su celebración.	X
Detalles de las partes contratantes	X
Objeto y alcance del acuerdo	X

9. ¿Puede una escuela celebrar un acuerdo de colaboración entre varias empresas patrocinadoras?

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

10. Al celebrar un acuerdo de cooperación de clase de mecenazgo entre un centro de formación y una empresa, ¿es una buena práctica informar a las personas empleadas en la empresa sobre dicho acuerdo de colaboración?

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

4.2.4. Definir el término „educación dual” e indicar los beneficios de introducir clases prácticas para el alumnado.

11. ¿Se entiende por educación dual?

- a) La posibilidad de que el alumnado complete un aprendizaje en una empresa y una formación profesional en un centro de formación
- b) Períodos de formación alterna del alumnado en un centro de formación y en el lugar de trabajo.

c) Ambas respuestas son correctas.

Respuesta correcta: a) Ambas respuestas son correctas.

12. ¿La empresa que acoge al alumnado para que realice las prácticas en su centro de producción, debe siempre pagar el salario al alumnado?

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: b) No.

13. Indique los beneficios que puede obtener la empresa que acoge al alumnado en la formación dual.

- a) La oportunidad de aprovechar el potencial y la energía de los jóvenes estudiantes para desarrollar la empresa.
- b) Publicidad en el centro formativo para aumentar la visibilidad de la empresa entre el alumnado y sus familias.
- c) Desarrollo profesional para el profesorado que actúa como instructor de la formación.

d) Todas las respuestas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas las respuestas son correctas.

4.2.5. Verificación de la empresa en cuanto a la posibilidad de realizar clases prácticas para alumnado de formación dual.

14. Es importante prestar atención a la hora de verificar la capacidad de una empresa para impartir clases prácticas al alumnado de formación dual:

- a) Oportunidades para que los padres y madres conozcan las actividades.
- b) La necesidad de una persona acompañante de El centro formativo para asistir a todas las actividades.

c) La posibilidad de que el alumnado obtenga resultados de aprendizaje específicos de su profesión en la empresa.

- d) La necesidad de transportar al alumnado a la empresa.

Respuesta correcta: c) La posibilidad de que el alumnado obtenga resultados de aprendizaje específicos de su profesión en la empresa.

15. La empresa en donde el alumnado va a realizar las prácticas debe cumplimentar un informe dando a conocer al alumnado que puede realizar allí la formación dual, y además debe constar:

- a) Datos de la empresa.
- b) Datos de las personas que realizan el informe.
- c) Recomendación a la dirección del centro formativo El centro formativo para que el alumnado realice las clases prácticas en dicha empresa.

d) Todas las respuestas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas las respuestas son correctas.

4.2.6. Elaboración de un convenio entre las partes que participan en el proceso de formación práctica del alumnado de formación dual en la empresa

16. Complete los espacios seleccionando las palabras correctas debajo del texto.

- En caso de caso accidente en el lugar de trabajo que involucre a un estudiante, la empresa debe:
- notificar inmediatamente al sobre lo ocurrido
- asegurarse de que se proporcione asistencia pre-médica y, si es necesario, llamar a una
- notificará a sus,
- redactar adecuadamente documentación

centro formativo

ambulancia

padre y madre

posterior al accidente

Respuesta correcta:

En caso de caso accidente en el lugar de trabajo que involucre a un estudiante, la empresa debe:

- notificará inmediatamente al centro formativo lo ocurrido,
- asegurarse de que se proporcione asistencia pre-médica y, si es necesario, llamar a una ambulancia,
- notificará a su padre y madre
- redactar adecuadamente documentación posterior al accidente.

17. ¿El contrato entre el centro formativo y la empresa que regula la formación dual del alumnado en la empresa, debe incluir información sobre los derechos y obligaciones del alumnado y de la empresa?

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

18. El seguimiento del progreso del alumnado, confirmando su asistencia durante la formación dual lo debe realizar:

a) La persona tutora del alumnado de El centro formativo.

b) La persona mentora en la empresa.

c) La persona educadora.

Respuesta correcta: b) la persona mentora en la empresa.

4.2.7. Elaborar un programa de clases prácticas organizadas en el sistema de formación dual

19. ¿La participación de las empresas en la elaboración del programa de formación dual tiene un impacto positivo en la adaptación del programa de formación práctica a las posibilidades técnicas y recursos humanos de que dispone la empresa de acogida?

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

20. ¿Indique los beneficios por parte de la empresa asociados con su participación en la preparación del plan de estudios de educación dual?

a) La empresa influye en el contenido del programa de formación.

b) Fortalecer la colaboración con el personal que representa a El centro formativo.

- c) Implementar el concepto de responsabilidad social empresarial mediante la construcción de relaciones con los centros formativos, que puedan contribuir a la competitividad de la empresa.

d) Todas las respuestas son correctas.

Respuesta correcta: d) Todas las respuestas son correctas.

21. ¿Se entiende por programa educativo un plan educativo completo y organizado que establece los objetivos, el contenido, los métodos de enseñanza y la evaluación del progreso del alumnado dentro de una materia o área temática?

a) Sí.

- b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

22. ¿Quién debe formar parte del equipo para el desarrollo del programa de clases prácticas organizadas en el sistema de formación dual de la empresa?

a) Una persona representante del centro formativo designada por la dirección;

- b) Una persona empleada del departamento técnico de la empresa;
c) Todas las respuestas son correctas.

Respuesta correcta: a) Una persona representante del centro formativo designada por la dirección

4.2.8. Verificar la posibilidad de implementar los resultados de aprendizaje incluidos en el programa de formación dual en la empresa

23. Si, a efectos de verificar la viabilidad de su implantación en una empresa, se recomienda utilizar como herramienta:

a) Lista de verificación.

- b) Una prueba de opción múltiple.
c) Un cuestionario de entrevista específico.

Respuesta correcta: a) lista de verificación.

24. Con el fin de agilizar el proceso de elaboración del informe de verificación de empresa respecto de la posibilidad de implantar la formación dual en la empresa, se recomienda el uso de:

a) Formularios.

- b) Excelente.
c) Chat GPT.

Respuesta correcta: a) Formularios.

25. Verificación de la capacidad de la empresa para ofrecer los resultados de aprendizaje adecuados para el alumnado de la formación dual:

a) Es obligatorio.

- b) No es necesario en absoluto.

Respuesta correcta: a) Es obligatorio.

4.2.9. Selección de personas instructoras para realizar clases prácticas al alumnado en la empresa.

26. La persona supervisora del alumnado y de las personas formadoras de la empresa que realiza la formación dual podrá ser una persona que tenga antecedentes penales.

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: b) No.

27. La persona mentora del alumnado en la empresa, implicada en la formación dual, podrá ser una persona que tenga experiencia profesional en el ámbito que imparte.

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

28. La persona supervisora del alumnado en la empresa, debe ser una persona que tenga experiencia en trabajar con estudiantes y supervisarlos.

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

29. La persona mentora del alumnado, deberá ser una persona con titulación en la materia objeto del programa formativo y experiencia profesional.

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

4.2.10. Preparar al estudiante para las clases prácticas organizadas en forma de formación dual en la empresa y documentar el proceso en la empresa.

30. ¿En la empresa quién debe dar la información al alumando que allí realiza las prácticas?

a) La persona tutora del alumnado del centro formativo

b) La persona mentora: una persona instructora de formación práctica en la empresa.

c) Ambas respuestas son correctas.

Respuesta correcta: c) Ambas respuestas son correctas.

31. ¿Es obligatorio establecer un acuerdo de cooperación entre el centro formativo y la empresa para la formación dual del alumando en la empresa?

a) **Sí.**

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

32. En el cuaderno de bitácora, bien en formato papel o electrónico, se recomienda que no consten:

- a) Los temas de las clases individuales.
- b) La asistencia del alumando clases.

c) Comentarios sobre el comportamiento de la persona mentora.

Respuesta correcta: c) Comentarios sobre el comportamiento de la persona mentora.

33. Indique el nombre del documento en el que se registra el desarrollo de la actividad, se indican los medios didácticos necesarios y el tiempo necesario para realizar la actividad:

- a) El registro de actividades.

b) Planes formativos.

- c) El plan de estudios.

Respuesta correcta: b) Planes formativos.

4.2.11. Seguimiento del proceso de formación práctica del alumnado.

34. ¿El seguimiento del proceso de aprendizaje de las clases prácticas en las empresas es una observación y recopilación continua de información sobre procesos clave relevantes para la calidad del aprendizaje del alumnado?

a) Sí.

- b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

35. Marque todas las respuestas correctas. Para el seguimiento de los procesos de formación dual de la empresa podemos utilizar datos de:

Entradas en el libro de registro	☐
Análisis de los informes periódicos de las partes implicadas en la formación dual.	☐
Observación por parte de la sede de las actividades de las personas mentoras de prácticas	☐
Evaluaciones del alumnado en clases que no entran dentro de la formación dual.	☐

Respuesta correcta:

Entradas en el libro de registro	X
Análisis de los informes periódicos de las partes implicadas en la formación dual.	X
Observación por parte de la sede de las actividades de las personas mentoras de prácticas	X

4.2.12. Diagnóstico de los conocimientos y habilidades del alumnado que participa en clases prácticas organizadas en modalidad de formación dual en la empresa

36. ¿La evaluación de las prácticas en la empresa es emitida y firmada por la persona supervisora del centro formativo siguiendo los criterios de evaluación adoptados y presentados al alumnado?

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: b) No.

37. Una desviación del modelo de evaluación tradicional puede venir dictada por el hecho de que no existe

a) Una serie de competencias personales importantes.

b) Evaluaciones de la resolución de problemas del alumnado.

c) Ambas respuestas son correctas.

Respuesta correcta: c) Ambas respuestas son correctas.

38. ¿La observación directa implica que la persona tutora observe y evalúe el trabajo del alumnado de manera continua, y el alcance de la evaluación puede incluir la evaluación de habilidades técnicas, seguridad, concentración, cooperación, etc.?

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

39. ¿Al evaluar pruebas de aptitud en las que no se evalúan habilidades prácticas como uso de máquinas, programación, etc.?

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: b) No.

40. Indique qué puede evaluar adicionalmente la persona mentora de aprendizaje:

a) Incumplimiento de la disciplina laboral por parte de los padres y madres.

b) La gama temática de los libros leídos.

c) Independencia en el desempeño de las tareas.

Respuesta correcta: c) Independencia en el desempeño de las tareas.

2.2.13. Evaluación de clases prácticas para alumnado, organizadas dentro del sistema de educación dual de la empresa

41. Valorar si la afirmación es cierta: la evaluación es un estudio restrictivo, de control y supervisión.

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: b) No.

42. Evaluar si la afirmación es cierta: La evaluación es un proceso destinado a determinar en qué medida se logran realmente los objetivos educativos establecidos.

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

43. Evalúe si la afirmación es cierta: El propósito de la evaluación es establecer la confianza del centro formativo, especialmente si está sujeto a reformas y cambios externos al centro formativo.

a) Sí.

b) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

44. Indique qué herramienta se utiliza en el método de encuesta diagnóstica.

a) Un cuestionario de encuesta.

b) Preguntas de revisión.

c) Listado de verificación.

Respuesta correcta: a) Un cuestionario de encuesta.

4.3. Prueba de la unidad formativa M1.U3. Obtención de apoyo de empresas en para el equipamiento de los talleres

4.3.1. Justificar la necesidad de apoyo al centro formativo por parte de las empresas para la mejora técnica de los talleres y laboratorios

Vea el video <https://youtu.be/p4sa1D5Uj4g> y responda las siguientes preguntas (accesible el 01.03.2024).

1) ¿Por qué es importante encontrar buenas empresas colaboradoras en la formación profesional?

a) Aumentar los beneficios.

b) Colaborar eficazmente.

c) Para reducir gastos.

d) Para evitar la competencia.

Respuesta correcta: b) Colaborar eficazmente.

2) ¿Qué es esencial que reciban las empresas patrocinadoras a comprometerse con el patrocinio?

a) Dinero.

b) Productos.

c) Reconocimiento.

d) Algo a cambio.

Respuesta correcta: d) Algo a cambio.

3) ¿Qué se destaca de la relación entre empresas e instituciones educativas?

- a) Las empresas sólo deben dar, no recibir.
- b) Las empresas e instituciones deben competir.

c) Es un acuerdo mutuamente beneficioso.

- d) Las empresas no desempeñan ningún papel en los centros educativos.

Respuesta correcta: c) Es un acuerdo beneficioso para ambas partes.

4) ¿Cómo busca el centro formativo nuevas empresas patrocinadoras?

- a) A través de anuncios en las redes sociales.

b) Asistiendo a ferias comerciales.

- c) Enviando correos electrónicos.

Respuesta correcta: b) Asistiendo a ferias comerciales.

5) ¿Para qué sirven las salas de exposición?

- a) Para almacenar equipos.

b) Mostrar los productos de las empresas patrocinadoras.

- c) Celebrar reuniones.
- d) Ofrecer entretenimiento.

Respuesta correcta: b) Mostrar los productos de las empresas patrocinadoras.

4.3.2. Presentar actividades desde el punto de vista de la normativa legal que los centros formativos pueden adoptar para equipar talleres y laboratorios.

Introducción

La cooperación centro formativo - empresa es una forma de asociación cuyo objetivo es mejorar la calidad y la pertinencia de la educación y la formación, así como fomentar la innovación y el espíritu empresarial. Esta cooperación puede realizarse de diversas formas:

- Ofrecer oportunidades de aprendizaje basadas en el trabajo al alumnado y profesorado.
- Ofrece servicios de orientación profesional y tutoría.
- Compartir conocimientos y recursos.
- Apoyar el desarrollo y la evaluación de los planes de estudios.
- Participar en proyectos y actividades conjuntos.

Uno de los posibles beneficios de la cooperación centro formativo-empresa es el patrocinio/colaboración por parte de las empresas de equipos para mejorar el equipamiento de los talleres y laboratorios escolares, lo que puede mejorar el entorno de aprendizaje y las habilidades prácticas del alumnado. Sin embargo, esta cooperación también implica cuestiones jurídicas y responsabilidades que ambas partes deben considerar y abordar cuidadosamente.

Pasos a dar para el cumplimiento de la legislación

Antes de entablar cualquier forma de cooperación, El centro formativo y la empresa deben seguir estos pasos para garantizar el cumplimiento de la legalidad y evitar posibles riesgos y conflictos:

1. Identificar de forma independiente toda la normativa legal relevante para la cooperación prevista por parte de El centro formativo. Este paso implica llevar a cabo una investigación y un análisis exhaustivos de la normativa legal aplicable y los objetivos específicos a obtener de la cooperación. Estas normativas pueden incluir:
 - Leyes y políticas nacionales y locales sobre educación, formación y trabajo,
 - Normas y reglamentos sectoriales y profesionales,
 - Derechos de propiedad intelectual y leyes de protección de datos,
 - Normas de salud y seguridad y pólizas de seguros,
 - Principios éticos y de responsabilidad social y códigos de conducta.

El centro formativo y la empresa deben consultar con personas expertas jurídicas, si fuera necesario, y asegurarse de que la cooperación es transparente y responsable, y de que respeta los derechos e intereses de todas las partes interesadas, como alumnado, profesorado, padres, madres y empresas.

Analizar los requisitos legales importantes desde el punto de vista de El centro formativo para que las empresas puedan equipar a los talleres y laboratorios escolares. Este paso consiste en evaluar las implicaciones y obligaciones legales del patrocinio por parte de las empresas del equipamiento de talleres y laboratorios escolares. El patrocinio es una forma de donación o subvención que implica la transferencia de dinero, bienes o servicios de la empresa patrocinadora al centro formativo a cambio de algún tipo de reconocimiento o publicidad.

El patrocinio y/o colaboración puede ser una valiosa fuente de financiación y apoyo para los centros formativos, pero también conlleva riesgos que deben gestionarse con cuidado. Algunas de las cuestiones jurídicas que deben abordar el centro formativo y la empresa son:

- La finalidad y el alcance del patrocinio.
- Las condiciones del acuerdo de patrocinio.
- Derechos y responsabilidades de empresa y centro formativo.
- La duración y la finalización del patrocinio.
- El seguimiento y la evaluación del patrocinio.
- La información y divulgación del patrocinio.
- Las implicaciones fiscales y los beneficios del patrocinio.
- Los posibles conflictos de intereses y dilemas éticos del patrocinio.

El centro formativo y la empresa deben buscar asesoramiento jurídico, si fuera necesario, para asegurarse de que el patrocinio es legal, justo y beneficioso para ambas partes.

Aplicar los conocimientos sobre el marco jurídico relativo al uso por parte de los centros formativos de la colaboración/patrocinio de las empresas en el ámbito del equipamiento de talleres y laboratorios escolares. Este paso implica aplicar los conocimientos jurídicos adquiridos en

los pasos anteriores a la situación y las circunstancias específicas de la cooperación. El centro formativo y la empresa deben tener en cuenta los siguientes factores a la hora de utilizar el equipamiento patrocinado para talleres y laboratorios escolares:

- La entrega e instalación de los equipos.
- La propiedad y el mantenimiento de los equipos.
- El uso y acceso del equipo.
- La salud y seguridad de los usuarios y el medio ambiente.
- Los derechos de propiedad intelectual y la protección de datos del alumnado y de las empresas.
- El valor educativo y pedagógico de los equipos.
- El reconocimiento y la publicidad del patrocinio.

El centro formativo y la empresa deben seguir las directrices legales y las mejores prácticas para utilizar el equipo patrocinado, así como para supervisar y evaluar el impacto y los resultados de la cooperación.

Iniciar el proceso de elaboración de un acuerdo entre las partes implicadas en el proceso de patrocinio. Este paso implica iniciar el contrato formal y vinculante que especifica los derechos y obligaciones de las partes implicadas en el patrocinio y/o colaboración. Un acuerdo legal de patrocinio debe incluir los siguientes elementos:

- Los nombres y direcciones de las partes.
- La fecha y el lugar del acuerdo.
- Antecedentes y objetivos del acuerdo.
- La descripción y el valor del patrocinio.
- El reconocimiento y la publicidad del patrocinio.
- La entrega e instalación de los equipos.
- La propiedad y el mantenimiento de los equipos.
- El uso y acceso del equipo.
- El seguimiento y la evaluación del patrocinio.
- La información y divulgación del patrocinio.
- La duración y la finalización del patrocinio.
- La resolución de conflictos y el arbitraje del patrocinio.
- Las firmas y sellos de las partes.

El centro formativo y la empresa deben iniciar el proceso de elaboración del acuerdo comunicándose y negociando entre sí, así como consultando a personas expertas jurídicas si es necesario.

Desarrollar, en consulta con una persona jurídica, un acuerdo entre las partes implicadas en el proceso de patrocinio (equipamiento de talleres y laboratorios escolares). Este paso consiste en finalizar y firmar el acuerdo legal para el patrocinio por parte de las empresas del equipamiento de talleres y laboratorios escolares. El centro formativo y la empresa deben elaborar

el acuerdo en consulta con una persona jurídica, así como revisarlo y modificarlo cuando sea necesario, para garantizar que refleja el entendimiento y el consentimiento mutuos de ambas partes, y que protege sus intereses y derechos.

Presentar y acordar con la parte de la empresa el contenido del acuerdo de patrocinio. Este paso implica presentar el acuerdo legal a la parte de la empresa y obtener su aprobación y consentimiento. El centro formativo y la empresa deben asegurarse de que el acuerdo sea claro y completo, y de que cubra todos los aspectos y detalles del patrocinio. El centro formativo y la empresa también deben responder a cualquier pregunta o preocupación que pueda tener la parte de la empresa y resolver cualquier disputa o desacuerdo que pueda surgir. El centro formativo y la empresa deben firmar el acuerdo y conservar una copia para sus archivos.

Conclusión

La cooperación entre El centro formativo y la empresa es una valiosa oportunidad para mejorar la calidad y la pertinencia de la educación y la formación, así como para fomentar la innovación y el espíritu empresarial. Sin embargo, dicha cooperación también implica retos y responsabilidades legales que ambas partes deben considerar y abordar cuidadosamente. Siguiendo los pasos de identificación, análisis, aplicación, iniciación, desarrollo y presentación de la normativa legal para el patrocinio por parte de empresas de equipos para talleres y laboratorios escolares, El centro formativo y la empresa pueden garantizar que su cooperación sea legal, justa y beneficiosa para ambas partes .

6) Verdadero o falso: Los centros formativos no necesitan consultar a una persona jurídica a la hora de elaborar un acuerdo de patrocinio con las empresas.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

7) Verdadero o Falso: El proceso de elaboración de un acuerdo se inicia tras presentarlo a la parte social.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

8) Verdadero o falso: Los centros formativos deben identificar de forma independiente todas las normativas legales pertinentes para la cooperación planificada.

a) Verdadero

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

9) Verdadero o falso: Las empresas son las únicas responsables de analizar los requisitos legales importantes desde el punto de vista del centro formativo.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

10) Verdadero o falso: No es necesario que los centros formativos conozcan los marcos jurídicos relativos al patrocinio por parte de las empresas.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

4.3.3. Reconocer las necesidades del centro formativo en términos de readaptación de talleres y laboratorios.

11) Verdadero o falso: El cumplimiento de las directrices proporcionadas por la Autoridad Danesa del Entorno de Trabajo (AEM) es legalmente vinculante para las empresas que equipan talleres y laboratorios escolares en Dinamarca.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

12) Verdadero o Falso: La Real Academia Danesa se dedica principalmente a asesorar jurídicamente a las empresas sobre iniciativas de patrocinio en Dinamarca.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

13) Verdadero o falso: El ejemplo de acuerdo de patrocinio que se ofrece en el texto incluye disposiciones para la resolución de conflictos entre la empresa patrocinadora y el centro escolar receptor.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

14) Verdadero o falso: El proceso de evaluación de las necesidades en los centros de formación profesional de Dinamarca incluye la evaluación del rendimiento académico del alumnado.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: b) Falso.

15) Verdadero o Falso: La Confederación de la Industria Danesa (DI) ofrece asesoramiento jurídico sobre diversos aspectos de las operaciones de las empresas, incluidas las iniciativas de patrocinio, en Dinamarca.

a) Cierto.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

4.3.4. Organizar el proceso de apoyo a las escuelas por parte de las empresas en el ámbito del acondicionamiento de talleres y laboratorios.

16) ¿Cuál es un principio clave para establecer relaciones cuando se trabaja recaudando fondos?

- a) Aislamiento.
- b) Transparencia.**
- c) Exclusividad.
- d) Vacilación.

Respuesta correcta: b) Transparencia.

17) ¿Cuál de las siguientes personas suele ser responsable de recaudar fondos y conseguir apoyo para los proyectos educativos?

- a) Persona coserje del centro formativo.
- b) Consultora profesional de captación de fondos.**
- c) Trabajador de cafetería.
- d) Bibliotecario escolar.

Respuesta correcta: b) Consultor profesional de captación de fondos.

18) ¿Cuál es el primer paso para preparar un plan de trabajo para recaudar de fondos?

- a) Asignar recursos.
- b) Establezca plazos.
- c) Definir objetivos.**
- d) Establezca canales de comunicación.

Respuesta correcta: c) Definir objetivos.

19) ¿Cómo pueden los centros escolares agradecer a las empresas que invierte fondos en sus centros formativos?

- a) Ignora sus aportaciones.
- b) Reconozca públicamente sus logros.**
- c) Criticar su actuación.
- d) Retener recursos.

Respuesta correcta: b) Reconocer públicamente sus logros.

20) ¿Cuál de las siguientes opciones, es una herramienta utilizada por los centros educativos para realizar un seguimiento de las empresas que invierten fondos en sus centros?

- a) Hoja de cálculo.
- b) Base de datos de empresas.**
- c) Guía telefónica.
- d) Tablón de anuncios.

Respuesta correcta Base de datos de empresas.

4.3.5. Seguimiento y evaluación de los procesos de apoyo a las escuelas por parte de las empresas en el ámbito del equipamiento de talleres y laboratorios

21) Verdadero o falso: Los centros escolares pueden utilizar encuestas para recabar opiniones de las partes interesadas sobre la eficacia de los equipos proporcionados por las empresas, centrándose en la facilidad de uso, la durabilidad y la satisfacción general.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

22) Verdadero o falso: Las escuelas pueden utilizar software de análisis de datos como Google Analytics para realizar un seguimiento de las tendencias de las donaciones por parte de las empresas

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

23) Verdadero o falso: Las visitas in situ realizadas por representantes de las empresas permiten observar de primera mano la utilización de los equipos, evaluar su estado y recabar la opinión de profesorado y alumnado.

a) Verdadero.

b) Falso.

Respuesta correcta: a) Verdadero.

4.4. Prueba de la unidad formativa M1.U4. Involucrar a las empresas en los exámenes de formación profesional organizados por el centro formativo, proporcionando asesoramiento profesional y preparando al alumnado para su ingreso en mercado laboral

4.4.1. Presentar información a las empresas sobre los exámenes de formación profesional y destacar los beneficios que supone para las empresas colaborar en la redacción de dichos exámenes y los beneficios para el alumnado

50. ¿Padres y madres pueden participar indirectamente en la redacción de los exámenes en las escuelas de formación profesional?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

51. ¿Las empresas son partes interesadas indirectamente de los exámenes en las escuelas de formación profesional?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

52. Seleccione todas las respuestas correctas indicando los beneficios para las empresas que colaboran en la redacción de los exámenes.

Mayor prestigio: La colaboración con instituciones educativas puede influir en la percepción de la empresa como socialmente responsable.	☐
Adquirir conocimientos sobre el mercado laboral: Observar al alumnado durante los exámenes permite comprender mejor las necesidades del mercado laboral.	☐
Posibilidad de contratar personal: Los exámenes brindan una oportunidad para identificar a posibles personas candidatas.	☐
Verificación de las competencias del profesorado: Los exámenes permiten evaluar las competencias prácticas del profesorado en el ejercicio de profesiones específicas.	☐

Respuesta correcta:

Mayor prestigio: La colaboración con instituciones educativas puede influir en la percepción de la empresa como socialmente responsable.	x
Adquirir conocimientos sobre el mercado laboral: Observar al alumnado durante los exámenes permite comprender mejor las necesidades del mercado laboral.	x
Posibilidad de contratar personal: Los exámenes brindan una oportunidad para identificar a posibles personas candidatas.	x

4.4.2. Identificar acciones relacionadas con los exámenes de formación profesional en donde pueda colaborar una empresa en su preparación

53. ¿Cómo pueden las empresas colaborar en la preparación de los ejercicios de los exámenes?

- e) Proporcionando tareas que no estén directamente relacionadas con el ejercicio profesional.
- f) Creando tareas que no reflejan las necesidades actuales del mercado.

g) Ayudando a crear tareas que reflejen desafíos profesionales reales.

- h) Limitando el acceso a las herramientas y materiales necesarios para completar las tareas.

Respuesta correcta:c) Contribuyendo a la creación de tareas que reflejen retos profesionales reales.

54. ¿Qué papel pueden desempeñar las empresas en la evaluación de la parte práctica del examen?

- e) Pueden observar pero no evaluar.

f) Pueden evaluar las habilidades prácticas del alumnado durante el examen.

- g) Deberían criticar al alumnado en lugar de evaluarlos.
- h) No tienen ninguna influencia en la evaluación de las competencias prácticas.

Respuesta correcta: b) Pueden evaluar las habilidades prácticas del alumnado durante el examen.

55. ¿Cuál puede ser el resultado de la colaboración con la empresa a la hora de proporcionar puesto de trabajo al alumnado?

- e) El alumnado tienen menos oportunidades de aprender habilidades prácticas.
- f) El alumnado puede acceder a puestos de trabajo reales, aumentando su experiencia profesional.**
- g) Las empresas tienen menos influencia en la formación práctica.
- h) El alumnado no pueden establecer conexiones profesionales.

Respuesta correcta: b) El alumnado puede acceder a puestos de trabajo reales, aumentando su experiencia profesional.

56. ¿Qué beneficios aporta al proceso educativo la participación de la empresa en los comités examinadores?

- e) Aumenta la subjetividad de las evaluaciones.
- f) Conduce a una reducción de los estándares de los exámenes.
- g) Mejora la objetividad de las evaluaciones.**
- h) No afecta la calidad de los exámenes.

Respuesta correcta: c) Mejora la objetividad de las evaluaciones.

57. ¿Cuál de las siguientes acciones no se recomienda a las empresas que colaboran en los exámenes?

- e) Preparar al alumnado para el examen práctico mediante la realización de sesiones prácticas.
- f) Participar en el comité sin la preparación adecuada y el conocimiento del tema.**
- g) Proporcionar materiales y herramientas utilizados en la profesión.
- h) Organización de prácticas y colocaciones profesionales para el alumnado.

Respuesta correcta: b) Participar en el comité sin la preparación adecuada y el conocimiento del tema

4.4.3. Seguimiento y evaluación de las actividades en la colaboración de las empresas en la organización de los exámenes.

58. ¿Qué herramienta es la más adecuada para recopilar las impresiones de las empresas?

- e) Encuestas en línea.**
- f) Observaciones del puesto de trabajo.
- g) Grupos de debate
- h) Análisis de documentos.

Respuesta correcta: a) Encuestas en línea.

59. ¿Qué método se debe utilizar para obtener información detallada sobre la interacción entre el alumnado y las empresas durante los exámenes?

e) Encuestas.

f) Observaciones.

g) Análisis de documentos.

h) Entrevistas.

*Respuesta correcta:*b) Observaciones.

60. Las empresas pagan el salario únicamente después de que el alumnado aprueba los exámenes.

c) Verdadero.

d) FALSO.

*Respuesta correcta:*b) Falso.

61. ¿Con qué frecuencia se debe realizar el seguimiento de las actividades que implican la participación de la empresa en la organización de los exámenes?

e) Sólo una vez, después del primer ciclo de exámenes.

f) Cada año escolar.

g) Después de cada examen.

h) Cada cinco años.

*Respuesta correcta:*c) Después de cada examen.

62. ¿Cuál de los siguientes elementos no se analiza normalmente en el proceso de evaluación de las empresas?

e) Eficacia de la comunicación entre El centro formativo y la empresa.

f) Satisfacción de la empresa con los resultados de los exámenes.

g) Impacto de los resultados de los exámenes en el resultado financiero de las empresas.

h) Preparación del alumnado para el mercado laboral.

*Respuesta correcta:*c) Impacto de los resultados de los exámenes en el resultado financiero de las empresas.

4.4.4. Definir y explicar qué es la orientación profesional

63. La orientación profesional es:

d) Un servicio del mercado laboral dirigido principalmente a personas desempleadas o en búsqueda de nuevo empleo.

e) Brindar apoyo al desarrollo profesional a las personas de cualquier edad y en todas las etapas de su carrera profesional.

f) Actividades organizadas y planificadas destinadas a ayudar al alumnado a tomar decisiones educativas y profesionales informadas e independientes.

g) *Respuesta correcta:*c) Actividades organizadas y planificadas destinadas a ayudar al alumnado a tomar decisiones educativas y profesionales informadas e independientes.

64. Seleccione todas las respuestas correctas que indiquen los objetivos específicos de la orientación profesional para el alumnado desde la perspectiva de la empresa.

Acceso a futuras personas empleadas: la empresa quiere que el alumnado conozca las diferentes trayectorias profesionales y tengan acceso a la información del mercado laboral.	☐
Desarrollo de habilidades: Las empresas esperan que el alumnado adquiera las habilidades necesarias para el desempeño laboral.	☐
Prevención de carencias laborales: Las empresas consideran la orientación profesional como una herramienta para prevenir futuras escaseces de mano de obra cualificada.	☐
Comprender los detalles de la industria: al tomar decisiones informadas e independientes, el alumnado puede comprender mejor los detalles del mercado laboral.	☐

Respuesta correcta:

Acceso a futuras personas empleadas: la empresa quiere que el alumnado conozca las diferentes trayectorias profesionales y tengan acceso a la información del mercado laboral.	X
Desarrollo de habilidades: Las empresas esperan que el alumnado adquiera las habilidades necesarias para el desempeño laboral.	X
Prevención de carencias laborales: Las empresas consideran la orientación profesional como una herramienta para prevenir futuras escaseces de mano de obra cualificada.	x

65. ¿Cuál es el objetivo principal de la orientación profesional desde la perspectiva del alumnado?

- d) Conocerse sólo a uno mismo.
- e) Adquirir conocimientos sobre predisposiciones e intereses formativos a través de la realización de un test.
- f) Apoyar al alumnado en el proceso de toma de decisiones consciente e independiente respecto a sus opciones educativas y profesionales.**

Respuesta correcta: c) Apoyar al alumnado en el proceso de toma de decisiones consciente e independiente respecto a sus opciones educativas y profesionales.

4.4.5. Identificación de quiénes pueden participar interna y externamente en la implementación de la orientación profesional en las escuelas, así como los beneficios para las empresas y el alumnado.

66. Identifica quién puede participar en la realización de clases de orientación profesional para el alumnado en los centros formativos:

- e) Persona consejera profesional.
- f) Padres y madres del alumnado.
- g) Empresas.

h) Todas las respuestas son correctas.

*Respuesta correcta:*d) Todas las respuestas son correctas.

67. Indica los beneficios para una empresa por participar en actividades de orientación profesional para el alumando de los centros formativos.

d) Promoción de la formación profesional.

e) Cooperación con futuras personas empleadas.

f) Desarrollo profesional de sus empleadas.

*Respuesta correcta:*b) Cooperación con futuras personas empleadas.

68. Selecciona todas las respuestas correctas indicando en qué actividades relacionadas con la orientación profesional del alumando pueden participar las empresas.

Se puede invitar a las empresa a participar en reuniones con el alumando en las que hablan sobre sí mismos, la profesión que desempeñan, su trayectoria profesional, la empresa, etc...	☐
Las empresas pueden participar en ferias educativas o de empleo organizadas para estudiantes de centros formativos.	☐
Las empresa pueden participar en reuniones con los padres, madres o personas tutoras legales del alumando de los centros formativos.	☐
Las empresas pueden estar interesados en promocionar su empresa entre los profesorado.	☐

Respuesta correcta:

Se puede invitar a las empresa a participar en reuniones con el alumando en las que hablan sobre sí mismos, la profesión que desempeñan, su trayectoria profesional, la empresa, etc...	x
Las empresas pueden participar en ferias educativas o de empleo organizadas para estudiantes de centros formativos.	x
Las empresa pueden participar en reuniones con los padres, madres o personas tutoras legales del alumando de los centros formativos.	x

4.4.6 Seguimiento y evaluación de las actividades de orientación profesional de las empresas

69. El término „principio de triangulación” en investigación se refiere a:

d) el principio por el cual en el proceso de monitorización se formulan preguntas relevantes que permitan diagnosticar la realidad de nuestra área de interés.

e) recopilación de diversos datos involucrados en la acción, de diferentes fuentes y preferiblemente utilizando métodos y herramientas mutuamente complementarios.

f) asegurando un muestreo adecuado, utilizando herramientas “similares”, es decir, aquellas en las que obtenemos respuestas a una misma pregunta desde diferentes fuentes y perspectivas, realizando la investigación por personas profesionalmente preparadas, y asegurando la credibilidad y autenticidad de la información y los datos recopilados.

*Respuesta correcta:*b) recopilación de diversos datos involucrados en la acción, de diferentes fuentes y preferiblemente utilizando métodos y herramientas mutuamente complementarios

70. El término „Monitorización” se refiere a:

d) investigación que permite evaluar la eficacia y calidad de las acciones y adaptarlas a las necesidades de las personas destinatarias.

e) un proceso continuo de recopilación de información sobre la implementación de una acción.

f) Ambas respuestas son correctas.

Respuesta correcta: b) un proceso continuo de recopilación de información sobre la implementación de una acción.

71. El término „evaluación” se refiere a:

d) investigación que permite evaluar la eficacia y calidad de las acciones y adaptarlas a las necesidades de las personas destinatarias.

e) un proceso continuo de recopilación de información sobre la implementación de una acción.

f) Ambas respuestas son correctas.

Respuesta correcta: a) investigación que permite evaluar la eficacia y calidad de las acciones y adaptarlas a las necesidades de las personas destinatarias.

4.4.7. Planificación del proyecto y establecimiento de objetivos

72. ¿Es válido el objetivo SMART?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta: b) No.

73. ¿El Diagrama de Gantt es mejor herramienta para visualizar las dependencias de tareas en un proyecto?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta: a) Sí.

74. ¿La postergación es una estrategia típica de respuesta ante los riesgos en la gestión de proyectos?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta: b) No.

75. ¿Es un proyecto el beneficio normalmente se incluye en el presupuesto del proyecto?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta: b) No.

76. ¿La matriz RACI indica si la persona está informada sobre el progreso del proyecto?

c) **Sí.**

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

4.4.8. Asignación y distribución de tareas a las personas que forman el equipo del proyecto

77. ¿Son las preferencias personales en cuanto al estilo musical un criterio recomendado para seleccionar a las personas que forman el equipo del proyecto?

c) Sí.

d) **No.**

Respuesta correcta:b) No.

78. ¿Deben asignarse tareas a las personas que forman el equipo del proyecto en función de sus competencias?

c) **Sí.**

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

79. ¿El objetivo principal de crear una matriz de competencias para que el equipo del proyecto comprenda y visualice las habilidades de cada persona participante del equipo?

c) **Sí.**

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

80. ¿Las metodologías Agile y Scrum promueven la autonomía y la responsabilidad entre las personas que forman el equipo del proyecto?

c) **Sí.**

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

81. ¿El objetivo principal de realizar un miniproyecto integrador al final de la formación es integrar los conocimientos de todo el curso por parte del alumnado?

c) **Sí.**

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

4.4.9. Implementación del proyecto

82. ¿Debería un proyecto disponer exclusivamente del cronograma?

c) Sí.

d) **No.**

Respuesta correcta:b) No.

83. ¿El objetivo principal del seguimiento del progreso del proyecto es identificar las desviaciones del plan y gestionarlas?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

84. ¿Ignorar el riesgo es un elemento clave de la gestión de riesgos en un proyecto?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

85. ¿Se debe ignorar un problema en el proyecto cuando surge?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

86. ¿El informe final del proyecto debe incluir sólo los costes del mismo?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

4.4.10. Seguimiento y evaluación del proyecto

87. ¿Deben las personas que forman el equipo del proyecto utilizar herramientas de gestión de proyectos para supervisar el progreso del mismo?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

88. ¿La definición de una metodología de medición de los objetivos del proyecto debe incluir únicamente indicadores cuantitativos?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

89. ¿Debe realizarse la planificación de la evaluación del proyecto sólo después de que éste se haya completado?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

90. ¿Todo plan de gestión de riesgos debe incluir estrategias de minimización de riesgos y planes de contingencia?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

91. ¿La identificación de problemas en el logro de los objetivos del proyecto debería conducir a la terminación inmediata del proyecto?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

5.4.11. Caracterización del proceso de entrega de títulos en los centro formativos

92. ¿Las cualificaciones profesionales, habilidades y conocimientos relacionados con una profesión específica, confirmados por el sistema educativo?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

93. ¿Las cualificaciones profesionales consisten únicamente en conocimientos prácticos especializados?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

94. Las competencias que exige el mercado laboral, no siempre están certificadas formalmente

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

95. ¿Debería un plan de estudios adaptado a las necesidades del mercado laboral combinar conocimientos teóricos, habilidades prácticas y soft skills?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

4.4.12 Reconocimiento de cualificaciones profesionales en los países europeos

96. ¿Una profesión regulada es aquella que requiere cumplir requisitos específicos de un país determinado?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:a) Sí.

97. ¿La Tarjeta Profesional Europea es un documento en papel?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

98. ¿Todos los estados miembros de la UE tienen los mismos procedimientos para reconocer las cualificaciones profesionales?

c) Sí.

d) No.

Respuesta correcta:b) No.

4.5. Prueba para una unidad formativa M1.U5. Formación continua para el profesorado de formación profesional que colabora con las empresas.

4.5.1. Explicación de los beneficios de la participación de las empresas en el desarrollo profesional del profesorado

99. ¿Puede el profesorado aplicar el conocimiento adquirido en el ámbito empresarial para desarrollar o actualizar los planes de estudio de la EFP?

a) El profesorado puede utilizar el conocimiento de la industria para crear planes de estudio más pertinentes.

b) El conocimiento empresarial no está relacionado con el desarrollo de planes de estudio.

c) Los planes de estudio solo los desarrollan especialistas en educación, no están influenciados por el conocimiento empresarial.

100. ¿Puede la colaboración entre el profesorado y las empresas para el desarrollo de programas formativos, mejorar la reputación del centro formativo?

a) Dicha participación no tiene ningún impacto en la reputación del centro formativo.

b) Solo los logros académicos pueden mejorar la reputación de un centro formativo, no las empresas.

c) Puede mejorar la reputación del centro formativo.

101. ¿Puede el profesorado alinear mejor sus programas de formación con los requisitos actuales del mercado laboral?

a) Los programas educativos los establece el gobierno y no se pueden cambiar para satisfacer los requisitos del mercado laboral.

b) El profesorado pueden alinear sus programas con las necesidades del mercado laboral manteniéndose informados sobre las tendencias y necesidades de la industria.

c) El profesorado no influye en la adaptación de los programas a las tendencias y necesidades del mercado laboral.

102. ¿Existe la posibilidad de desarrollar programas en los que las empresas asesoren al profesorado?

a) Se pueden desarrollar programas de tutoría en donde las empresas asesoren al profesorado.

b) Las empresas no suelen ofrecer tutoría al profesorado.

c) Los programas de tutoría son exclusivos de los mentores académicos dentro de los centros formativos.

103. ¿Pueden colaborar las redes educativas y profesorado con empresas, para lograr alianzas entre empresas e instituciones formativas?

a) Colaborar con redes educativas y sindicatos puede ayudar a establecer alianzas.

b) Los sindicatos normalmente no participan en alianzas con empresas.

c) Las redes educativas son entidades separadas que no involucran a las empresas en sus actividades.

104. ¿Es posible invitar a las empresas a participar en consejos o comités asesores dentro de los centros formativos de FP?

a) Las empresas no pueden unirse a consejos o comités educativos.

b) Solo las personas funcionaria pueden formar parte de los consejos asesores en los centros formativos de FP.

c) Se puede invitar a las empresas a participar en consejos asesores para que aporten conocimientos sobre la industria y el comercio.

105. ¿Es posible que las empresas apliquen técnicas de capacitación con el profesorado para mejorar sus propios programas de desarrollo de sus personas empleadas?

a) Las técnicas de capacitación utilizadas en la educación son irrelevantes para el desarrollo de las personas empleadas en las empresas.

b) Las empresas pueden adaptar las técnicas de capacitación educativa para mejorar el desarrollo de su personal.

c) Los conocimientos compartidos en centros formativos no son aplicables a entornos empresariales.

4.5.2. Identificación de nuevas áreas de formación en las empresas

106. ¿Cómo identificar las brechas entre la oferta profesional del centro formativo y las necesidades empresariales?

a) Las consultas periódicas con las empresas y las sesiones de retroalimentación pueden ayudar a identificar discrepancias entre lo que se enseña y lo que necesita el mundo laboral.

b) Al revisar el plan de estudios solo cada diez años, los centros formativos pueden detectar y abordar las brechas de manera efectiva.

c) Las brechas se pueden identificar únicamente a través de la retroalimentación de los estudiantes sin necesidad de la participación de las empresas.

107. ¿Cómo se puede desarrollar un enfoque estructurado para identificar oportunidades para mejorar la formación docente?

- a) La implementación de un enfoque estructurado es innecesaria; se pueden realizar mejoras a medida que surgen problemas de manera ad hoc.
- b) Solo con que la dirección del centro formativo revise periódicamente el plan de estudios es suficiente para identificar oportunidades de mejora.

c) Establecer un comité colaborativo con miembros tanto del centro formativo como de las empresas permite evaluar y sugerir mejoras de manera continua.

108. ¿Cómo se pueden identificar las necesidades de las empresas en relación con la innovación?

- a) Basarse en informes desactualizados de la industria es suficiente para comprender las necesidades actuales de innovación.

b) Realizar encuestas y entrevistas periódicas con las empresas para comprender sus necesidades actuales y futuras de innovación.

- c) Las necesidades de innovación se pueden inferir de las tendencias generales del mercado sin la participación directa de las empresas.

109. ¿Cuáles son los criterios clave para evaluar y priorizar las áreas de capacitación?

a) La colaboración entre la dirección del centro formativo y la empresa en la toma de decisiones garantiza que las áreas de capacitación sean relevantes y beneficiosas para ambas partes.

- b) La popularidad entre el alumnado es el único criterio para priorizar las áreas de capacitación.
- c) La facilidad de implementación de los programas de capacitación debe ser el factor principal para decidir qué áreas priorizar.

110. ¿Existe la oportunidad de que tanto la dirección del centro formativo como de las empresas, participen en el proceso de toma de decisiones para garantizar que las áreas de capacitación seleccionadas satisfagan las necesidades de ambas partes?

a) La colaboración de centros formativos y empresas puede ayudar a establecer alianzas.

- b) Las empresas no deben tener voz ni voto en el proceso de toma de decisiones, como saben mejor las instituciones educativas.
- c) El proceso de toma de decisiones debería estar dirigido en su totalidad por la dirección del centro formativos, sin necesidad de la participación de la empresa.

111. ¿Es necesario que el profesorado de FP mantenga una relación continua con las empresas para fomentar la colaboración a largo plazo, para que se beneficien ambas partes?

- a) Una vez que se establece una colaboración, no es necesario mantener una relación continua.
- b) La relación regular es innecesaria, ya que las necesidades de las empresas no cambian significativamente con el tiempo.

c) La relación continua con las empresas es crucial para mantener programas de formación actualizados y fomentar colaboraciones que a largo plazo que sean mutuamente beneficiosas.

4.5.3. Identificación de las necesidades de formación del profesorado y su interés en el desarrollo profesional en las empresas

112. ¿Las necesidades de formación identificadas deben estar alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa, como mejorar el rendimiento de las personas empleadas o aumentar la satisfacción de la clientela?

a) Las necesidades de formación identificadas deben estar alineadas con los objetivos estratégicos de la empresa.

b) Las necesidades de formación deben centrarse únicamente en las preferencias del profesorado, no en los objetivos de la empresa.

c) La alineación de las necesidades de formación con los objetivos de la empresa es innecesaria, ya que sirven para diferentes propósitos.

113. Se deben asignar funciones y responsabilidades específicas a las personas o miembros del equipo que participan en el proceso de colaboración entre profesorado y empresas. Por ejemplo, ¿podría un equipo ser responsable de la recopilación de datos, otro del análisis de datos y otro de la participación de las partes interesadas?

a) Todas las personas del equipo deben manejar todos los aspectos del proceso de colaboración para evitar la especialización.

b) La asignación de funciones específicas conduce a ineficiencias y duplicidad de esfuerzos.

c) La asignación de funciones y responsabilidades específicas garantiza un proceso de colaboración organizado y eficiente.

114. ¿Se debe preparar un informe detallado que describa los resultados de la evaluación de la colaboración, incluyendo las necesidades de capacitación prioritarias y las recomendaciones para los programas de desarrollo profesional?

a) Un breve resumen es suficiente para comunicar los resultados de la evaluación de la eficacia.

b) Se debe preparar un informe detallado para documentar los hallazgos y las recomendaciones.

c) La preparación de un informe detallado es innecesaria y requiere mucho tiempo.

115. El seguimiento del proceso de recopilación de datos de la colaboración debe ser continuo.

a) El seguimiento continuo es esencial para garantizar que el proceso de recopilación de datos siga por el buen camino.

b) El seguimiento del proceso de recopilación de datos solo debe realizarse al final para verificar que esté completo.

c) El seguimiento del proceso de recopilación de datos no es necesario una vez que se ha iniciado.

4.5.4. Verificación de la posibilidad de mejorar la capacidad del profesorado en la empresa

116. ¿Cuál es la estructura del informe de verificación?

a) La estructura de un informe de verificación normalmente incluye una introducción, un resumen de las credenciales de la empresa, la metodología utilizada para la verificación, los hallazgos y el análisis, y una conclusión con recomendaciones.

- b) La estructura de un informe de verificación solo requiere una breve descripción general de la empresa y una lista de los servicios que ofrece la empresa.
- c) La estructura de un informe de verificación consta solo de una portada y un apéndice de referencias, ya que el contenido principal es opcional.

117. ¿Cuáles el plan paso a paso para diseñar e implementar la metodología de verificación?

- a) El plan incluye seleccionar empresas al azar, enviar una encuesta y asumir que los resultados son precisos sin un análisis adicional.
- b) El plan consiste solo en realizar una verificación de antecedentes de la empresa y luego continuar con la capacitación sin pasos adicionales.

c) El plan paso a paso implica definir los criterios de verificación, recopilar datos relevantes, realizar entrevistas o evaluaciones, analizar los datos y compilar los hallazgos en un informe estructurado.

118. ¿Qué partes están involucradas en el proceso de organización del desarrollo profesional de los docentes en las empresas?

- a) Solo el profesorado y la empresa participan en el proceso; no se requiere la participación de la dirección del centro formativo.

b) Las partes involucradas suelen incluir a la empresa, la dirección del centro formativos, el profesorado y, a veces, un asesor legal.

- c) Las únicas partes involucradas son la empresa y el departamento de contabilidad del centro formativo.

119. ¿Es importante identificar quién es responsable de los costes asociados con el desarrollo profesional del profesorado en las empresas?

a) Es fundamental identificar quién es responsable de los costes para evitar malentendidos y garantizar que los aspectos financieros estén claramente definidos y acordados por todas las partes.

- b) No es necesario identificar quién es responsable de los costes; estos detalles se pueden resolver una vez que haya comenzado la capacitación.
- c) No es importante porque los costes normalmente se comparten de manera equitativa sin necesidad de un acuerdo previo.

120. ¿Es necesario desarrollar el acuerdo a través de una asesoría legal?

a) Es recomendable desarrollar el acuerdo con una asesoría legal para garantizar que todos los términos sean legalmente sólidos y protejan los intereses de todas las partes involucradas.

- b) La consulta legal es innecesaria; se puede utilizar una plantilla de acuerdo estándar sin personalización.
- c) El acuerdo no necesita asesoría legal ya que es un documento simple que no requiere experiencia legal.

4.5.5. Organizar cursos de formación para profesores en las empresas

121. Incorporar talleres prácticos en los el profesorado pueda aplicar directamente lo que aprenden. Estos talleres deberían ser coorganizados por profesionales del sector y persons expertas en educación para garantizar un valor práctico y pedagógico.

a) La organización de talleres prácticos garantiza la relevancia práctica y la eficacia pedagógica.

- b) Los talleres deberían ser organizados únicamente por personas expertas en el campo de la formación, ya que son quienes mejor saben cómo transmitir el contenido al profesorado.
- c) Las personas profesionales del sector deberían dirigir los talleres, ya que tienen la experiencia práctica.

122. ¿El profesorado debería trabajar en colaboración con los representantes de las empresas para garantizar que el contenido esté en consonancia con los estándares y expectativas del sector?

- a) El profesorado deberían trabajar de forma independiente, ya que son quienes mejor saben lo que el alumnado necesitan aprender, sin la participación de las empresas.
- b) Las empresas deberían dictar el contenido por completo, sin necesidad de la participación del profesorado

c) La colaboración entre profesorado y representantes de las empresas es esencial para garantizar que el contenido cumpla con los estándares y expectativas del sector.

123. Establecer protocolos de comunicación para garantizar un diálogo regular y abierto entre los miembros del equipo. Esto ayuda a garantizar un flujo fluido de información y una rápida resolución de cualquier problema que pueda surgir durante el desarrollo del proyecto.

- a) Los protocolos de comunicación son innecesarios; los miembros del equipo deben manejar la comunicación como crean conveniente.

b) Establecer protocolos de comunicación es crucial para mantener un diálogo abierto, un flujo fluido de información y una rápida resolución de problemas durante el desarrollo del proyecto.

- c) Demasiada comunicación puede ralentizar el proyecto, por lo que es mejor mantener el diálogo al mínimo.

124. Se deben establecer protocolos de comunicación para garantizar un diálogo regular y abierto entre los miembros del equipo. ¿Esto contribuirá al flujo fluido de información y a la rápida resolución de cualquier problema que pueda surgir durante el desarrollo del programa?

a) Establecer protocolos de comunicación contribuye a un flujo fluido de información y a la rápida resolución de problemas durante el desarrollo del programa.

- b) Los protocolos de comunicación tienden a crear cuellos de botella, retrasando la resolución de problemas.
- c) No es importante porque los costos normalmente se comparten de manera equitativa sin necesidad de ningún acuerdo previo.
- c) La comunicación informal es suficiente y los protocolos formales son innecesarios.

125. ¿Es necesario trabajar en colaboración entre profesorado y personas expertas de las para desarrollar contenido que se ajuste a los resultados de aprendizaje establecidos?

a) Es necesaria una estrecha colaboración con el profesorado y las empresas para desarrollar contenido que se ajuste a los resultados de aprendizaje establecidos

- b) Solo el profesorado deben participar en el desarrollo de contenido; no se requiere la participación de las empresas
- c) Las personas expertas de las empresas deben ser los únicos responsables del desarrollo de contenido, con una participación mínima del profesorado

126. ¿Las personas expertas de las empresas deben tener una experiencia significativa en sus respectivas disciplinas para garantizar que tengan conocimientos prácticos y actualizados que sean relevantes para la capacitación?

a) Deben tener una experiencia significativa en sus respectivas disciplinas para brindar conocimientos relevantes y actualizados.

- b) La experiencia práctica no es necesaria; el conocimiento teórico es suficiente para estas personas expertas.
- c) Deben centrarse en las habilidades blandas en lugar de la experiencia específica de la disciplina.

127. Recopilar los mentarios tanto de los representantes de la empresa como de los posibles participantes de la capacitación para evaluar los niveles de preparación de los capacitadores. Esto puede definir sobre las áreas en las que se pueda requerir apoyo o desarrollo adicional.

- a) La retroalimentación solo debe ser obtenida de los representantes de la empresa, ya que son los principales interesados en la capacitación.
- b) La retroalimentación solo debe ser obtenida una vez finalizada la capacitación, no durante la preparación.

c) Recopilar la retroalimentación tanto de los representantes de la empresa como de los posibles participantes de la capacitación es fundamental para evaluar la preparación de la persona capacitadora e identificar áreas que necesitan apoyo adicional.

128. ¿Se debe trabajar con representantes del centro formativo y de la empresa para establecer objetivos de aprendizaje claros que describan lo que se espera que logre el profesorado al final de la capacitación?

- a) Solo las personas representantes de la escuela deben participar en el establecimiento de los objetivos de aprendizaje, ya que son quienes mejor entienden las necesidades formativas.

b) Trabajar con representantes de la escuela y de la empresa es esencial para establecer objetivos de aprendizaje claros que se alineen con las expectativas.

- c) Los objetivos de aprendizaje deben dejarse vagos para permitir flexibilidad en la forma en que se lleva a cabo la capacitación.

129. ¿Deberían existir guías de calificación detalladas que describan los criterios para evaluar habilidades o competencias específicas, que deberían ser escritas por las empresas para asegurar que están alineadas con sus estándares y necesidades?

a) Las guías de calificación detalladas escritas por las empresas aseguran que las evaluaciones estén alineadas con los estándares de la industria, proporcionando criterios claros para evaluar habilidades o competencias específicas.

- b) Las guías de calificación deberían ser creadas únicamente por el profesorado, ya que tienen la experiencia en evaluar al alumnado, sin necesidad de la participación de la empresa.

- c) Las guías son innecesarias; las evaluaciones informales y la retroalimentación general son suficientes para evaluar habilidades o competencias específicas.

130. ¿Es necesario desarrollar procedimientos de seguimiento junto con la empresa para asegurar que se cumplan tanto los objetivos formativos como los de las empresas?

a) Desarrollar procedimientos de seguimiento junto con la empresa es necesario para asegurar que se cumplan tanto los objetivos formativos como los de la empresa.

- b) Los procedimientos de seguimiento deberían ser desarrollados independientemente por el centro formativo, ya que están mejor equipados para cumplir sus propios objetivos sin necesidad de la participación de la empresa.
- c) Los procedimientos de seguimiento no son necesarios; La confianza en el proceso conducirá naturalmente a la consecución de los objetivos educativos y de la industria sin una supervisión formal.

4.5.6. Seguimiento y evaluación del desarrollo profesional del profesorado en las empresas

131. ¿Los casos de estudio documentan ejemplos específicos de cómo el profesorado han implementado las nuevas habilidades en sus aulas que pueden ser valiosos tanto para el centro formativo como para la empresa?

a) Los casos de estudio son valiosos porque documentan ejemplos específicos de cómo el profesorado han implementado nuevas habilidades, beneficiando tanto al centro formativo como a la empresa.

- b) Los casos de estudio generalmente no son útiles en este contexto ya que solo brindan evidencia anecdótica y no contribuyen a la evaluación.
- c) Los casos de estudio son principalmente para fines académicos y no ofrecen valor práctico para las empresas o los centros formativos.

132. ¿Existen herramientas para evaluar el desarrollo profesional del profesorado en colaboración con las empresas?

- a) No existen herramientas diseñadas específicamente para evaluar el desarrollo profesional del profesorado en colaboración con las empresas; se utilizan herramientas generales.
- b) Las herramientas para evaluar el desarrollo profesional del profesorado solo son relevantes dentro de los centros formativos y no en colaboración con las empresas.

c) Existen herramientas específicas, como encuestas online, entrevistas y marcos de observación diseñados para evaluar el desarrollo profesional del profesorado en colaboración con las empresas.

133. Este análisis proporciona un enfoque integral para evaluar y mejorar el proceso de formación en las empresas, garantizando que la formación siga siendo relevante, eficaz y alineada con los objetivos tanto del profesorado como de la empresa.

- a) Falso

b) Verdadero

134. ¿Se utilizan herramientas como encuestas, cuestionarios y check lists para recopilar información sobre el desempeño, el compromiso y la adquisición de habilidades de las personas capacitadoras durante el proceso de capacitación?

a) Las herramientas como encuestas, cuestionarios y check lists utilizan ampliamente para recopilar datos sobre el desempeño, el compromiso y la adquisición de habilidades de las personas capacitadoras durante la capacitación.

b) Estas herramientas están obsoletas y no se utilizan normalmente para evaluar el desempeño o la adquisición de habilidades durante el proceso de capacitación.

c) Las herramientas como encuestas y cuestionarios solo se utilizan después del proceso de capacitación para evaluar la satisfacción general.

135. Si el objetivo de una evaluación es fortalecer habilidades de enseñanza específicas, ¿deberían los datos reflejar si estas habilidades han mejorado?

a) Los datos recopilados deben reflejar directamente si las habilidades específicas a las que se dirige la evaluación han mejorado.

b) No es necesario que los datos reflejen la mejora de habilidades específicas; la retroalimentación general es suficiente.

c) Los datos solo deben centrarse en la satisfacción general con la capacitación, en lugar de la mejora de habilidades específicas.

5.

ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΣΚΗΣΕΩΝ – ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ

1) Οδηγίες για το τεστ στην είσοδο κάθε ενότητας.

Εισαγωγή προ-τεστ

Δοκιμή στην είσοδο της κάθε ενότητας

Καλείστε να συμπληρώσετε ένα τεστ για τη διάγνωση των γνώσεων και των δεξιοτήτων σας στην είσοδο. Η συμπλήρωση του τεστ είναι σημαντική γιατί θα σας πει αν πρέπει να κάνετε την ύλη ή αν μπορείτε να προχωρήσετε στην επόμενη παρτίδα.

Στο τεστ χρησιμοποιήθηκαν διαφορετικοί τύποι ερωτήσεων:

- 1) Μια άσκηση τύπου «σωστό-λάθος» στην οποία καλείστε να αξιολογήσετε την ακρίβεια των δεδομένων που σας δίνονται,
- 2) Απλής επιλογής, δηλαδή από τις τρεις επιλογές απαντήσεων πρέπει να υποδείξετε μία σωστή απάντηση,
- 3) Πολλαπλή επιλογή,
- 4) Εργασίες κενών.

Καλή τύχη!

Μήνυμα μετά το τεστ:

Θα υπάρχουν 2 επιλογές απάντησης

- 1) Δεν έχετε λύσει όλες τις εργασίες, οπότε είναι λογικό να εξοικειωθείτε με το περιεχόμενο της μαθησιακής ενότητας.
- 2) Συγχαρητήρια, απαντήσατε σωστά σε όλες τις ερωτήσεις. Η βαθμολογία σας σας επιτρέπει να συμπεράνετε ότι έχετε κατακτήσει την ύλη πολύ καλά.

Μπορείτε τώρα να κατεβάσετε ένα πιστοποιητικό που επιβεβαιώνει την κατάκτηση του γνωστικού αντικειμένου.

Παρόλα αυτά, σας ενθαρρύνουμε να εξετάσετε την επιλογή να διαβάσετε το περιεχόμενο της εν λόγω εκπαιδευτικής ενότητας.

Από την άλλη πλευρά, εάν αισθανέστε ότι είστε ικανοποιημένοι με το επίπεδο των γνώσεων και των δεξιοτήτων σας, σας ενθαρρύνουμε να δώσετε εξετάσεις στην είσοδο της επόμενης εκπαιδευτικής μονάδας.

2) Οδηγίες για το τεστ στο τέλος της κάθε ενότητας

Μόλις ολοκληρώσατε την απόκτηση των γνώσεων και των δεξιοτήτων από τη σπονδυλωτή ενότητα, τώρα είναι η σειρά σας να ελέγξετε το επίπεδο της γνώσης σας. Για το σκοπό αυτό, έχουμε ετοιμάσει ένα τεστ για εσάς.

Στο τεστ χρησιμοποιήθηκαν διαφορετικοί τύποι ερωτήσεων:

- 1) Μια άσκηση τύπου «σωστό-λάθος» στην οποία καλείστε να αξιολογήσετε την ακρίβεια των δεδομένων που σας δίνονται,
- 2) Απλής επιλογής, δηλαδή από τις τρεις επιλογές απαντήσεων πρέπει να υποδείξετε μία σωστή απάντηση.
- 3) Πολλαπλή επιλογή,
- 4) Εργασίες κενών.

Καλή τύχη!

Οδηγίες μετά το τεστ:

Θα υπάρχουν 2 επιλογές απάντησης

- 1) Έχετε απαντήσει σωστά σε λιγότερο από το 80% των ερωτήσεων, οπότε είναι λογικό να εξετάσετε το ενδεχόμενο να επαναλάβετε την παράδοση της εκπαιδευτικής ενότητας ή να ανατρέξετε στο πρόσθετο εκπαιδευτικό υλικό που αναπτύχθηκε από το έργο με τη μορφή πακέτου μάθησης. Στο υλικό αυτό θα βρείτε επίσης πρόσθετες βιβλιογραφικές πηγές με τις οποίες μπορείτε να συμπληρώσετε και να επεκτείνετε τις γνώσεις και τις δεξιότητές σας. Η επιλογή επαφίεται σε εσάς.
- 2) Συγχαρητήρια, απαντήσατε σωστά σε πάνω από το 80% των ερωτήσεων. Η βαθμολογία σας σας επιτρέπει να συμπεράνετε ότι έχετε κατακτήσει πολύ καλά αυτή την ύλη.

Παρόλα αυτά, σας ενθαρρύνουμε να εξετάσετε την επιλογή να διαβάσετε το πρόσθετο εκπαιδευτικό υλικό που αναπτύχθηκε από το έργο με τη μορφή πακέτου μάθησης. Σε αυτό το υλικό θα βρείτε επίσης πρόσθετες βιβλιογραφικές πηγές για να διευρύνετε τις γνώσεις και τις δεξιότητές σας.

Μπορείτε τώρα να κατεβάσετε ένα πιστοποιητικό που επιβεβαιώνει την κατάκτηση του γνωστικού αντικειμένου.

5.1. Ασκήσεις για την ενότητα M1.U1. Αναζήτηση και εξεύρεση εξωτερικών εταιρειών για συνεργασία και προώθηση της επαγγελματικής εκπαίδευσης.

4.1.1. Ανάπτυξη στρατηγικής μάρκετινγκ για μια επαγγελματική σχολή με σκοπό την ανάπτυξη συνεργασίας με επιχειρήσεις.

1. Η χρήση ενός καλού σχεδίου μάρκετινγκ για να πείσετε την εταιρεία να επιλέξει ένα κέντρο κατάρτισης επιτρέπει:
 - a) Καθορισμός του οράματος και της αποστολής του κέντρου κατάρτισης για τη δημοσιοποίηση των πλεονεκτημάτων της πρακτικής άσκησης των σπουδαστών στην εταιρεία και τη δημιουργία σχέσης συνεργασίας μεταξύ των δύο.

- b) Ενημέρωση των επιχειρήσεων για τα οφέλη της επαγγελματικής κατάρτισης.
- c) Ενημέρωση των μελλοντικών σπουδαστών για την εκπαίδευση που προσφέρεται σε αυτό το κέντρο κατάρτισης και επίτευξη μεγαλύτερου αριθμού εγγραφών.

d) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι σωστά.

2. Τι πρέπει να περιέχει το σχέδιο μάρκετινγκ;

- a) Καθορισμός του οράματος και της αποστολής του κέντρου κατάρτισης.
- b) Καθορίστε την εικόνα που θέλετε να μεταδώσετε για το κέντρο κατάρτισης.
- c) Καθορίστε ποια στρατηγική θέλετε να χρησιμοποιήσετε για να επιτύχετε τη συνεργασία με τις εταιρείες.

d) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι σωστά.

3. Οι φάσεις της στρατηγικής διαχείρισης είναι:

- a) Καθορισμός της φιλοσοφίας και της αποστολής της εταιρείας, διατύπωση διαφόρων πιθανών στρατηγικών και επιλογή της καταλληλότερης για την επίτευξη των στόχων που ορίζονται στην αποστολή της εταιρείας και, τέλος, παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας της στρατηγικής στην επίτευξη των στόχων της εταιρείας.
- b) *Καθορισμός της φιλοσοφίας και της αποστολής της εταιρείας ή της επιχειρηματικής μονάδας και καθορισμός βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων για την επίτευξη της αποστολής της εταιρείας.*
- c) *Εξασφάλιση των δραστηριοτήτων που είναι απαραίτητες για την αποτελεσματική υλοποίηση της στρατηγικής και παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας της στρατηγικής στην επίτευξη των στόχων της εταιρείας.*

Σωστή απάντηση: α) Καθορισμός της φιλοσοφίας και της αποστολής της εταιρείας, διατύπωση διαφόρων πιθανών στρατηγικών και επιλογή της καταλληλότερης για την επίτευξη των στόχων που ορίζονται στην αποστολή της εταιρείας και, τέλος, παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας της στρατηγικής στην επίτευξη των στόχων της εταιρείας.

4. Υποδεικνύει ότι πρέπει να ληφθεί υπόψη το μάρκετινγκ:

- a) Ό,τι παράγεται πωλείται.
- b) Πρέπει να πουλήσετε αυτό που αναπτύσσετε.

c) Οι ανάγκες των καταναλωτών πρέπει να είναι γνωστές και να αντιμετωπίζονται.

d) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: γ) Οι ανάγκες του καταναλωτή πρέπει να είναι γνωστές και να αντιμετωπίζονται.

5. Μάρκετινγκ:

- a) Δημιουργεί ανάγκες στο μυαλό του καταναλωτή.
- b) Δεν χρειάζεται να γνωρίζει τις ανάγκες του καταναλωτή.

c) Δεν είναι χρήσιμο όταν υπάρχει ανταγωνισμός στην αγορά.

d) Καμία δεν είναι σωστή.

Σωστή απάντηση: δ) Καμία δεν είναι σωστή.

6. Αναφέρετε ποιες δηλώσεις είναι αληθείς:

a) Ό,τι παράγεται πωλείται.

b) Εάν το προϊόν είναι υψηλής ποιότητας, δεν χρειάζεται να προωθηθεί.

c) Οι ανάγκες των καταναλωτών πρέπει να είναι γνωστές και να αντιμετωπίζονται.

d) Όλα είναι ψευδή

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι ψευδή

7. Η διαφορά μεταξύ μάρκετινγκ και πωλήσεων είναι ότι:

a) Το μάρκετινγκ δεν είναι μια προσθήκη στις πωλήσεις.

b) Οι πωλήσεις δεν βασίζονται σε μακροπρόθεσμες στρατηγικές, ενώ το μάρκετινγκ σε βραχυπρόθεσμες δράσεις.

c) Η πώληση έχει να κάνει με το να κάνει τον πελάτη να θέλει αυτό που παράγει η εταιρεία- το μάρκετινγκ έχει να κάνει την εταιρεία να παράγει αυτό που θέλει ο πελάτης.

Σωστή απάντηση: γ) Η πώληση έχει να κάνει με το να κάνει τον πελάτη να θέλει αυτό που παράγει η εταιρεία- το μάρκετινγκ έχει να κάνει την εταιρεία να παράγει αυτό που θέλει ο πελάτης.

8. Ποια από αυτές τις δηλώσεις είναι αληθείς;

a) Το μάρκετινγκ είναι ένας τρόπος σύλληψης της σχέσης ανταλλαγής μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών.

b) Το μάρκετινγκ είναι ένα σύνολο τεχνικών για την εκτέλεση της σχέσης μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών με διάφορους τρόπους.

c) Όλα είναι ψευδή.

d) Το μάρκετινγκ βασίζεται σε τρία βασικά σημεία: προϊόν, διανομή και προώθηση.

Σωστή απάντηση: γ) Όλα είναι ψευδή.

9. Σε ποιες δραστηριότητες μπορεί να εφαρμοστεί το μάρκετινγκ;

a) Μάρκετινγκ καταναλωτικών αγαθών.

b) Παροχή υπηρεσιών.

c) Συνδικαλιστικές δραστηριότητες.

d) Όλα είναι αληθινά.

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι αληθή.

10. Σε ποιες δραστηριότητες δεν μπορεί να εφαρμοστεί το μάρκετινγκ;

a) Μάρκετινγκ καταναλωτικών αγαθών.

b) Παροχή υπηρεσιών.

c) Συνδικαλιστικές δραστηριότητες.

d) Σε εκείνες όπου δεν υπάρχει ανταλλαγή αξίας μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών.

Σωστή απάντηση: δ) Σε εκείνες όπου δεν υπάρχει ανταλλαγή αξίας μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών.

11. Μάρκετινγκ:

a) Δημιουργεί ανάγκες.

b) Εντοπίζει, δημιουργεί ή αναπτύσσει τη ζήτηση.

c) Δεν χρειάζεται να γνωρίζει τις ανάγκες του καταναλωτή.

d) Είναι χρήσιμο όταν δεν υπάρχει ανταγωνισμός στην αγορά.

Σωστή απάντηση: β) Προσδιορίζει, δημιουργεί ή αναπτύσσει τη ζήτηση.

12. Ποιος είναι ο όρος του μάρκετινγκ για τα μονοπάτια μέσω των οποίων τα προϊόντα ταξιδεύουν από τον κατασκευαστή στον τελικό καταναλωτή;

a) Ενδιάμεσοι δίαυλοι.

b) Κανάλια διανομής.

c) Κριτήρια προσέγγισης.

d) Σημεία πώλησης.

Σωστή απάντηση: β) Κανάλια διανομής.

13. Πώς νοείται η προώθηση στο πλαίσιο του μάρκετινγκ;

a) Αποσκοπεί στη βελτίωση της εικόνας του εμπορικού σήματος.

b) Στόχος του είναι να κάνει τη διαφήμιση πιο ισχυρή.

c) Επιδιώκει το συντονισμό και την ενίσχυση όλων των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ που πραγματοποιούνται.

Σωστή απάντηση: γ) Επιδιώκει το συντονισμό και την ενίσχυση όλων των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ που αναλαμβάνονται.

14. Ενέργειες μάρκετινγκ που απευθύνονται στους καταναλωτές:

a) Αύξηση των πωλήσεων προϊόντων.

b) Δεν αυξάνουν πάντα τις πωλήσεις των προϊόντων.

c) Δεν χαίρουν μεγάλης εκτίμησης από τους καταναλωτές.

d) Δεν επηρεάζουν τις αποφάσεις αγοράς.

Σωστή απάντηση: α) Αυξάνουν τις πωλήσεις του προϊόντος.

15. Ποιο από τα ακόλουθα δεν είναι απαραίτητο κατά τον σχεδιασμό μιας εκστρατείας μάρκετινγκ;

a) Καθορίστε τον στόχο που θα προωθηθεί.

b) Μελετήστε τις διαφημιστικές εκστρατείες που έχουν διεξαχθεί στο παρελθόν από τους ανταγωνιστές.

c) Διαθέστε έναν προϋπολογισμό για την εκστρατεία.

Σωστή απάντηση: β) Μελέτη προηγούμενων διαφημιστικών εκστρατειών που πραγματοποιήθηκαν από τους ανταγωνιστές.

16. Μια εταιρεία θέλει να δημιουργήσει ρευστότητα σε τρεις μήνες, επειδή πρέπει να πραγματοποιήσει κάποιες πληρωμές που δεν επιδέχονται αναβολή και δεν έχει διαθέσιμα μετρητά. Για να λύσει το πρόβλημά της:

- a) Δεν μπορεί να κάνει τίποτα από άποψη μάρκετινγκ.
- b) Μπορείτε μόνο να πάτε σε μια τράπεζα και να πάρετε δάνειο.
- c) Λύστε το πρόβλημά σας με μια διαφημιστική καμπάνια.

d) Μπορείτε να πραγματοποιήσετε μια προώθηση πωλήσεων για το προϊόν σας, με τη βεβαιότητα ότι θα δημιουργήσει γρήγορα αυξημένες πωλήσεις και μετρητά.

Σωστή απάντηση: δ) Μπορείτε να πραγματοποιήσετε μια προώθηση πωλήσεων για το προϊόν σας, με τη βεβαιότητα ότι θα δημιουργήσει γρήγορα αυξημένες πωλήσεις και μετρητά.

17. Ποια δήλωση είναι αληθής από άποψη μάρκετινγκ;

- a) Οι στόχοι μπορούν να επιτευχθούν μόνο με έναν τρόπο.
- b) Ο ιδιοκτήτης της εταιρείας θα πρέπει πάντα να είναι υπεύθυνος για την ανάπτυξη στρατηγικών.

c) Οι στόχοι μπορούν να επιτευχθούν με διαφορετικούς τρόπους, δηλαδή με τη χρήση διαφορετικών στρατηγικών.

- d) Το τμήμα μάρκετινγκ δεν είναι υπεύθυνο για τον καθορισμό των στρατηγικών.

Σωστή απάντηση: γ) Οι στόχοι μπορούν να επιτευχθούν με διαφορετικούς τρόπους, δηλαδή με τη χρήση διαφορετικών στρατηγικών.

18. Οι στρατηγικές είναι:

- a) Οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν με τη μεταβλητή τιμή.

b) Ένα συντονισμένο σύνολο ενεργειών με μεταβλητές μάρκετινγκ για την παρακολούθηση των στόχων της εταιρείας.

- a) Αυτά είναι τα στοιχεία ελέγχου που θα ενημερώνουν την εταιρεία σχετικά με την επίτευξη των στόχων.
- b) Τίποτα από τα παραπάνω.

Σωστή απάντηση: β) Ένα συντονισμένο σύνολο ενεργειών με μεταβλητές μάρκετινγκ για να ακολουθηθούν οι στόχοι της επιχείρησης.

19. Οι προβλέψεις ενός σχεδίου μάρκετινγκ είναι:

- a) Μελέτες ανταγωνισμού.

b) Ένα σύνολο στοιχείων για την επαλήθευση της συμμόρφωσης με το σχέδιο.

- c) Οι κύριοι στόχοι της αποστολής.
- d) Πιθανές απόψεις για τις οποίες η εταιρεία μπορεί να αποφασίσει.

Σωστή απάντηση: β) Ένα σύνολο στοιχείων για την επαλήθευση της συμμόρφωσης με το σχέδιο.

20. Υποδεικνύει ποιες εργασίες δεν πρέπει να προγραμματιστούν σε μια εκστρατεία μάρκετινγκ:

a) Αναλύστε τα δυνατά και αδύνατα σημεία της εταιρείας.

b) Γνωρίστε την πελατειακή βάση της εταιρείας.

c) Ελέγξτε τη δυνατότητα δανεισμού της εταιρείας.

d) Ανάπτυξη του μείγματος μάρκετινγκ για την εταιρεία.

Σωστή απάντηση: β) Γνωρίστε την πελατειακή βάση της εταιρείας.

21. Σχέδια μάρκετινγκ:

a) Καθοδηγούν την εταιρεία στην επίτευξη των στόχων της.

b) Θα πρέπει να ανατίθενται σε εξειδικευμένη εταιρεία με γνώση της αγοράς.

c) Είναι άχρηστοι.

d) Στόχος τους είναι να αναφέρουν την εξέλιξη των πωλήσεων κατά τη διάρκεια μιας δεδομένης χρονικής περιόδου.

Σωστή απάντηση: α) Καθοδηγούν την εταιρεία στην επίτευξη των στόχων της.

22. Η έννοια του σχεδιασμού στο μάρκετινγκ αναφέρεται σε:

a) Ανάλυση του τελευταίου οικονομικού έτους της εταιρείας.

b) Ένα έργο για το μέλλον.

c) Σχέδιο για την εξέλιξη της αγοράς ορισμένων προϊόντων.

d) Κατάλογος των κύριων χαρακτηριστικών που παρατηρούνται στην εταιρεία.

Σωστή απάντηση: β) Ένα έργο για το μέλλον.

23. Ποιος είναι ο κύριος στόχος του μάρκετινγκ;

a) Μεγιστοποίηση της βραχυπρόθεσμης κερδοφορίας.

b) Ικανοποίηση των αναγκών των πελατών και δημιουργία αξίας.

c) Μείωση του ανταγωνισμού.

Σωστή απάντηση: β) Ικανοποίηση των αναγκών των πελατών και δημιουργία αξίας.

24. Τι είναι η τμηματοποίηση της αγοράς στο μάρκετινγκ;

a) Η διαίρεση μιας εταιρείας σε διάφορα τμήματα.

b) Η στρατηγική μάρκετινγκ που στοχεύει σε μια ενιαία αγορά.

c) Η υποδιαίρεση της αγοράς σε ομοιογενείς ομάδες πελατών.

d) Η εξάλειψη του ανταγωνισμού στην αγορά.

Σωστή απάντηση: γ) Η υποδιαίρεση της αγοράς σε ομοιογενείς ομάδες πελατών.

25. Τι είναι η τοποθέτηση στο μάρκετινγκ;

a) Η φυσική θέση ενός προϊόντος σε ένα κατάστημα.

b) Η εικόνα και η αντίληψη που έχει ένα προϊόν στο μυαλό των καταναλωτών.

c) Το τελικό στάδιο ενός σχεδίου μάρκετινγκ.

Σωστή απάντηση: β) Η εικόνα και η αντίληψη που έχει ένα προϊόν στο μυαλό των καταναλωτών.

26. Ποιο από τα ακόλουθα αποτελεί στρατηγική μάρκετινγκ εξειδικευμένης αγοράς;

a) Στοχεύστε σε μια ευρεία και ποικιλόμορφη αγορά.

b) Στοχεύστε σε ένα μικρό και συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς.

c) Αγνοήστε εντελώς την αγορά.

d) Ανταγωνισμός με χαμηλές τιμές σε όλα τα τμήματα της αγοράς.

Σωστή απάντηση: β) Στοχεύστε σε ένα μικρό και συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς.

27. Τι σημαίνει ROI στο μάρκετινγκ;

a) Απόδοση της επένδυσης.

b) Αναλογία βελτιστοποίησης εσόδων.

c) Σχέσεις με άλλους ανταγωνιστές στην αγορά.

Σωστή απάντηση: α) Απόδοση της επένδυσης.

28. Ποιος είναι ο κύριος στόχος μιας στρατηγικής μάρκετινγκ;

a) Αύξηση της τιμής των προϊόντων.

b) Δημιουργήστε ελκυστικό και πολύτιμο περιεχόμενο για να προσελκύσετε και να διατηρήσετε πελάτες.

c) Μείωση των επενδύσεων σε διαφήμιση.

d) Προώθηση ανταγωνιστικών προϊόντων.

Σωστή απάντηση: β) Δημιουργήστε ελκυστικό και πολύτιμο περιεχόμενο για να προσελκύσετε και να διατηρήσετε πελάτες.

29. Τι είναι η ανάλυση Δυνατών Σημείων, Αδυναμιών, Ευκαιριών, Απειλών στο μάρκετινγκ;

a) Μια τεχνική για τον προσδιορισμό της βέλτιστης τιμής ενός προϊόντος.

b) Ένα μοντέλο για την αξιολόγηση του ανταγωνισμού στην αγορά.

c) Μια προσέγγιση για τον εντοπισμό εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν μια εταιρεία.

d) Μέθοδος μέτρησης της απόδοσης των διαφημιστικών επενδύσεων.

Σωστή απάντηση: γ) Μια προσέγγιση για τον εντοπισμό των εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων που επηρεάζουν μια επιχείρηση.

30. Τι είναι το guerrilla marketing;

a) Μια επιθετική στρατηγική μάρκετινγκ που απευθύνεται σε μεγάλες εταιρείες.

b) Η χρήση στρατιωτικών τακτικών στη διαφήμιση.

c) Μια δημιουργική και οικονομικά αποδοτική στρατηγική μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί αντισυμβατικές προσεγγίσεις.

d) Προώθηση της παγκόσμιας ειρήνης μέσω της διαφήμισης.

Σωστή απάντηση: γ) Μια δημιουργική και οικονομικά αποδοτική στρατηγική μάρκετινγκ που χρησιμοποιεί αντισυμβατικές προσεγγίσεις.

31. Ποιος είναι ο κύριος στόχος της έρευνας αγοράς στο μάρκετινγκ;

- a) Δημιουργήστε άμεσες πωλήσεις.
- b) Λήψη δημογραφικών στοιχείων των εργαζομένων.

c) Κατανόηση των πελατών και της αγοράς σε βάθος.

- d) Αξιολόγηση της κερδοφορίας ενός προϊόντος.

Σωστή απάντηση: γ) Κατανόηση των πελατών και της αγοράς σε βάθος.

32. Τι σημαίνει «στόχευση» στο μάρκετινγκ;

- a) Επίτευξη του στόχου πωλήσεων.

b) Προσδιορίστε το κοινό-στόχο μιας εκστρατείας μάρκετινγκ.

- c) Μείωση των τιμών για την προσέλκυση περισσότερων πελατών.

Σωστή απάντηση: β) Προσδιορισμός του κοινού-στόχου μιας εκστρατείας μάρκετινγκ.

33. Τι είναι το branding στο μάρκετινγκ;

- a) Η διαδικασία δημιουργίας ενός λογότυπου για μια εταιρεία.
- b) Η στρατηγική μείωσης του κόστους μιας εταιρείας.

c) Χτίσιμο και διαχείριση ενός εμπορικού σήματος και της εικόνας του.

- d) Τμηματοποίηση της αγοράς σε μικρότερες ομάδες.

Σωστή απάντηση: γ) Χτίσιμο και διαχείριση μιας μάρκας και της εικόνας της.

34. Ποιο από αυτά δεν είναι ένα ψηφιακό κανάλι μάρκετινγκ;

- a) Κοινωνική δικτύωση.

b) Ταχυδρομείο.

- c) Μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- d) Διαδικτυακή διαφήμιση.

Σωστή απάντηση: β) Ταχυδρομείο.

35. Τι είναι η «τοποθέτηση στην αγορά» στο μάρκετινγκ;

- a) Η χαμηλότερη τιμή στην αγορά.
- b) Η γεωγραφική θέση μιας εταιρείας.

c) Η εικόνα και η αντίληψη που έχουν οι καταναλωτές για μια μάρκα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

- d) Επενδύσεις σε έντυπη διαφήμιση.

Σωστή απάντηση: γ) Η εικόνα και η αντίληψη που έχουν οι καταναλωτές για μια μάρκα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

36. Τι είναι το μάρκετινγκ περιεχομένου;

- a) Παραδοσιακή έντυπη διαφήμιση.

b) Δημιουργία πολύτιμου και σχετικού περιεχομένου για την προσέλκυση και τη διατήρηση του κοινού.

- c) Η στρατηγική τιμολόγησης μιας εταιρείας.
- d) Η προώθηση προϊόντων μέσω διασημοτήτων.

Σωστή απάντηση: β) Δημιουργία πολύτιμου και σχετικού περιεχομένου για την προσέλκυση και τη διατήρηση του κοινού.

37. Ποιος είναι ο σκοπός της ελκυστικής συσκευασίας στο μάρκετινγκ;

- a) Μείωση του κόστους παραγωγής.
- b) Κάντε τα προϊόντα πιο δυσεύρετα.

c) Αύξηση της αντιλαμβανόμενης αξίας και ελκυστικότητας του προϊόντος.

- d) Αποφύγετε την ανάγκη για διαφήμιση.

Σωστή απάντηση: γ) Για να αυξηθεί η αντιληπτή αξία και η ελκυστικότητα του προϊόντος.

38. Τι θεωρείτε σημαντικό στο ψηφιακό μάρκετινγκ;

- a) Τιμή των προϊόντων.

b) Απόδοση της επένδυσης.

- c) Αριθμός εργαζομένων στην εταιρεία.
- d) Ποσότητα χαρτιού που χρησιμοποιείται στο γραφείο.

Σωστή απάντηση: β) Απόδοση της επένδυσης.

39. Ποια δήλωση είναι σωστή Ποιος είναι ο κύριος στόχος του μάρκετινγκ;

- e) Μεγιστοποίηση της μακροπρόθεσμης κερδοφορίας.
- f) Για την κάλυψη των αναγκών του κατασκευαστή.
- g) Μείωση του ανταγωνισμού.

h) Όλα είναι ψευδή.

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι λανθασμένα.

40. Υποδείξτε τη λανθασμένη πρόταση:

- a) Το μάρκετινγκ δημιουργεί ανάγκες.
- b) Εντοπίζει, δημιουργεί ή αναπτύσσει τη ζήτηση.

c) Δεν χρειάζεται να γνωρίζει τις ανάγκες του καταναλωτή.

Σωστή απάντηση: γ) Δεν χρειάζεται να γνωρίζει τις ανάγκες του καταναλωτή.

5.1.2. Προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των κέντρων κατάρτισης και των επιχειρήσεων μέσω των κοινωνικών δικτύων.

41. Ποιος είναι ο κύριος στόχος μιας στρατηγικής μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

- a) Αύξηση του λειτουργικού κόστους.
- b) Αποκτήστε όσο το δυνατόν περισσότερους οπαδούς.

c) Οικοδόμηση σχέσεων με τους πελάτες.

d) Μείωση των τιμών των προϊόντων.

Σωστή απάντηση: γ) Οικοδόμηση σχέσεων με τους πελάτες.

42. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της κοινωνικής δικτύωσης;

- a) Όλοι έχουν πρόσβαση, έχουν τη δυνατότητα να αλληλεπιδρούν με άλλους ανθρώπους χωρίς να χρειάζεται να τους γνωρίζουν.
- b) Απώλεια της ιδιωτικής ζωής.
- c) Έλλειψη ασφάλειας.

d) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι σωστά.

43. Τι είναι το X (Twitter);

a) Είναι το δίκτυο στο οποίο μπορείτε να πείτε τι συμβαίνει αυτή τη στιγμή.

- b) Είναι το πιο διαδεδομένο κοινωνικό δίκτυο, καθώς επιτρέπει την ανταλλαγή φωτογραφιών και μηνυμάτων.
- c) Είναι το πιο δημοφιλές επειδή σας επιτρέπει να ανεβάζετε βίντεο.

Σωστή απάντηση: α) Είναι το δίκτυο στο οποίο μπορείτε να πείτε τι συμβαίνει αυτή τη στιγμή.

44. Τι είναι ένα διαδικτυακό δίκτυο;

- a) Πρόκειται για το σύστημα που αναπτύσσεται με ηλεκτρονικές συσκευές.
- b) Είναι αυτή που αναπτύσσουν χωρίς την ανάγκη ηλεκτρονικών συσκευών.
- c) **Είναι αυτή που μπορείτε να αναπτύξετε με και χωρίς ηλεκτρονική συσκευή και μπορείτε να κοινωνικοποιηθείτε με περισσότερους ανθρώπους.**

Σωστή απάντηση: γ) Είναι αυτά που μπορείτε να αναπτύξετε με και χωρίς ηλεκτρονική συσκευή και μπορείτε να κοινωνικοποιηθείτε με περισσότερους ανθρώπους.

45. Τι είναι ένα offline δίκτυο;

a) Πρόκειται για το σύστημα που αναπτύσσεται με ηλεκτρονικές συσκευές.

- b) Είναι αυτή που αναπτύσσουν χωρίς την ανάγκη ηλεκτρονικών συσκευών.
- c) Είναι αυτή που μπορείτε να αναπτύξετε με και χωρίς ηλεκτρονική συσκευή και μπορείτε να κοινωνικοποιηθείτε με περισσότερους ανθρώπους.

Σωστή απάντηση: α) Πρόκειται για το σύστημα που αναπτύσσεται με ηλεκτρονικές συσκευές.

46. Τι είναι τα κοινωνικά δίκτυα;

- d) Αναλογικά και ψηφιακά.
- e) Warner Bros. και Disney.

f) Facebook και Twitter (X).

Σωστή απάντηση: γ) Facebook και Twitter (X).

47. Τι είναι ένα κοινωνικό δίκτυο;

- a) Μια ιστοσελίδα.

b) Πρόκειται για κοινωνικές δομές που αποτελούνται από ομάδες ανθρώπων, οι οποίες συνδέονται με ένα ή περισσότερα είδη σχέσεων, όπως η φιλία.

c) Ένα δίκτυο που σας επιτρέπει να επικοινωνείτε με φίλους που δεν βλέπετε πλέον.

Σωστή απάντηση: β) Πρόκειται για κοινωνικές δομές που αποτελούνται από ομάδες ανθρώπων, οι οποίες συνδέονται με ένα ή περισσότερα είδη σχέσεων, όπως η φιλία.

48. Τι είναι το Facebook (Meta);

a) Πρόκειται για ένα φόρουμ όπου οι άνθρωποι μπορούν να πουν τη γνώμη τους.

b) Είναι το πιο διαδεδομένο κοινωνικό δίκτυο, καθώς επιτρέπει την ανταλλαγή φωτογραφιών και μηνυμάτων.

c) Είναι το δίκτυο στο οποίο μπορείτε να πείτε τι συμβαίνει επί τόπου.

Σωστή απάντηση: β) Είναι το πιο διαδεδομένο κοινωνικό δίκτυο επειδή επιτρέπει την ανταλλαγή φωτογραφιών και μηνυμάτων.

49. Τι είναι το Youtube;

a) Είναι ένα φόρουμ.

b) Είναι το πιο διαδεδομένο δίκτυο, καθώς επιτρέπει την κοινή χρήση βίντεο.

c) Ήταν η πιο χρησιμοποιούμενη εποχή μέχρι να εμφανιστεί το Facebook (Meta).

Σωστή απάντηση: β) Είναι το πιο διαδεδομένο δίκτυο, καθώς επιτρέπει τον διαμοιρασμό βίντεο.

50. Τι είναι το Blogger;

a) Είναι ένα φόρουμ.

b) Είναι ένα κοινωνικό δίκτυο που σας επιτρέπει να δημιουργήσετε και να δημοσιεύσετε ένα διαδικτυακό ιστολόγιο.

c) Είναι ένα ιστολόγιο.

Σωστή απάντηση: β) Είναι ένα κοινωνικό δίκτυο που σας επιτρέπει να δημιουργήσετε και να δημοσιεύσετε ένα διαδικτυακό ιστολόγιο.

51. Σημειώστε τη λάθος απάντηση. Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν μεταμορφώσει το μοντέλο της επικοινωνίας, της αναζήτησης πληροφοριών. Το επαγγελματικό προφίλ που είναι υπεύθυνο για αυτές τις επικοινωνίες και την ανάπτυξη ονομάζεται:

a) Διαχειριστής κοινότητας.

b) Σχεδιαστής μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

c) Στέκια.

Σωστή απάντηση: γ) Στέκια.

52. Σημειώστε τη λανθασμένη απάντηση. Οι συνήθεις κοινωνικές πρακτικές στα κοινωνικά δίκτυα είναι:

a) Μοιραστείτε περιεχόμενο όπως φωτογραφίες, βίντεο, κείμενο, μουσική και ειδήσεις.

b) Δημοσιεύστε εκδηλώσεις για να ανακοινώσετε εκδηλώσεις στο δίκτυό σας.

c) Δημιουργήστε αποκλειστικές ομάδες για ορισμένες επαφές.

d) Αποστολή κρυπτογραφημένων μηνυμάτων.

Σωστή απάντηση: δ) Αποστολή κρυπτογραφημένων μηνυμάτων.

53. Στη γλώσσα των κοινωνικών δικτύων μπορούμε να βρούμε λέξεις όπως:

- a) Εικονική κοινότητα.
- b) Tweet.
- c) Μου αρέσει.

d) Όλα είναι αληθινά.

Σωστή απάντηση: δ) Αποστολή κρυπτογραφημένων μηνυμάτων.

54. Είναι τα κοινωνικά δίκτυα ένα παγκόσμιο φαινόμενο;

a) Αλήθεια.

- b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

55. Είναι ένα κοινωνικό δίκτυο μια κοινωνική δομή που αποτελείται από άτομα ή οντότητες που συνδέονται μεταξύ τους με ένα κοινό είδος σχέσης ή ενδιαφέροντος;

a) Αλήθεια.

- b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

56. Έχουν τα κοινωνικά δίκτυα στο διαδίκτυο σημαντική θέση στον τομέα των επιχειρήσεων και των προσωπικών σχέσεων;

a) Αλήθεια.

- b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

57. Με την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι πιο δύσκολο να επικοινωνήσετε με οποιονδήποτε;

- a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

58. Τι χρησιμεύουν τα κοινωνικά δίκτυα στην επαγγελματική ζωή;

- a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

59. Ποιοι δείκτες δεν χρησιμοποιούνται στο δίκτυο X (TWITTER);

a) Αριθμός σχολίων.

- b) Αριθμός tweets.

- c) Αριθμός likes.

Σωστή απάντηση: α) Αριθμός σχολίων.

60. Ποιες στρατηγικές επιτρέπει το δίκτυο Instagram;

- a) Διεξαγωγή ερευνών.
- b) Ξεκινήστε νέα προϊόντα.
- c) Ανάπτυξη καταλόγων υπηρεσιών και προϊόντων.

Σωστή απάντηση: α) Διεξαγωγή ερευνών.

61. Σημειώστε τη λανθασμένη απάντηση. Η επίτευξη των στόχων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απαιτεί:

- a) Χρόνος, επιμονή.
- b) Χρόνος, επιμονή και έγκαιρη δράση.
- c) Χρόνος και έγκαιρες ενέργειες.

Σωστή απάντηση: γ) Χρόνος και έγκαιρες ενέργειες.

62. Ποιες ενέργειες πρέπει να κάνουμε για να επιτύχουμε τους στόχους μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

- a) Δημιουργία επαφών.
- b) Δημιουργία αφοσίωσης των πελατών στην επωνυμία μας.
- c) Δημιουργήστε περιεχόμενο αξίας που δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών.

Σωστή απάντηση: γ) Δημιουργία περιεχομένου αξίας που δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών.

63. Ποιες συστάσεις πρέπει να ακολουθήσουμε εάν χρησιμοποιούμε το κοινωνικό δίκτυο Instagram;

- a) Γράψτε ή δημοσιεύστε αναρτήσεις σε καθημερινή ή τουλάχιστον τακτική βάση.
- b) Όλα είναι σωστά.
- c) Ο τοίχος ΔΕΝ πρέπει να γεμίζει με μηνύματα σε σύντομο χρονικό διάστημα ή να δίνει την εικόνα ενός εγκαταλελειμμένου προφίλ.

Σωστή απάντηση: β) Όλα είναι σωστά.

64. Τι χρησιμεύουν τα κοινωνικά δίκτυα στην επαγγελματική, προσωπική και εκπαιδευτική μας ζωή;

- a) Σας επιτρέπουν να ενημερώνεστε για διάφορα θέματα και καταστάσεις που συμβαίνουν σε πραγματικό χρόνο, συμπεριλαμβανομένων φωτογραφιών και βίντεο. Και είναι εύκολο να τα μοιραστείτε με άλλους.
- b) Σας επιτρέπουν να συναντάτε εικονικούς φίλους και να ανταλλάσσετε πληροφορίες.
- c) Πολλές εταιρείες διαθέτουν προφίλ όπου διαφημίζουν ευκαιρίες απασχόλησης.
- d) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι σωστά.

65. Πλεονεκτήματα της χρήσης των κοινωνικών δικτύων.

- a) Μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο στον εκπαιδευτικό τομέα όσο και στο χώρο εργασίας.

- b) Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιούν τα δίκτυα για να επικοινωνούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν.
- c) Ενθαρρύνει τη συμμετοχή και τη συνεργατική εργασία μεταξύ ανθρώπων και εταιρειών.
- d) Όλα είναι σωστά.**

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι σωστά.

66. Μειονεκτήματα της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

- a) Κάθε άγνωστο ή επικίνδυνο άτομο μπορεί να έχει πρόσβαση σε προσωπικές και εταιρικές πληροφορίες.
- b) Σας εμποδίζει να συναντήσετε ανθρώπους γύρω σας και μπορεί να σας απομονώσει από άλλους ανθρώπους.
- c) Όλα είναι σωστά.**

Σωστή απάντηση: γ) Όλα είναι σωστά

67. Επαγγελματικά κοινωνικά δίκτυα.

- a) Αφιερωμένο αποκλειστικά στον τομέα της απασχόλησης. Συνδέουν ανθρώπους και εταιρείες που προσφέρουν θέσεις εργασίας, δημιουργία ερευνητικών ομάδων...**
- b) Δεν επικεντρώνονται αποκλειστικά στο χώρο εργασίας.

Σωστή απάντηση: α) Αφιερωμένη αποκλειστικά στην απασχόληση. Συνδέουν ανθρώπους και εταιρείες που προσφέρουν θέσεις εργασίας, δημιουργούν ερευνητικές ομάδες...

68. Το να μοιράζεστε στιγμές και αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι διασκεδαστικό. Ωστόσο, πρέπει να είμαστε προσεκτικοί σχετικά με το τι μοιραζόμαστε, προωθούμε ή πού έχουμε πρόσβαση.

- a) Προώθηση μιας αλυσίδας μηνυμάτων με σύνδεσμο σε μια είδηση που δεν έχω ελέγξει με επίσημες πηγές.
- b) Ανέβασμα φωτογραφίας του λογαριασμού ρεύματος λόγω σφάλματος στο λογαριασμό.
- c) Ανεβάστε μια φωτογραφία των τελευταίων τραπεζικών μου συναλλαγών για να ζητήσω βοήθεια με άγνωστες χρεώσεις.
- d) Καμία από τις παραπάνω ενέργειες δεν πρέπει να γίνει, καθώς οι εγκληματίες του κυβερνοχώρου μπορούν να υποκλέψουν τα δεδομένα σας και ενδέχεται να αντιμετωπίσετε προβλήματα κυβερνοασφάλειας.**

Σωστή απάντηση: δ) Καμία από τις παραπάνω ενέργειες δεν πρέπει να ληφθεί, καθώς οι εγκληματίες του κυβερνοχώρου μπορούν να υποκλέψουν τα δεδομένα μας και να έχουν προβλήματα κυβερνοασφάλειας.

69. Όταν μοιραζόμαστε τις πληροφορίες μας σε ένα κοινωνικό δίκτυο, ΟΠΟΙΟΣΔΗΠΟΤΕ μπορεί να τις δει. Αυτό υποδεικνύει τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν:

- a) Ανοίξτε τους ιστότοπους για να τους δει ο καθένας.
- b) Δίνοντας προσωπικές πληροφορίες.
- c) Ανεβάστε φωτογραφίες, δικές σας ή άλλων, που απεικονίζουν προσωπικές καταστάσεις.
- d) Να κάνουν φίλους με ανθρώπους που δεν γνωρίζουν.

e) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: ε) Όλα είναι σωστά.

70. Τι μπορούμε να κάνουμε για τους κινδύνους στα κοινωνικά δίκτυα;

- a) Ταξινόμηση επαφών σε ΟΜΑΔΕΣ: Μπορούμε να τις διαχωρίσουμε ανά οικογένεια, φίλους, σχολείο κ.λπ. Έτσι, όταν σχηματίζονται οι ομάδες, μπορούμε να αποφασίσουμε ποια δημοσίευση μπορούν να δουν.
- b) Αποφασίστε τι επιτρέπεται να φαίνεται. Μπορούμε να ρυθμίσουμε ποιο μέρος της πύλης μας είναι ορατό και ποιος μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτό.
- c) Διεύθυνση και αριθμός τηλεφώνου: Είναι προτιμότερο να μην το ανεβάσουμε ποτέ, αλλά αν αποφασίσουμε να το κάνουμε, ρυθμίστε τον ιστότοπο έτσι ώστε να μπορούν να το δουν μόνο τα άτομα που αποφασίζουμε.
- d) Μην επιτρέπετε πάντα την πρόσβαση: Μερικές φορές είναι βολικό να ρυθμίζετε τη σελίδα σας έτσι ώστε να τη βλέπουν μόνο οι φίλοι ή τα μέλη της οικογένειας, ώστε να μην μπορούν να σας βρουν οι ξένοι.

e) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: ε) Όλα είναι σωστά.

71. Το κακόβουλο λογισμικό είναι η συντομογραφία του όρου «κακόβουλο λογισμικό», ο οποίος περιλαμβάνει όλους τους τύπους κακόβουλου λογισμικού ή κώδικα υπολογιστή που έχουν ως σκοπό να βλάψουν ένα σύστημα ή να προκαλέσουν δυσλειτουργία. Σε αυτή την ομάδα μπορούμε να βρούμε όρους όπως: Ιοί, Adware, Trojans, κ.λπ.

a) Αλήθεια.

- b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

72. Τα ανεπιθύμητα μηνύματα είναι ανεπιθύμητα, ανεπιθύμητα ή μηνύματα από άγνωστους αποστολείς που είναι εξαιρετικά ενοχλητικά.

a) Αλήθεια.

- b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

73. Οι κύριες οδοί μόλυνσης για τους υπολογιστές και τα tablet είναι η πρόσβαση σε:

- a) Κοινωνική δικτύωση και δόλιοι ιστότοποι.
- b) Δωρεάν» προγράμματα (αλλά με δωρεάν δώρα)
- c) Μολυσμένες συσκευές USB/CD/DVD.
- d) Προηγούμενως μολυσμένες νόμιμες ιστοσελίδες.
- e) Συνημμένα αρχεία σε ανεπιθύμητη αλληλογραφία (Spam).

f) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: στ) Όλα είναι σωστά.

74. Πώς μπορούμε να προστατευτούμε από το κακόβουλο λογισμικό;

- a) Ένα ενημερωμένο Antivirus.
- b) Κοινή λογική.
- c) Όλα είναι πάντα ενημερωμένα.

d) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: ζ) Όλα είναι σωστά.

75. Το «ψάρεμα» συνίσταται στην αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων τα οποία, προσποιούμενα ότι προέρχονται από αξιόπιστες πηγές (π.χ. τράπεζες), προσπαθούν να αποκτήσουν εμπιστευτικά δεδομένα χρηστών, τα οποία στη συνέχεια χρησιμοποιούνται για την πραγματοποίηση κάποιου είδους απάτης. Για να γίνει αυτό, συνήθως περιλαμβάνουν έναν σύνδεσμο που, όταν τον πατήσετε, οδηγεί σε ψεύτικους ιστότοπους. Με αυτόν τον τρόπο, ο χρήστης, πιστεύοντας ότι βρίσκεται σε έναν αξιόπιστο ιστότοπο, εισάγει τις ζητούμενες πληροφορίες, οι οποίες στην πραγματικότητα καταλήγουν στα χέρια του απατεώνα.

a) Αλήθεια.

- b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

76. Τι θέλουμε να επιτύχουμε μέσω της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;

- a) Να έχουμε την παρουσία της μάρκας μας με το καλύτερο δυνατό κόστος.
- b) Ιογένεια.
- c) Χρησιμοποιήστε αυτά τα νέα εργαλεία και κανάλια.

d) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι σωστά.

77. τα κοινωνικά δίκτυα δημιουργούνται από τους χρήστες μέσω των διαφόρων επιλογών που είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο.

a) Λάθος.

- b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: α) Λάθος.

78. Τα κοινωνικά δίκτυα δημιουργούν νέες μορφές επικοινωνίας και νέες χρήσεις λέξεων, οι οποίες δεν χρησιμοποιούνται συνήθως στον τρόπο επικοινωνίας των ανθρώπων.

a) Αλήθεια.

- b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

2.1.3. Προσέλκυση επιχειρήσεων και των διοικήσεών τους για συνεργασία στην ανάπτυξη της επαγγελματικής κατάρτισης.

79. Ποια δομή πρέπει να έχει μια ανάρτηση;

a) Επικεφαλίδα. Απόσπασμα. Σώμα του κειμένου. Συμπέρασμα και κλείσιμο.

- b) Σώμα του κειμένου. Συμπέρασμα και κλείσιμο.
- c) Σώμα του κειμένου. Επικεφαλίδα. Συμπέρασμα και κλείσιμο.

Σωστή απάντηση: α) Επικεφαλίδα. Απόσπασμα. Σώμα του κειμένου. Συμπέρασμα και κλείσιμο.

80. Επικεφαλίδα: Είναι και πρέπει να είναι το πρώτο αγκίστρι της ανάρτησής σας, είναι σαν την πρώτη εντύπωση, είναι το πρώτο πράγμα που βλέπουμε, πρέπει να είναι πολύ καλά μελετημένη και να είναι δημιουργική, ικανή να προσελκύσει την προσοχή καθώς και να εκπληρώσει τις προσδοκίες.

- a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

81. Απόσπασμα ή περίληψη. Θα πρέπει να είναι περίπου τρεις γραμμές. Θα πρέπει να είναι πολύ ελκυστικό και να δημιουργεί μια αίσθηση ανυπομονησίας για τη συνέχεια.

- a) Σωστό.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

82. Συμπέρασμα και κλείσιμο. Αυτό είναι ένα πολύ σημαντικό μέρος και πρέπει να διευθετεί όλα όσα έχουν ειπωθεί μέχρι στιγμής και να αφήνει στον αναγνώστη μια καλή γεύση στο στόμα του.

- a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

83. Υπάρχουν πολλοί τύποι δημοσιεύσεων, ένας από αυτούς είναι η δημοσίευση για την επίλυση προβλημάτων, και θα πρέπει να είναι χρήσιμη, άμεση και αποφασιστική.

- a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια

84. Ένας άλλος τύπος ανάρτησης είναι το «Πώς να» / Tutorials. Λειτουργούν καλά, οι άνθρωποι διαβάζουν και αναζητούν πώς να κάνουν κάτι. Μπορούν να είναι σε μορφή ήχου, βίντεο ή screencast.

- a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

85. Μια ερευνητική ανάρτηση μπορεί να περιλαμβάνει μελέτες περιπτώσεων, αριθμούς, γραφήματα κ.λπ.

- a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

86. Οι οπτικοακουστικές αναρτήσεις γίνονται με βίντεο: από την πιο απλή εκδοχή, μια ηχογράφιση κάποιου που κάθεται μπροστά σε μια κάμερα και εξηγεί αυτό που θέλουμε να πούμε, μέχρι ένα animation ή ένα σύνολο κινούμενων εικόνων και ήχου.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

87. Η ανάρτηση FAQ είναι μια ανάρτηση που αποτελείται από τις πιο συχνές ερωτήσεις για ένα θέμα και στην οποία αναζητούνται μόνο πέντε απαντήσεις.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

88. Υπάρχουν θέσεις πολλών ειδών:

a) Ενδεικτικά.

b) Μία από τις καλύτερες θέσεις.

c) Ερώτηση και απάντηση.

d) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: δ) Όλα είναι σωστά.

89. Σημειώστε τη λανθασμένη απάντηση. Όταν γράφετε μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα πρέπει:

a) Δημιουργήστε ίντριγκα.

b) Δημοσιογραφικό ύφος.

c) Μην εκφράζετε άποψη.

Σωστή απάντηση: γ) Μην εκφράζετε γνώμη.

90. Το μήνυμα που θέλετε να μεταφέρετε με μια ανάρτηση: αποφασίστε τι θα πείτε και πώς θα το πείτε εξ αρχής.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

91. Όταν γράφετε μια ανάρτηση μπορείτε να χρησιμοποιήσετε πολλά ακρωνύμια ή συντομευμένες λέξεις.

a) Ναι.

b) Όχι. Καλύτερα να βεβαιωθείτε ότι είναι κατανοητό.

Σωστή απάντηση: β) Όχι. Είναι προτιμότερο να βεβαιωθείτε ότι είναι κατανοητό.

92. Αποσπάσματα, σημαντικές ή/και εντυπωσιακές φράσεις. Η παρεμβολή προτάσεων μπορεί να βοηθήσει στην οργάνωση του περιεχομένου που προσφέρετε και στη διαμόρφωση του μηνύματός σας στην ανάρτηση.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

93. Να είστε πρακτικοί όταν γράφετε μια ανάρτηση. Αναζητήστε τι είναι χρήσιμο για το άτομο ή τα άτομα για τα οποία γράφετε.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

94. Πρέπει να επιλέξετε τις εικόνες με τις οποίες θα εικονογραφήσετε κατάλληλα την ανάρτηση.

a) Σωστό, διότι διαφορετικά ο αναγνώστης δεν θα συσχετίσει το κείμενο με την εικόνα και θα διαστρεβλωθεί το νόημα της ανάρτησης.

b) Λάθος, δεν είναι απαραίτητο.

Σωστή απάντηση: α) Σωστό, διότι διαφορετικά ο αναγνώστης δεν θα συσχετίσει το κείμενο με την εικόνα και θα διαστρεβλώσει το νόημα της ανάρτησης.

95. Ελέγξτε και επεξεργαστείτε την ανάρτηση πριν τη δημοσιεύσετε.

a) Αλήθεια. Ελέγξτε κάθε μήνυμα και αναρωτηθείτε αν υπάρχει καλύτερος τρόπος να το πείτε.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια. Ελέγξτε κάθε μήνυμα και αναρωτηθείτε αν δεν υπάρχει καλύτερος τρόπος να το πείτε.

96. Πώς να δημιουργήσετε καλό περιεχόμενο στο LinkedIn; Το κυριότερο είναι να επικεντρωθείτε στη δημιουργία χρήσιμου περιεχομένου και όχι μόνο στην αυτοδιαφήμιση.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

97. Η δημιουργία χρήσιμου περιεχομένου δεν σας επιτρέπει να δημιουργήσετε μια αυθεντική σύνδεση με το κοινό σας, δημιουργώντας αξία και ενθαρρύνοντας τη δέσμευση.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

98. Δεν είναι απαραίτητο να ερευνήσετε τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα του κοινού-στόχου σας και να προσαρμόσετε το περιεχόμενό σας ανάλογα.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: α) Λάθος.

99. Η χρήση οπτικών στοιχείων, όπως εικόνες και βίντεο, μπορεί να βοηθήσει να τραβήξετε την προσοχή και να αυξήσετε τον αντίκτυπο των δημοσιεύσεών σας.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

100. Ποιος είναι ο σκοπός της δημιουργίας περιεχομένου στο LinkedIn;

a) Ενισχύστε το προσωπικό σας εμπορικό σήμα.

b) Δημιουργήστε επισκεψιμότητα στον ιστότοπό σας (συνιστάται ιδιαίτερα αν προσφέρετε μια υπηρεσία).

c) Όλα είναι σωστά.

Σωστή απάντηση: γ) Όλα είναι σωστά.

101. Εάν δημοσιεύσετε ένα νέο προϊόν στον ιστότοπο της εταιρείας ή στα κοινωνικά δίκτυα, πρέπει να συμπεριλάβετε:

a) Προσφέρετε τη δυνατότητα λήψης ενός ευρέος φάσματος φωτογραφιών προϊόντων.

b) Προσφέρετε τη δυνατότητα δοκιμής του προϊόντος.

c) Δεν είναι απαραίτητο να συμπεριληφθεί η μαρτυρία του δημιουργού του προϊόντος.

Σωστή απάντηση: γ) Δεν είναι απαραίτητο να συμπεριληφθεί η μαρτυρία του κατασκευαστή του προϊόντος.

102. Η δημιουργία του δικού σας περιεχομένου είναι σπουδαία, αλλά απαιτεί χρόνο και προγραμματισμό. Να θυμάστε ότι δεν χρειάζεται όλα όσα δημοσιεύετε να είναι 100% δικά σας, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε περιεχόμενο τρίτων που είναι ευθυγραμμισμένο με την τεχνογνωσία σας.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

103. Η αλληλεπίδραση στις αναρτήσεις των επαφών σας είναι ένας άλλος τρόπος «δημιουργίας περιεχομένου».

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

104. Είναι σημαντικό να χρησιμοποιείτε hashtags, λέξεις-κλειδιά στις δημοσιεύσεις σας. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να εμφανίζεστε συχνότερα και στις πρώτες θέσεις όταν οι πιθανοί πελάτες σας κάνουν αναζήτηση σε οποιαδήποτε μηχανή αναζήτησης ή στο Google.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

105. Δεν υπάρχει όριο στον αριθμό των hashtags που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε στα δίκτυα, αλλά δεν συνιστάται να χρησιμοποιείτε πάρα πολλά. Επιπλέον, ο αλγόριθμος της πλατφόρμας ενδέχεται να χαρακτηρίσει την ανάρτησή σας ως spam.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

106. Μοιραστείτε περιεχόμενο με προσωπική επαφή, μην το «ρομποτικοποιήσετε» ποτέ. Όταν μοιράζεστε περιεχόμενο, βεβαιωθείτε ότι όταν το δημοσιεύετε, το κάνετε με ένα προσωπικό σχόλιο.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

107. Προσθέστε emojis στην ανάρτηση για να την κάνετε πιο οπτική, αλλά μην την μετατρέψετε σε μια εικόνα γεμάτη σχέδια.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

108. Τα βίντεο είναι ένας εξαιρετικός τρόπος επικοινωνίας. Αυτό που τείνει να λειτουργεί πολύ καλά είναι τα μικρο-βίντεο ή τα 10λεπτα «χάπια» όπου ενημερώνετε τις επαφές σας για μελλοντικά μαθήματα, υπηρεσίες, που επικεντρώνονται στο «πώς να κάνετε μια συγκεκριμένη ενέργεια».

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: α) Λάθος.

109. Τα βίντεο θα σας δώσουν ορατότητα και θα δημιουργήσουν έναν καλό αριθμό εμφανίσεων, τον οποίο θα δείτε να αντικατοπτρίζεται στα στατιστικά στοιχεία.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

110. Τα βίντεο είναι ένας πολύ καλός τρόπος επικοινωνίας. Αυτό που τείνει να λειτουργεί πολύ καλά είναι τα μικρο-βίντεο ή τα «χάπια» 1-2 λεπτών.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

111. Τα διαδικτυακά σεμινάρια είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για να επικοινωνήσετε το περιεχόμενό σας και να μοιραστείτε τη γνώση με το κοινό-στόχο σας. Τα διαδικτυακά σεμινάρια είναι βίντεο που πραγματοποιούνται σε πραγματικό χρόνο μέσω πλατφορμών όπως το Skype ή το Zoom, μεταξύ άλλων, και επιτρέπουν την αλληλεπίδραση μεταξύ της επωνυμίας σας και του κοινού σας.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

112. Στα διαδικτυακά σεμινάρια, συνιστάται να χρησιμοποιείτε μια παρουσίαση με διαφάνειες σε πρόγραμμα τύπου Power Point, ένα βίντεο που παρουσιάζει την υπηρεσία ή το προϊόν που προσφέρετε ή ειδήσεις στον τομέα στον οποίο ανήκετε.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

113. Τι πρέπει να λάβετε υπόψη σας πριν μοιραστείτε περιεχόμενο στο LinkedIn;

a) Βεβαιωθείτε ότι το προφίλ σας είναι βελτιστοποιημένο. Η παρουσία σας, είτε είναι προσωπική είτε εταιρική, πρέπει να είναι άψογη και να παρουσιάζει όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για την εμπειρία σας, τις υπηρεσίες σας, το ιστορικό σας, τους πελάτες σας κ.λπ., διότι όταν κάποιος ενδιαφέρεται για αυτό που δημοσιεύετε, τείνει να επισκεφθεί το προφίλ σας.

b) Εάν το προφίλ σας δεν συντηρείται σωστά ή δεν είναι βελτιστοποιημένο, μπορεί να οδηγήσει σε δυσπιστία και απώλεια μελλοντικών ευκαιριών.

Σωστή απάντηση: α) Βεβαιωθείτε ότι το προφίλ σας είναι βελτιστοποιημένο. Η παρουσία σας, είτε είναι προσωπική είτε εταιρική, πρέπει να είναι άψογη και να παρουσιάζει όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες για την εμπειρία σας, τις υπηρεσίες σας, το ιστορικό σας, τους πελάτες σας κ.λπ. γιατί όταν κάποιος ενδιαφέρεται για αυτό που δημοσιεύετε, τείνει να επισκεφθεί το προφίλ σας.

114. Μην δημοσιεύετε πράγματα που είναι πολύ προσωπικά. Το LinkedIn είναι ένα δίκτυο για επαγγελματίες όπου θα πρέπει να κάνετε γνωστό το προσωπικό σας εμπορικό σήμα. Δεν είναι η κατάλληλη κοινωνική πλατφόρμα για να δημοσιεύσετε για τις διακοπές σας, εκτός αν είστε επιχείρηση εκδηλώσεων ή ταξιδιωτικό γραφείο και διαφημίζετε προορισμούς ή τροφοδοσία.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

115. Είναι πολύ σημαντικό να αξιολογήσετε το είδος του περιεχομένου που θα δημοσιεύσετε. Μην ξεχνάτε ότι μπορείτε να κάνετε τον αλγόριθμο του LinkedIn να σας ερωτευτεί αν έχετε μια σωστή στρατηγική και είστε προσεκτικοί με το περιεχόμενο που δημοσιεύετε. Να θυμάστε ότι, στα κοινωνικά δίκτυα, το περιεχόμενό σας πρέπει να είναι κατά 80% χρήσιμο και κατά 20% διαφημιστικό.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

116. Για να είναι το βίντεο σας ορατό σε όλους στο δίκτυο του Youtube, πρέπει να έχει οριστεί ως Δημόσιο. Υπάρχουν επιλογές που εμποδίζουν την εμφάνιση του βίντεο

σας στις αναζητήσεις: Κρυφό και Ιδιωτικό, ώστε να το βλέπουν μόνο τα άτομα στα οποία στέλνετε το σύνδεσμο του βίντεο (κρυφό για οποιονδήποτε μέσω συνδέσμου και ιδιωτικό μόνο για άτομα με λογαριασμό στο google).

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

117. Πρέπει να προσθέσετε όλες τις πληροφορίες του βίντεο σας στο Youtube, είναι πολύ σημαντικό, είναι αυτό που θα δώσει δεδομένα στις μηχανές αναζήτησης για να το τοποθετήσουν στη σωστή θέση και να εμφανιστεί όταν κάποιος ψάχνει για κάτι σχετικό.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

118. Οι ετικέτες είναι οι λέξεις-κλειδιά του βίντεο σας στο Youtube. Μπορούν να είναι μεμονωμένες λέξεις ή σύνολα λέξεων, που χωρίζονται με κόμματα. Βάλτε όλες τις ετικέτες με λέξεις και φράσεις που μπορούν να βοηθήσουν στην εύρεση του βίντεο σας.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

119. Προσθέστε μια εξατομικευμένη μικρογραφία του βίντεο σας με εικόνα και κείμενο. Το Youtube θα προτείνει 3 διαφορετικές μικρογραφίες του βίντεο σας.

a) Λάθος.

b) Αλήθεια.

Σωστή απάντηση: β) Αλήθεια.

5.2. Ασκήσεις για την ενότητα M1.U2. Δημιουργία τάξεων υπό την αιγίδα χορηγών και οργάνωση διττής εκπαίδευσης

5.2.1. Ορισμός του όρου «πελατειακή τάξη» και προσδιορισμός των δραστηριοτήτων που μπορούν να αναληφθούν στο πλαίσιο μιας πελατειακής τάξης

1. Η κατηγορία προστάτη είναι:

a) Ένας χώρος στο σχολείο όπου ένας εκπρόσωπος της εταιρείας συναντά τους γονείς.

b) Ενέργειες που αναλαμβάνουν οι εταιρείες για τους εργαζόμενους που μαθαίνουν σε μαθήματα.

c) Κοινές δραστηριότητες που μπορεί να αναλάβει το σχολείο σε συνεργασία με την εταιρεία, οι οποίες καθορίζονται στη συμφωνία συνεργασίας.

- d) Όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων που αναλαμβάνει το σχολείο για τους μαθητές και τους γονείς για να τους υποστηρίξει στην επιλογή της σταδιοδρομίας του παιδιού τους.

Σωστή απάντηση: c) Κοινές δραστηριότητες που μπορεί να αναλάβει το σχολείο σε συνεργασία με την εταιρεία, οι οποίες καθορίζονται στη συμφωνία εταιρικής σχέσης.

2. Αναφέρετε τις δραστηριότητες που μπορούν να αναληφθούν στο πλαίσιο μιας ομπρέλας:

- a) Οργάνωση πρακτικής άσκησης για τους φοιτητές σε εταιρείες.
- b) Δίνει τη δυνατότητα στους σπουδαστές να επωφεληθούν από εξειδικευμένη κατάρτιση.
- c) Συμμετοχή των εργοδοτών στην ανάπτυξη του προγράμματος πρακτικής άσκησης της εταιρείας.

d) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: d) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

3. Αναθέστε τις συγκεκριμένες δραστηριότητες στα αρμόδια μέρη που μπορούν να αναλάβουν στο πλαίσιο της κατηγορίας πατρωνίας.

Φοιτητής

Λαμβάνει υποτροφία για καλά δίδακτρα

Συμμετέχει σε δωρεάν εκπαίδευση

Εργοδότης

Συνδιαμορφώνει το πρόγραμμα πρακτικών μαθημάτων για τους φοιτητές που οργανώνονται στην εταιρεία

Σχολείο

Συμμετέχει στις συνεδριάσεις των εκπαιδευτικών του σχολείου με συμβουλευτική ιδιότητα.

Στέλνει τους μαθητές για πρακτική άσκηση

Αναβαθμίζει τα εργαστήριά της

Σωστές απαντήσεις:

Φοιτητής

Λαμβάνει υποτροφία για καλά δίδακτρα

Συμμετέχει σε δωρεάν εκπαίδευση

Εργοδότης

Συνδιαμορφώνει το πρόγραμμα των πρακτικών μαθημάτων για τους φοιτητές που οργανώνονται στην εταιρεία

Συμμετέχει στις συνεδριάσεις των εκπαιδευτικών του σχολείου με συμβουλευτική ιδιότητα.

Σχολείο

Στέλνει τους μαθητές για πρακτική άσκηση

Αναβαθμίζει τα εργαστήριά της

5.2.2. Παρουσίαση των πλεονεκτημάτων της δημιουργίας μιας κατηγορίας ομπρέλας σε διάφορες ομάδες ενδιαφερομένων

4. Σημειώστε όλες τις σωστές απαντήσεις που αναφέρουν τα οφέλη που θα αποκομίσει ένας εργοδότης που υπογράφει συμφωνία με μια επαγγελματική σχολή για την επιτροπεία μιας τάξης.

Αύξηση της γονικής ικανοποίησης	☐
Προσαρμογή του προγράμματος σπουδών στις ιδιαιτερότητες του κλάδου και της εταιρείας	☐
Δημιουργία θετικής εικόνας και σχέσης με την τοπική κοινωνία	☐
Καθιέρωση μακροχρόνιας συνεργασίας με το σχολείο και τις τοπικές αρχές	☐

Σωστές απαντήσεις:

Προσαρμογή του προγράμματος σπουδών στη συγκεκριμένη βιομηχανία και εταιρεία	X
Δημιουργία θετικής εικόνας και σχέσης με την τοπική κοινωνία	X
Καθιέρωση μακροχρόνιας συνεργασίας με το σχολείο και τις τοπικές αρχές	X

5. Το μέρος που εμπλέκεται άμεσα στη δημιουργία της πελατειακής τάξης, λόγω της σύμβασης, είναι:

- a) Εκπρόσωπος του διοικητικού οργάνου/διευθυντή ή του διευθυντή ή διορισμένο πρόσωπο με σχετική εξουσιοδότηση.
- b) Νόμιμος εκπρόσωπος του εργοδότη.

c) Και οι δύο απαντήσεις είναι αληθείς.

Σωστή απάντηση: c) Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

6. Για να είναι αποτελεσματική η συνεργασία μεταξύ μιας επαγγελματικής σχολής και μιας επιχείρησης στο πλαίσιο μιας τάξης πατρωνίας, είναι απαραίτητο

a) Ορίστε κοινούς στόχους και προσδοκίες.

- b) Βάλτε τα συμφέροντα της εταιρείας και τα οφέλη της στο επίκεντρο.
- c) Περιορισμός της ανταλλαγής πληροφοριών και εμπειριών μεταξύ των μερών.

Σωστή απάντηση: a) θέτει κοινούς στόχους και προσδοκίες.

5.2.3. Δημιουργία τάξης πατρωνίας και κατάρτιση σύμβασης μεταξύ του σχολείου και της εταιρείας για τη δημιουργία τάξης πατρωνίας

7. Τι θα προτείνατε ως λύση-στόχο για την τεκμηρίωση της συνεργασίας σχολείου-εργοδότη σε μια τάξη προστάτη;

- a) Γραπτή συμφωνία.
- b) Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

c) Γραπτή συμφωνία.

Σωστή απάντηση: c) γραπτή συμφωνία.

8. Σημειώστε όλες τις σωστές απαντήσεις αναφέροντας τα στοιχεία της δομής της συμφωνίας μεταξύ του σχολείου και της εταιρείας .

Τίτλος της συμφωνίας, ημερομηνία και τόπος σύναψής της	☐
Λεπτομέρειες των συμβαλλομένων μερών	☐
Σκοπός και πεδίο εφαρμογής της συμφωνίας	☐
Ειδικοί λόγοι για την καταγγελία χωρίς προειδοποίηση	☐

Σωστές απαντήσεις:

Τίτλος της συμφωνίας, ημερομηνία και τόπος σύναψής της	X
Λεπτομέρειες των συμβαλλομένων μερών	X
Σκοπός και πεδίο εφαρμογής της συμφωνίας	X

9. Μπορεί ένα σχολείο να συνάψει συμφωνία ομπρέλας τάξης με περισσότερες από μία εταιρείες;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

10. Αποτελεί καλή πρακτική κατά τη σύναψη μιας συμφωνίας κατηγορίας αιγίδας μεταξύ ενός σχολείου και ενός εκπροσώπου των επιχειρήσεων να αναγράφονται στη συμφωνία οι εργαζόμενοι - συντονιστές των δραστηριοτήτων σε κάθε πλευρά;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

3.2.4. Ορισμός του όρου «διπλή εκπαίδευση» και επισήμανση των πλεονεκτημάτων της εισαγωγής πρακτικών μαθημάτων για τους φοιτητές με τη μορφή διπλής εκπαίδευσης σε διάφορες ομάδες ενδιαφερομένων

11. Με τον όρο διπλή εκπαίδευση εννοείται;

a) Ευκαιρίες για έναν μαθητή να ολοκληρώσει τη μαθητεία σε μια επιχείρηση και την επαγγελματική κατάρτιση σε μια επαγγελματική σχολή σε έναν εκπαιδευτικό κύκλο.

b) Περίοδοι εναλλαγής μεταξύ της κατάρτισης του σπουδαστή σε εκπαιδευτικό ίδρυμα ή κέντρο κατάρτισης και στον χώρο εργασίας.

c) Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: c) Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

12. Πρέπει η επιχείρηση που φιλοξενεί τους σπουδαστές στα πρακτικά μαθήματα που οργανώνονται στο πλαίσιο της διπλής εκπαίδευσης να καταβάλλει πάντοτε τους μισθούς των σπουδαστών;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: b) Όχι.

13. Αναφέρετε τα οφέλη που μπορεί να προκύψουν για την εταιρεία που φιλοξενεί τον σπουδαστή στο πλαίσιο της διπλής κατάρτισης.

- a) Η ευκαιρία να αξιοποιηθούν οι δυνατότητες και η ενέργεια των νέων φοιτητών για την ανάπτυξη της εταιρείας.
- b) Διαφήμιση στους χώρους του σχολείου και, κατά συνέπεια, αύξηση της προβολής της εταιρείας στην τοπική αγορά εργασίας.
- c) Περαιτέρω κατάρτιση του προσωπικού που αποσπάται για να ενεργεί ως εκπαιδευτές πρακτικής άσκησης.

d) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: d) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

5.2.5. Πραγματοποίηση ελέγχου της επιχείρησης για τη δυνατότητα παροχής πρακτικών μαθημάτων για τους σπουδαστές με τη μορφή διπλής κατάρτισης

14. Είναι σημαντικό να δώσετε προσοχή στα ακόλουθα όταν ελέγχετε την ικανότητα μιας εταιρείας να παρέχει πρακτικά μαθήματα για τους σπουδαστές με τη μορφή διπλής κατάρτισης:

- a) Ευκαιρίες παρατήρησης δραστηριοτήτων από τους γονείς.
- b) Η ανάγκη για την παρουσία συνοδού από το σχολείο σε όλες τις δραστηριότητες.

c) Ευκαιρίες για τον σπουδαστή να υλοποιήσει τα μαθησιακά αποτελέσματα που σχετίζονται με το επάγγελμα στην επιχείρηση.

- d) Η ανάγκη μεταφοράς των μαθητών στην εταιρεία.

Σωστή απάντηση: c) Ευκαιρίες για τον σπουδαστή να υλοποιήσει τα μαθησιακά αποτελέσματα που σχετίζονται με το επάγγελμα στην επιχείρηση.

15. Μια έκθεση σχετικά με την επαλήθευση από την εταιρεία της δυνατότητας παροχής πρακτικών μαθημάτων για τους σπουδαστές με τη μορφή διπλής κατάρτισης μπορεί να γίνει στις σημειώσεις της εταιρείας για τη συνάντηση, στις οποίες καλό είναι να αναφέρεται:

- a) Λεπτομέρειες της εταιρείας.
- b) Λεπτομέρειες για τους συμμετέχοντες στη συνάντηση.
- c) Τελικά συμπεράσματα με σύσταση προς τη διεύθυνση του σχολείου για τη δυνατότητα πραγματοποίησης των πρακτικών μαθημάτων των μαθητών στην επιχείρηση.

d) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: d) όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

5.2.6 Κατάρτιση συμφωνίας μεταξύ των μερών που εμπλέκονται στην πρακτική άσκηση των σπουδαστών σε διπλή μορφή

16. Συμπληρώστε τα κενά της πρότασης επιλέγοντας τις σωστές λέξεις από το κείμενο.

Σε περίπτωση τυχαίου γεγονότος ή ατυχήματος στο χώρο εργασίας στο οποίο εμπλέκεται μαθητής, ο εργοδότης:

- θα ενημερώσει αμέσως για την κατάσταση,
- να διασφαλίσετε ότι παρέχεται προ-ιατρική βοήθεια και, εάν είναι απαραίτητο, να καλέσετε,

- θα ενημερώσει τους του/της (νόμιμους κηδεμόνες),
- να συντάσσει την κατάλληλη τεκμηρίωση

το σχολείο

ασθενοφόρο

γονείς

μετά το ατύχημα

Σωστές απαντήσεις:

Σε περίπτωση τυχαίου γεγονότος ή ατυχήματος στο χώρο εργασίας στο οποίο εμπλέκεται μαθητής, ο εργοδότης:

- θα ενημερώσει αμέσως το σχολείο για την κατάσταση,
- να διασφαλίσετε ότι παρέχεται προ-ιατρική βοήθεια και, εάν είναι απαραίτητο, να καλέσετε ασθενοφόρο,
- θα ενημερώσει τους γονείς του/της (νόμιμους κηδεμόνες),
- να συντάσσει την κατάλληλη τεκμηρίωση μετά το ατύχημα.

17. Στη σύμβαση μεταξύ της σχολής και της επιχείρησης που ρυθμίζει τη διπλή εκπαίδευση των σπουδαστών στην επιχείρηση, συνιστάται να παρέχονται πληροφορίες σχετικά με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του σπουδαστή, του εργοδότη;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι

18. Παρακολούθηση της προόδου του σπουδαστή, πιστοποίηση της παρουσίας του κατά τη διάρκεια της διπλής εκπαίδευσης:

a) Ο κηδεμόνας του μαθητή από το σχολείο.

b) Φοιτητής μέντορας στην εταιρεία.

c) Εκπαιδευτικός.

Σωστή απάντηση: b) Φοιτητής μέντορας στην εταιρεία.

5.2.7 Προετοιμασία του προγράμματος των πρακτικών μαθημάτων που οργανώνονται στο πλαίσιο του συστήματος διπλής εκπαίδευσης

19. Η συμμετοχή των εργοδοτών στην προετοιμασία του προγράμματος σπουδών της διπλής εκπαίδευσης επηρεάζει θετικά την προσαρμογή του πρακτικού προγράμματος σπουδών στις τεχνικές δυνατότητες και τους ανθρώπινους πόρους που διαθέτει ο εργοδότης υποδοχής;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

20. Αναφέρετε τα οφέλη από την πλευρά του εργοδότη από τη συμμετοχή του στην προετοιμασία του προγράμματος σπουδών διπλής εκπαίδευσης;

- a) Ο εργοδότης έχει λόγο για το περιεχόμενο του προγράμματος κατάρτισης.
- b) Ενίσχυση της συνεργασίας με το προσωπικό που εκπροσωπεί το σχολείο.
- c) Εφαρμογή της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μέσω της οικοδόμησης σχέσεων με επαγγελματικές σχολές, οι οποίες μπορούν να συμβάλουν στην ανταγωνιστικότητα της εταιρείας.

d) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: d) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

21. Πρέπει ο όρος «εκπαιδευτικό πρόγραμμα» να νοείται ως ένα ολοκληρωμένο και οργανωμένο εκπαιδευτικό σχέδιο το οποίο καθορίζει τους στόχους, το περιεχόμενο, τις μεθόδους διδασκαλίας και την αξιολόγηση της προόδου των μαθητών στο πλαίσιο ενός μαθήματος ή ενός γνωστικού αντικειμένου

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

22. Ποιος είναι σκόπιμο να συμμετέχει στην ομάδα για την ανάπτυξη του προγράμματος των πρακτικών μαθημάτων που οργανώνονται στο πλαίσιο του συστήματος διπλής κατάρτισης της εταιρείας;

a) Ένας εκπρόσωπος του σχολείου που ορίζεται από τον διευθυντή του σχολείου.

b) Υπάλληλος του τεχνικού τμήματος της εταιρείας.

c) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: a) Ένας εκπρόσωπος του σχολείου που ορίζεται από τον διευθυντή του σχολείου.

5.2.8 Επαλήθευση της δυνατότητας υλοποίησης στην επιχείρηση των μαθησιακών αποτελεσμάτων που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα των πρακτικών μαθημάτων που οργανώνονται με τη μορφή της διπλής κατάρτισης

23. Για τον σκοπό της επαλήθευσης της σκοπιμότητας εφαρμογής στην εταιρεία, συνιστάται η χρήση του ως εργαλείο:

a) Λίστες ελέγχου.

b) Τεστ πολλαπλής επιλογής.

c) Ερωτηματολόγιο σκόπιμης συνέντευξης.

Σωστή απάντηση: a) Λίστα ελέγχου.

24. Προκειμένου να εξορθολογιστεί η διαδικασία σύνταξης της έκθεσης επαλήθευσης της επιχείρησης με σκοπό τη δυνατότητα εφαρμογής της διπλής εκπαίδευσης στην επιχείρηση, συνιστάται η χρήση μιας εφαρμογής:

a) Έντυπα.

- b) Excell.
- c) Συζήτηση GPT.

Σωστή απάντηση: a) Μορφές.

25. Επαλήθευση της εταιρείας για τη σκοπιμότητα των καθορισμένων μαθησιακών αποτελεσμάτων των φοιτητών κατά τη διάρκεια της διπλής εκπαίδευσης:

a) Απαιτείται.

- b) Δεν απαιτείται καθόλου.

Σωστή απάντηση: a) Απαιτείται

5.2.9 Επιλογή εκπαιδευτικού προσωπικού για τη διεξαγωγή πρακτικών μαθημάτων για τους σπουδαστές της επιχείρησης

26. Ο επόπτης των σπουδαστών-εκπαιδευτών στην επιχείρηση που συμμετέχει στη διπλή κατάρτιση μπορεί να είναι άτομο με ποινικό μητρώο.

- a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι

27. Ο μέντορας των σπουδαστών - ο εκπαιδευτής στην εταιρεία που συμμετέχει στη διπλή κατάρτιση μπορεί να είναι ένα άτομο που έχει επαγγελματική εμπειρία στον τομέα που διδάσκει.

a) Ναι.

- b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

28. Ο επόπτης των σπουδαστών - ο εκπαιδευτής στην επιχείρηση που συμμετέχει στη διπλή κατάρτιση θα πρέπει κατά προτίμηση να είναι κάποιος που έχει εμπειρία στην εργασία με σπουδαστές και την εποπτεία τους.

a) Ναι.

- b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

29. Ο επόπτης των σπουδαστών - ο εκπαιδευτής στην επιχείρηση που συμμετέχει στη διπλή κατάρτιση θα πρέπει να είναι άτομο που διαθέτει πτυχίο στον τομέα που καλύπτει το πρόγραμμα κατάρτισης, επαγγελματική εμπειρία.

a) Ναι.

- b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

5.2.10. Προετοιμασία του σπουδαστή για τα πρακτικά μαθήματα που οργανώνονται ως διπλή εκπαίδευση στην επιχείρηση και τεκμηρίωση της διαδικασίας διπλής εκπαίδευσης στην επιχείρηση

30. Αναφέρετε ποιον προτείνετε για την παροχή πληροφοριών στους φοιτητές που προετοιμάζονται να παρακολουθήσουν πρακτικά μαθήματα στην επιχείρηση;

- a) Ο κηδεμόνας του μαθητή στο σχολείο.
- b) Επόπτης - εκπαιδευτής πρακτικής άσκησης στην εταιρεία.

c) Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: c) Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

31. Αποτελεί προϋπόθεση για την πρακτική άσκηση η σύναψη συμφωνίας συνεργασίας μεταξύ του σχολείου και της επιχείρησης για τη διπλή εκπαίδευση των μαθητών

- a) Ναι.
- b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

32. Σε ένα πρακτικό ημερολόγιο που τηρείται σε χαρτί ή ηλεκτρονικά, συνιστάται να μην καταγράφονται:

- a) Υπάρχουν θέματα για μεμονωμένες τάξεις.
- b) Παρακολούθηση μαθητών.

c) Σχόλια σχετικά με τη συμπεριφορά του καθηγητή - εκπαιδευτή που διευθύνει την τάξη.

Σωστή απάντηση: c) Σχόλια σχετικά με τη συμπεριφορά του μέντορα εκπαιδευτή.

33. Αναφέρετε το όνομα του εγγράφου στο οποίο καταγράφεται η πορεία της δραστηριότητας, αναφέρονται τα απαραίτητα διδακτικά μέσα και ο χρόνος που απαιτείται για την ολοκλήρωση της δραστηριότητας:

- a) Ημερολόγιο δραστηριοτήτων.

b) Σενάρια μαθημάτων.

- c) Πρόγραμμα σπουδών.

Σωστή απάντηση: b) Σενάρια μαθήματος.

5.2.11. Παρακολούθηση της διαδικασίας πρακτικής άσκησης των φοιτητών

34. Είναι η παρακολούθηση της μαθησιακής διαδικασίας των πρακτικών μαθημάτων στις επιχειρήσεις αυτή η συνεχής παρατήρηση και η συλλογή πληροφοριών σχετικά με τις βασικές διαδικασίες σχετικές με την ποιότητα της μάθησης των μαθητών;

- a) Ναι.
- b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

35. 2Επιλέξτε όλες τις σωστές απαντήσεις. Για την παρακολούθηση των διαδικασιών διπλής εκπαίδευσης της εταιρείας μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε δεδομένα από:

Καταχωρήσεις στο ημερολόγιο	☐
Ανάλυση των περιοδικών εκθέσεων των μερών που συμμετέχουν στη διπλή κατάρτιση	☐
Παρατήρηση από την κεντρική υπηρεσία των δραστηριοτήτων των εκπαιδευτών πρακτικής άσκησης	☐
Αξιολογήσεις των μαθητών σε τάξεις που δεν συμμετέχουν στη διπλή εκπαίδευση.	☐

Σωστές απαντήσεις:

Καταχωρήσεις στο ημερολόγιο	X
Ανάλυση των περιοδικών εκθέσεων των μερών που συμμετέχουν στη διπλή κατάρτιση	X
Παρατήρηση από την κεντρική υπηρεσία των δραστηριοτήτων που διεξάγονται από τους μέντορες - εκπαιδευτές πρακτικής άσκησης	X

5.2.12. Διάγνωση των γνώσεων και των δεξιοτήτων των σπουδαστών που συμμετέχουν σε πρακτικά μαθήματα που οργανώνονται με τη μορφή διπλής εκπαίδευσης στις εγκαταστάσεις του εργοδότη

36. Εκδίδεται και υπογράφεται από τον επόπτη από την πλευρά της σχολής η αξιολόγηση της πρακτικής άσκησης στην επιχείρηση, σύμφωνα με τα κριτήρια αξιολόγησης που έχουν εγκριθεί και παρουσιάζονται στον σπουδαστή;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: b) Όχι.

37. Η απομάκρυνση από το παραδοσιακό μοντέλο αξιολόγησης μπορεί να υπαγορεύεται από το γεγονός ότι δεν υπάρχει.

a) Πολλές σημαντικές προσωπικές ικανότητες.

b) Αξιολογήσεις της επίλυσης προβλημάτων του μαθητή.

c) Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: c) Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

38. Η άμεση παρατήρηση περιλαμβάνει τον καθηγητή που παρατηρεί και αξιολογεί την εργασία του μαθητή σε συνεχή βάση, και το εύρος της αξιολόγησης μπορεί να περιλαμβάνει την αξιολόγηση των τεχνικών δεξιοτήτων, της ασφάλειας, της συγκέντρωσης, της συνεργασίας με άλλους κ.λπ.

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

39. Κατά την αξιολόγηση των δοκιμασιών ικανοτήτων, όπου δεν αξιολογούνται πρακτικές δεξιότητες όπως ο χειρισμός μηχανών, ο προγραμματισμός, το μαγείρεμα κ.λπ.

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: b) Όχι.

40. Αναφέρετε τι μπορεί επιπλέον να αξιολογηθεί από τον εκπαιδευτή πρακτικής άσκησης μέντορα.

a) Μη συμμόρφωση του γονέα με την εργασιακή πειθαρχία.

b) Το θεματικό εύρος των βιβλίων που διαβάστηκαν.

c) Ανεξαρτησία κατά την εκτέλεση καθηκόντων.

Σωστή απάντηση: c) Ανεξαρτησία στην εκτέλεση των καθηκόντων.

5.2.13. Διεξαγωγή αξιολόγησης των πρακτικών μαθημάτων για τους σπουδαστές που οργανώνονται στο πλαίσιο του συστήματος διπλής εκπαίδευσης στην επιχείρηση

41. Αξιολογήστε κατά πόσον η δήλωση είναι αληθής: η αξιολόγηση είναι μια περιοριστική, ελεγκτική και εποπτική μελέτη.

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: b) Όχι.

42. Αξιολογήστε αν η δήλωση είναι αληθής: Η αξιολόγηση είναι η διαδικασία διαπίστωσης του βαθμού στον οποίο επιτυγχάνονται στην πραγματικότητα οι εκπαιδευτικοί στόχοι που έχουν τεθεί.

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

43. Αξιολογήστε αν η δήλωση είναι αληθής: Ο σκοπός της αξιολόγησης είναι να εδραιώσει την εμπιστοσύνη του κοινού σε ένα σχολείο, ιδίως όταν το πολιτικό του κλίμα είναι αβέβαιο και υπόκειται σε μεταρρυθμίσεις και αλλαγές.

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: a) Ναι.

44. Αναφέρετε ποιο εργαλείο χρησιμοποιείται στη μέθοδο διαγνωστικής έρευνας.

a) Ερωτηματολόγιο έρευνας.

b) Ερωτήσεις παρακολούθησης.

c) Λίστα ελέγχου.

Σωστή απάντηση: a) Ερωτηματολόγιο έρευνας.

5.3. Ασκήσεις για την ενότητα M1.U3. Αναζήτηση και εξεύρεση υποστήριξης από εξωτερικές εταιρείες στον τομέα του εξοπλισμού εργαστηρίων και σχολικών εργαστηρίων

5.3.1. Αιτιολόγηση της ανάγκης υποστήριξης του σχολείου από επιχειρηματίες στον τομέα της μετασκευής εργαστηρίων και σχολικών εργαστηρίων

Παρακαλούμε δείτε το βίντεο και την απάντηση στις ακόλουθες ερωτήσεις: <https://youtu.be/p4sa1D5Uj4g> (πρόσβαση 01.03.2024).

1) Γιατί είναι σημαντικό να βρίσκετε καλούς εταίρους όταν συμμετέχετε στη χορηγία της επαγγελματικής εκπαίδευσης;

a) Να αυξήσει τα κέρδη.

b) Να συνεργάζεστε αποτελεσματικά.

- c) Για να μειωθούν τα έξοδα.
- d) Για να αποφύγετε τον ανταγωνισμό.

Σωστή απάντηση: β) **Να συνεργάζεται αποτελεσματικά.**

2) Τι είναι απαραίτητο να λαμβάνουν οι χορηγοί όταν συμμετέχουν σε χορηγίες;

- a) Χρήματα.
- b) Προϊόντα.
- c) Αναγνώριση.

d) Κάτι σε αντάλλαγμα.

Σωστή απάντηση: δ) **Κάτι σε αντάλλαγμα.**

3) Τι τονίζεται σχετικά με τη σχέση μεταξύ χορηγών και εκπαιδευτικών ιδρυμάτων;

- a) Οι χορηγοί πρέπει μόνο να δίνουν, όχι να λαμβάνουν.
- b) Οι χορηγοί και τα ιδρύματα πρέπει να ανταγωνίζονται.

c) Είναι μια αμοιβαία επωφελής συμφωνία.

- d) Οι χορηγοί δεν έχουν κανένα ρόλο στα εκπαιδευτικά περιβάλλοντα.

Σωστή απάντηση: γ) **Είναι μια αμοιβαία επωφελής συμφωνία.**

4) Πώς η Green Academy αναζητά νέους χορηγούς;

- a) Μέσω διαφημίσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

b) Συμμετέχοντας σε εμπορικές εκθέσεις.

- c) Με την αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Σωστή απάντηση: β) **Συμμετέχοντας σε εμπορικές εκθέσεις.**

5) Ποιο σκοπό εξυπηρετούν οι εκθεσιακοί χώροι στην Green Academy;

- a) Για την αποθήκευση εξοπλισμού.

b) Για την προβολή των προϊόντων των χορηγών.

- c) Να πραγματοποιεί συνεδριάσεις.
- d) Να παρέχει ψυχαγωγία.

Σωστή απάντηση: β) **Για την προβολή των προϊόντων των χορηγών.**

5.3.2. Παρουσίαση δραστηριοτήτων από την άποψη των νομικών ρυθμίσεων που μπορούν να λάβουν τα σχολεία για τον εξοπλισμό των εργαστηρίων και των σχολικών εργαστηρίων

Εισαγωγή

Η συνεργασία μεταξύ σχολείων και επιχειρήσεων είναι μια μορφή εταιρικής σχέσης που αποσκοπεί στη βελτίωση της ποιότητας και της συνάφειας της εκπαίδευσης και της κατάρτισης, καθώς και στην προώθηση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας. Η συνεργασία σχολείου-επιχείρησης μπορεί να λάβει διάφορες μορφές, όπως:

- Παροχή ευκαιριών μάθησης με βάση την εργασία για μαθητές και εκπαιδευτικούς.
- Προσφέρει υπηρεσίες επαγγελματικού προσανατολισμού και καθοδήγησης.
- Κοινή χρήση εμπειρογνωμοσύνης και πόρων.
- Υποστήριξη της ανάπτυξης και της αξιολόγησης του προγράμματος σπουδών.
- Συμμετοχή σε κοινά έργα και δραστηριότητες.

Ένα από τα πιθανά οφέλη της συνεργασίας σχολείου-επιχείρησης είναι η χορηγία από τις επιχειρήσεις εξοπλισμού για τα εργαστήρια και τα σχολικά εργαστήρια, η οποία μπορεί να βελτιώσει το μαθησιακό περιβάλλον και τις πρακτικές δεξιότητες των μαθητών. Ωστόσο, μια τέτοια συνεργασία συνεπάγεται επίσης νομικά ζητήματα και ευθύνες που πρέπει να εξεταστούν προσεκτικά και να αντιμετωπιστούν και από τα δύο μέρη.

Βήματα για τη νομική συμμόρφωση

Πριν από την έναρξη οποιασδήποτε μορφής συνεργασίας, το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να ακολουθήσουν τα παρακάτω βήματα για να διασφαλίσουν τη νομική συμμόρφωση και να αποφύγουν πιθανούς κινδύνους και συγκρούσεις:

1. Προσδιορισμός ανεξάρτητα όλων των νομικών κανονισμών που σχετίζονται με τη σχεδιαζόμενη συνεργασία εκ μέρους του σχολείου. Το βήμα αυτό περιλαμβάνει τη διεξαγωγή ενδελεχούς έρευνας και ανάλυσης των νομικών ρυθμίσεων που ισχύουν για το συγκεκριμένο πλαίσιο και τους στόχους της συνεργασίας. Οι κανονισμοί αυτοί μπορεί να περιλαμβάνουν:

- Εθνικοί και τοπικοί νόμοι και πολιτικές για την εκπαίδευση, την κατάρτιση και την εργασία,
- Τομεακά και επαγγελματικά πρότυπα και κανονισμοί,
- Δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και νόμοι περί προστασίας δεδομένων,
- Κανονισμοί υγείας και ασφάλειας και ασφαλιστικές πολιτικές,
- Αρχές και κώδικες δεοντολογίας ηθικής και κοινωνικής ευθύνης.

Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να συμβουλευούνται νομικούς εμπειρογνώμονες, εάν είναι απαραίτητο, και να διασφαλίζουν ότι η συνεργασία είναι διαφανής και υπεύθυνη και ότι σέβεται τα δικαιώματα και τα συμφέροντα όλων των ενδιαφερομένων μερών, όπως οι μαθητές, οι εκπαιδευτικοί, οι γονείς, οι εργοδότες και η κοινότητα.

Ανάλυση των νομικών απαιτήσεων που είναι σημαντικές από τη σκοπιά του σχολείου, επιτρέποντας στις εταιρείες να εξοπλίσουν εργαστήρια και σχολικά εργαστήρια. Το βήμα αυτό περιλαμβάνει την αξιολόγηση των νομικών συνεπειών και υποχρεώσεων της χορηγίας από επιχειρήσεις εξοπλισμού για εργαστήρια και σχολικά εργαστήρια. Η χορηγία είναι μια μορφή δωρεάς ή επιχορήγησης που περιλαμβάνει τη μεταφορά χρημάτων, αγαθών ή υπηρεσιών από τον χορηγό (την επιχείρηση) στον αποδέκτη (το σχολείο) με αντάλλαγμα κάποια μορφή αναγνώρισης ή δημοσιότητας.

Η χορηγία μπορεί να αποτελέσει πολύτιμη πηγή χρηματοδότησης και υποστήριξης για τα σχολεία, αλλά ενέχει επίσης νομικούς κινδύνους και προκλήσεις που πρέπει να διαχειρίζονται προσεκτικά. Ορισμένα από τα νομικά ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπίσουν το σχολείο και η επιχείρηση είναι τα εξής:

- Σκοπός και πεδίο εφαρμογής της χορηγίας.
- Οι όροι και οι προϋποθέσεις της συμφωνίας χορηγίας.

- Τα δικαιώματα και οι ευθύνες του χορηγού και του αποδέκτη.
- Η διάρκεια και ο τερματισμός της χορηγίας.
- Η παρακολούθηση και αξιολόγηση της χορηγίας.
- Η αναφορά και δημοσιοποίηση της χορηγίας.
- Οι φορολογικές επιπτώσεις και τα οφέλη της χορηγίας.
- Οι πιθανές συγκρούσεις συμφερόντων και τα ηθικά διλήμματα της χορηγίας.

Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να ζητήσουν νομικές συμβουλές, αν χρειαστεί, για να διασφαλίσουν ότι η χορηγία είναι νόμιμη, δίκαιη και επωφελής και για τα δύο μέρη.

Εφαρμογή της γνώσης του νομικού πλαισίου σχετικά με τη χρήση από τα σχολεία της χορηγίας από επιχειρήσεις στον τομέα του εξοπλισμού των εργαστηρίων και των σχολικών εργαστηρίων. Το βήμα αυτό περιλαμβάνει την εφαρμογή των νομικών γνώσεων και της κατανόησης που αποκτήθηκαν από τα προηγούμενα βήματα στη συγκεκριμένη κατάσταση και τις συνθήκες της συνεργασίας. Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να λάβουν υπόψη τους ακόλουθους παράγοντες κατά τη χρήση του χορηγούμενου εξοπλισμού για εργαστήρια και σχολικά εργαστήρια:

- Την παράδοση και εγκατάσταση του εξοπλισμού.
- Η ιδιοκτησία και η συντήρηση του εξοπλισμού.
- Η χρήση και η πρόσβαση στον εξοπλισμό.
- Η υγεία και η ασφάλεια των χρηστών και του περιβάλλοντος.
- Τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και η προστασία των δεδομένων των χρηστών και των χορηγών.
- Η εκπαιδευτική και παιδαγωγική αξία του εξοπλισμού.
- Η αναγνώριση και η δημοσιότητα της χορηγίας.

Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να ακολουθούν τις νομικές κατευθυντήριες γραμμές και τις βέλτιστες πρακτικές για τη χρήση του χορηγούμενου εξοπλισμού, καθώς και να παρακολουθούν και να αξιολογούν τον αντίκτυπο και τα αποτελέσματα της συνεργασίας.

Έναρξη της διαδικασίας κατάρτισης συμφωνίας μεταξύ των μερών που εμπλέκονται στη διαδικασία χορηγίας. Το βήμα αυτό περιλαμβάνει την έναρξη της επίσημης και δεσμευτικής σύμβασης που καθορίζει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των μερών που εμπλέκονται στη χορηγία. Μια νομική συμφωνία για χορηγία θα πρέπει να περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

- Τα ονόματα και οι διευθύνσεις των μερών.
- Η ημερομηνία και ο τόπος της συμφωνίας.
- Το ιστορικό και οι στόχοι της συμφωνίας.
- Η περιγραφή και η αξία της χορηγίας.
- Η αναγνώριση και η δημοσιότητα της χορηγίας.
- Την παράδοση και εγκατάσταση του εξοπλισμού.
- Η ιδιοκτησία και η συντήρηση του εξοπλισμού.
- Η χρήση και η πρόσβαση στον εξοπλισμό.
- Η παρακολούθηση και αξιολόγηση της χορηγίας.

- Η αναφορά και δημοσιοποίηση της χορηγίας.
- Η διάρκεια και ο τερματισμός της χορηγίας.
- Η επίλυση διαφορών και η διαιτησία της χορηγίας.
- Οι υπογραφές και οι σφραγίδες των μερών.

Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να ξεκινήσουν τη διαδικασία κατάρτισης της συμφωνίας επικοινωνώντας και διαπραγματευόμενοι μεταξύ τους, καθώς και συμβουλευόμενοι νομικούς εμπειρογνώμονες, εάν είναι απαραίτητο.

Εκπόνηση, σε συνεννόηση με δικηγόρο, συμφωνίας μεταξύ των μερών που συμμετέχουν στη διαδικασία χορηγίας (μετασκευή εργαστηρίων και σχολικών εργαστηρίων). Το βήμα αυτό περιλαμβάνει την οριστικοποίηση και υπογραφή της νομικής συμφωνίας για τη χορηγία από επιχειρήσεις εξοπλισμού για εργαστήρια και σχολικά εργαστήρια. Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να καταρτίσουν τη συμφωνία σε συνεννόηση με δικηγόρο, καθώς και να την επανεξετάσουν και να την αναθεωρήσουν, εφόσον χρειάζεται, ώστε να διασφαλιστεί ότι αντικατοπτρίζει την αμοιβαία κατανόηση και συναίνεση και των δύο μερών και ότι προστατεύει τα συμφέροντα και τα δικαιώματά τους.

Παρουσίαση και συμφωνία με το μέρος της εταιρείας για το περιεχόμενο της συμφωνίας χορηγίας. Το βήμα αυτό περιλαμβάνει την παρουσίαση της νομικής συμφωνίας στο μέρος της εταιρείας και τη λήψη της έγκρισης και της συγκατάθεσής του. Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να διασφαλίσουν ότι η συμφωνία είναι σαφής και περιεκτική και ότι καλύπτει όλες τις πτυχές και τις λεπτομέρειες της χορηγίας. Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει επίσης να αντιμετωπίσουν τυχόν ερωτήσεις ή ανησυχίες που μπορεί να έχει το μέρος της εταιρείας και να επιλύσουν τυχόν διαφορές ή διαφωνίες που μπορεί να προκύψουν. Το σχολείο και η επιχείρηση πρέπει να υπογράψουν τη συμφωνία και να κρατήσουν αντίγραφο για τα αρχεία τους.

Συμπέρασμα

Η συνεργασία σχολείων και επιχειρήσεων αποτελεί πολύτιμη ευκαιρία για τη βελτίωση της ποιότητας και της συνάφειας της εκπαίδευσης και της κατάρτισης, καθώς και για την προώθηση της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, η συνεργασία αυτή συνεπάγεται επίσης νομικές προκλήσεις και ευθύνες που πρέπει να εξεταστούν προσεκτικά και να αντιμετωπιστούν και από τα δύο μέρη. Ακολουθώντας τα βήματα του εντοπισμού, της ανάλυσης, της εφαρμογής, της έναρξης, της ανάπτυξης και της παρουσίασης των νομικών ρυθμίσεων για τη χορηγία από επιχειρήσεις εξοπλισμού για εργαστήρια και σχολικά εργαστήρια, το σχολείο και η επιχείρηση μπορούν να διασφαλίσουν ότι η συνεργασία τους είναι νόμιμη, δίκαιη και επωφελής και για τα δύο μέρη³.

6) Σωστό ή Λάθος: Τα σχολεία δεν χρειάζεται να συμβουλευονται δικηγόρο όταν καταρτίζουν συμφωνία χορηγίας με εταιρείες.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) **Λάθος.**

7) Σωστό ή Λάθος: Η διαδικασία κατάρτισης μιας συμφωνίας ξεκινά μετά την παρουσίασή της στο συμβαλλόμενο μέρος της εταιρείας.

³ https://webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/SSEHR%202019/EHR034.pdf (πρόσβαση 01.03.2024).

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

8) Σωστό ή Λάθος: Τα σχολεία πρέπει να προσδιορίζουν ανεξάρτητα όλες τις νομικές ρυθμίσεις που αφορούν την προγραμματισμένη συνεργασία.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

9) Σωστό ή Λάθος: Οι εταιρείες είναι αποκλειστικά υπεύθυνες για την ανάλυση των νομικών απαιτήσεων που είναι σημαντικές από τη σκοπιά του σχολείου.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

10) Σωστό ή Λάθος: Η εφαρμογή γνώσεων του νομικού πλαισίου σχετικά με τις χορηγίες από επιχειρήσεις δεν είναι απαραίτητη για τα σχολεία.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

5.3.3. Αναγνώριση των αναγκών του σχολείου όσον αφορά την αναβάθμιση των εργαστηρίων και των σχολικών εργαστηρίων

11) Σωστό ή Λάθος: Η συμμόρφωση με τις κατευθυντήριες γραμμές που παρέχονται από τη δανική Αρχή Περιβάλλοντος Εργασίας (WEA) είναι νομικά δεσμευτική για τις επιχειρήσεις που εξοπλίζουν εργαστήρια και σχολικά εργαστήρια στη Δανία.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

12) Σωστό ή Λάθος: Η Βασιλική Ακαδημία της Δανίας επικεντρώνεται κυρίως στην παροχή νομικών συμβουλών σε επιχειρήσεις σχετικά με πρωτοβουλίες χορηγίας στη Δανία.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

13) Σωστό ή Λάθος: Το παράδειγμα συμφωνίας χορηγίας που παρατίθεται στο κείμενο περιλαμβάνει διατάξεις για την επίλυση διαφορών μεταξύ του χορηγού και του σχολείου-δέκτη.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

14) Σωστό ή Λάθος: Η διαδικασία αξιολόγησης των αναγκών στα επαγγελματικά σχολεία στη Δανία περιλαμβάνει την αξιολόγηση των ακαδημαϊκών επιδόσεων των μαθητών.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

15) Σωστό ή Λάθος: Η Συνομοσπονδία Δανικής Βιομηχανίας (DI) προσφέρει νομικές συμβουλές για διάφορες πτυχές της λειτουργίας των εταιρειών, συμπεριλαμβανομένων των πρωτοβουλιών χορηγίας, στη Δανία.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

5.3.4. Οργάνωση της διαδικασίας υποστήριξης των σχολείων από επιχειρήσεις στον τομέα της μετασκευής εργαστηρίων και σχολικών εργαστηρίων

16) Ποια είναι η βασική αρχή για την οικοδόμηση σχέσεων όταν εργάζεστε με έναν χρηματοδότη;

a) Απομόνωση.

b) Διαφάνεια.

c) Αποκλειστικότητα.

d) Διστακτικότητα.

Σωστή απάντηση: β) Διαφάνεια.

17) Ποιο από τα παρακάτω άτομα είναι συνήθως υπεύθυνο για τη συγκέντρωση κεφαλαίων και την εξασφάλιση υποστήριξης για σχολικά προγράμματα;

a) Θυρωρός σχολείου.

b) Επαγγελματίας σύμβουλος συγκέντρωσης πόρων.

c) Εργαζόμενος στην καφετέρια.

d) Σχολική βιβλιοθηκάρια.

Σωστή απάντηση: β) Επαγγελματίας σύμβουλος συγκέντρωσης πόρων.

18) Ποιο είναι το πρώτο βήμα για την προετοιμασία ενός σχεδίου εργασίας με έναν έρανο;

a) Κατανομή πόρων.

b) Ορίστε χρονοδιαγράμματα.

c) Καθορίστε τους στόχους.

d) Καθιέρωση διαύλων επικοινωνίας.

Σωστή απάντηση: γ) Ορισμός των στόχων.

19) Πώς μπορούν τα σχολεία να δείξουν την εκτίμησή τους στους φορείς συγκέντρωσης χρημάτων για τις προσπάθειές τους;

a) Αγνοήστε τις συνεισφορές τους.

b) Αναγνωρίστε δημόσια τα επιτεύγματά τους.

c) Κρίνετε την απόδοσή τους.

d) Παρακράτηση πόρων.

Σωστή απάντηση: β) Αναγνωρίστε δημόσια τα επιτεύγματά τους.

20) Ποιο από τα ακόλουθα είναι ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται από τα σχολεία για την παρακολούθηση των αλληλεπιδράσεων και του ιστορικού των δωρητών;

a) Υπολογιστικό φύλλο.

b) Βάση δεδομένων δωρητών.

c) Τηλεφωνικός κατάλογος.

d) Πίνακας ανακοινώσεων.

Σωστή απάντηση: β) Βάση δεδομένων δωρητών.

2.3.5. Παρακολούθηση και αξιολόγηση των διαδικασιών υποστήριξης των σχολείων από επιχειρήσεις στον τομέα του εξοπλισμού εργαστηρίων και σχολικών εργαστηρίων

21) Σωστό ή Λάθος: Τα σχολεία μπορούν να χρησιμοποιήσουν έρευνες για να συγκεντρώσουν σχόλια από τους ενδιαφερόμενους σχετικά με την αποτελεσματικότητα του εξοπλισμού που παρέχουν οι επιχειρήσεις, εστιάζοντας στη χρηστικότητα, την ανθεκτικότητα και τη συνολική ικανοποίηση.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

22) Σωστό ή Λάθος: Τα σχολεία μπορούν να χρησιμοποιήσουν λογισμικό ανάλυσης δεδομένων, όπως το Google Analytics ή το Salesforce, για να παρακολουθούν τις τάσεις των δωρεών, τα επίπεδα δέσμευσης της εκστρατείας και τα δημογραφικά στοιχεία των δωρητών, ώστε να αξιολογούν τον αντίκτυπο των προσπαθειών συγκέντρωσης χρημάτων.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

23) Σωστό ή Λάθος: Οι επιτόπιες επισκέψεις που πραγματοποιούνται από εκπροσώπους των επιχειρήσεων επιτρέπουν την από πρώτο χέρι παρατήρηση της χρήσης του εξοπλισμού, την αξιολόγηση της κατάστασης του εξοπλισμού και τη συλλογή ανατροφοδότησης από τους εκπαιδευτικούς και τους μαθητές.

a) Αλήθεια.

b) Λάθος.

Σωστή απάντηση: α) Αλήθεια.

5.4. Ασκήσεις για την ενότητα μονάδα M1.U4. Εμπλοκή εργοδοτών στις επαγγελματικές εξετάσεις που διοργανώνει το σχολείο, παροχή συμβουλευτικής σταδιοδρομίας και προετοιμασία μαθητών για την είσοδο στην αγορά εργασίας

5.4.1. Παροχή πληροφοριών στους εργοδότες σχετικά με τις επαγγελματικές εξετάσεις και προσδιορισμός των οφελών για τον εργοδότη σε σχέση με τη συμμετοχή των μαθητών στις επαγγελματικές εξετάσεις και για το σχολείο σε σχέση με τη συμμετοχή των εργοδοτών στις επαγγελματικές εξετάσεις

1. Συμπεριλαμβάνουμε τους γονείς και τους κηδεμόνες μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών που εμπλέκονται έμμεσα στην εξέταση των επαγγελματών στα επαγγελματικά σχολεία για τους μαθητές;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

2. Μπορούμε να συμπεριλάβουμε τους εκπροσώπους των εργοδοτών στους ενδιαφερόμενους φορείς που εμπλέκονται έμμεσα στην εξέταση των επαγγελματών στις επαγγελματικές σχολές για τους μαθητές;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

3. Σημειώστε όλες τις σωστές απαντήσεις που υποδεικνύουν τα οφέλη για τους εργοδότες από τη συμμετοχή των μαθητών σε επαγγελματικές εξετάσεις.

Αυξημένο κύρος: η συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα μπορεί να επηρεάσει την αντίληψη μιας εταιρείας ως κοινωνικά υπεύθυνης.	☐
Απόκτηση γνώσεων για την αγορά εργασίας: η παρατήρηση των μαθητών κατά τη διάρκεια των εξετάσεων παρέχει καλύτερη κατανόηση των αναγκών της αγοράς εργασίας	☐
Ευκαιρίες πρόσληψης εκπαιδευομένων: οι εξετάσεις αποτελούν ευκαιρία για τον εντοπισμό δυνητικών εκπαιδευομένων	☐
Επαλήθευση των δεξιοτήτων των εκπαιδευτικών: οι εξετάσεις επιτρέπουν την αξιολόγηση των πρακτικών δεξιοτήτων των εκπαιδευτικών που διδάσκουν σε συγκεκριμένα επαγγέλματα	☐

Σωστές απαντήσεις:

Αυξημένο κύρος: η συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα μπορεί να επηρεάσει την αντίληψη μιας εταιρείας ως κοινωνικά υπεύθυνης.	X
Απόκτηση γνώσεων για την αγορά εργασίας: η παρατήρηση των μαθητών κατά τη διάρκεια των εξετάσεων παρέχει καλύτερη κατανόηση των αναγκών της αγοράς εργασίας	X
Ευκαιρίες πρόσληψης εκπαιδευομένων: οι εξετάσεις αποτελούν ευκαιρία για τον εντοπισμό δυνητικών εκπαιδευομένων	X

5.4.2. Προσδιορισμός των δραστηριοτήτων επαγγελματικών εξετάσεων στις οποίες μπορεί να συμμετέχει ο εργοδότης

4. Πώς μπορούν οι εργοδότες να συμβάλουν στην προετοιμασία των εξεταστικών εργασιών;

- a) Ανάθεση καθηκόντων που δεν σχετίζονται άμεσα με την επαγγελματική πρακτική.
- b) Με τη δημιουργία καθηκόντων που δεν αντικατοπτρίζουν τις τρέχουσες ανάγκες της αγοράς.
- c) Συμβολή στη δημιουργία εργασιών που αντικατοπτρίζουν πραγματικές επαγγελματικές προκλήσεις.**
- d) Περιορίζοντας την πρόσβαση στα εργαλεία και τα υλικά που απαιτούνται για την ολοκλήρωση των εργασιών.

Σωστή απάντηση: γ) Βοηθώντας στη δημιουργία εργασιών που αντικατοπτρίζουν πραγματικές επαγγελματικές προκλήσεις.

5. Τι ρόλο μπορούν να διαδραματίσουν οι εργοδότες κατά την αξιολόγηση του πρακτικού μέρους των εξετάσεων;

- a) Μπορούν να παρατηρούν, αλλά όχι να κρίνουν.
- b) Μπορούν να αξιολογήσουν τις πρακτικές δεξιότητες των μαθητών κατά τη διάρκεια των εξετάσεων.**
- c) Θα πρέπει να επικρίνουν τους μαθητές αντί να τους κρίνουν.
- d) Δεν επηρεάζουν την αξιολόγηση των πρακτικών δεξιοτήτων.

Σωστή απάντηση: β) Μπορούν να αξιολογήσουν τις πρακτικές δεξιότητες των σπουδαστών κατά τη διάρκεια των εξετάσεων.

6. Ποιο θα μπορούσε να είναι το αποτέλεσμα της συνεργασίας με τους εργοδότες για την παροχή θέσεων εργασίας στους φοιτητές;

- a) Οι μαθητές έχουν λιγότερες ευκαιρίες να μάθουν πρακτικές δεξιότητες.
- b) Οι μαθητές μπορούν να αποκτήσουν πρόσβαση σε πραγματικές θέσεις εργασίας, ενισχύοντας την εργασιακή τους εμπειρία.**
- c) Οι εργοδότες έχουν μικρότερη επιρροή στην πρακτική άσκηση.
- d) Οι μαθητές δεν μπορούν να κάνουν επαγγελματικές επαφές.

Σωστή απάντηση: β) Οι μαθητές μπορούν να έχουν πρόσβαση σε πραγματικές θέσεις εργασίας, γεγονός που ενισχύει την εργασιακή τους εμπειρία.

7. Ποια είναι τα οφέλη για την εκπαιδευτική διαδικασία από τη συμμετοχή των εργοδοτών στις εξεταστικές επιτροπές;

- a) Αυξάνει την υποκειμενικότητα των αξιολογήσεων.
- b) Οδηγεί σε μείωση των προτύπων εξέτασης.
- c) Επηρεάζει την αντικειμενικότητα των αξιολογήσεων.**
- d) Δεν επηρεάζει την ποιότητα των εξετάσεων.

Σωστή απάντηση: γ) Επηρεάζει την αντικειμενικότητα των αξιολογήσεων.

8. Ποιο από τα ακόλουθα δεν συνιστάται για τους εργοδότες που συμμετέχουν σε επαγγελματικές εξετάσεις;

- a) Προετοιμασία των μαθητών για τις πρακτικές εξετάσεις με τη διδασκαλία πρακτικών μαθημάτων.
- b) Συμμετοχή στην εξεταστική επιτροπή χωρίς επαρκή προετοιμασία και γνώση του θέματος.**
- c) Παροχή υλικών και εργαλείων που χρησιμοποιούνται στην επαγγελματική εργασία.
- d) Οργάνωση πρακτικής άσκησης και πρακτικής άσκησης για τους φοιτητές.

Σωστή απάντηση: β) Συμμετοχή στην εξεταστική επιτροπή χωρίς επαρκή προετοιμασία και γνώση του θέματος.

5.4.3. Παρακολούθηση και αξιολόγηση των δραστηριοτήτων στον τομέα της συμμετοχής των εργοδοτών στη διοργάνωση των επαγγελματικών εξετάσεων

9. Ποιο εργαλείο είναι καταλληλότερο για τη συλλογή άμεσων ανατροφοδοτήσεων από τους εργοδότες;

- a) Διαδικτυακή έρευνα.**
- b) Παρατήρηση στο χώρο εργασίας.
- c) Ομάδες εστίασης.
- d) Ανάλυση τεκμηρίωσης.

Σωστή απάντηση: α) Διαδικτυακή έρευνα.

10. Ποια μέθοδος πρέπει να χρησιμοποιηθεί για τη λήψη λεπτομερών πληροφοριών σχετικά με την αλληλεπίδραση μεταξύ φοιτητών και εργοδοτών κατά τη διάρκεια των εξετάσεων;

- a) Έρευνα.
- b) Παρατήρηση.**
- c) Ανάλυση τεκμηρίωσης.
- d) Συνέντευξη.

Σωστή απάντηση: β) Παρατήρηση.

11. Η ανατροφοδότηση από τους εργοδότες συλλέγεται μόνο μετά την ολοκλήρωση των επαγγελματικών εξετάσεων.

- a) Σωστά.
- b) Λάθος.**

Σωστή απάντηση: β) Λάθος.

12. Πόσο συχνά θα πρέπει να παρακολουθούνται οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τη συμμετοχή των εργοδοτών στη διοργάνωση των επαγγελματικών εξετάσεων;

- a) Μόνο μία φορά, μετά τον πρώτο κύκλο εξετάσεων.
- b) Κάθε σχολικό έτος.

c) Μετά από κάθε εξέταση.

d) Κάθε πέντε χρόνια.

Σωστή απάντηση: γ) **Μετά από κάθε εξέταση.**

13. Ποιο από τα ακόλουθα δεν αναλύεται συνήθως κατά τη διαδικασία αξιολόγησης της συμμετοχής των εργοδοτών στις επαγγελματικές εξετάσεις;

a) Αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας μεταξύ σχολείου και εργοδοτών.

b) Ικανοποίηση των εργοδοτών από τα αποτελέσματα των εξετάσεων.

c) Ο αντίκτυπος των αποτελεσμάτων των εξετάσεων στις οικονομικές επιδόσεις των εταιρειών.

d) Προετοιμασία των μαθητών για την αγορά.

Σωστή απάντηση: γ) **Ο αντίκτυπος των αποτελεσμάτων των εξετάσεων στις οικονομικές επιδόσεις των επιχειρήσεων.**

5.4.4. Ορισμός και επεξήγηση του τι είναι ο επαγγελματικός προσανατολισμός

14. Η συμβουλευτική σταδιοδρομίας είναι ...

a) Μια υπηρεσία της αγοράς εργασίας της οποίας το κύριο κοινό είναι ενήλικες που είναι άνεργοι ή αναζητούν εργασία.

b) Παροχή υποστήριξης για την ανάπτυξη της σταδιοδρομίας σε άτομα όλων των ηλικιών και σε όλα τα στάδια της σταδιοδρομίας.

c) Δομημένες και προγραμματισμένες δραστηριότητες για την υποστήριξη των μαθητών στη διαδικασία λήψης ενημερωμένων και ανεξάρτητων εκπαιδευτικών και επαγγελματικών αποφάσεων.

Σωστή απάντηση: γ) δομημένες και προγραμματισμένες δραστηριότητες για την υποστήριξη των μαθητών στη λήψη ενημερωμένων και ανεξάρτητων εκπαιδευτικών, καθώς και επαγγελματικών αποφάσεων.

15. Σημειώστε όλες τις σωστές απαντήσεις που αναφέρουν τους ειδικούς στόχους του επαγγελματικού προσανατολισμού των μαθητών από την άποψη των εργοδοτών.

Πρόσβαση στο μελλοντικό εργατικό δυναμικό: οι εργοδότες επιθυμούν οι νέοι να γνωρίζουν τις διαφορετικές επαγγελματικές διαδρομές και να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες για την αγορά εργασίας.	☐
Διαμόρφωση ικανοτήτων: οι εργοδότες αναμένουν από τους φοιτητές να αποκτήσουν τις δεξιότητες που είναι απαραίτητες για τις θέσεις εργασίας τους	☐
Πρόληψη του χάσματος δεξιοτήτων: οι εργοδότες βλέπουν τη συμβουλευτική σταδιοδρομίας ως εργαλείο για την πρόληψη μελλοντικών ελλείψεων εργατικού δυναμικού	☐
Κατανόηση των ιδιοτεροτήτων του κλάδου: μέσω της λήψης ενημερωμένων και ανεξάρτητων εκπαιδευτικών αποφάσεων από τον σπουδαστή	☐

Σωστές απαντήσεις:

Πρόσβαση στο μελλοντικό εργατικό δυναμικό: οι εργοδότες επιθυμούν οι νέοι να γνωρίζουν τις διάφορες επαγγελματικές διαδρομές και να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες για την αγορά εργασίας.	X
Διαμόρφωση ικανοτήτων: οι εργοδότες αναμένουν από τους φοιτητές να αποκτήσουν τις δεξιότητες που είναι απαραίτητες για τις θέσεις εργασίας τους	X
Πρόληψη του χάσματος δεξιοτήτων: οι εργοδότες βλέπουν τη συμβουλευτική σταδιοδρομίας ως εργαλείο για την πρόληψη μελλοντικών ελλείψεων εργατικού δυναμικού	X

16. Να αναφέρετε ποιος είναι ο κύριος σκοπός της συμβουλευτικής σταδιοδρομίας από τη σκοπιά του μαθητή;

- a) Γνωρίζοντας μόνο τον εαυτό σου.
- b) Αποκτήστε γνώσεις σχετικά με τις κλίσεις και τα ενδιαφέροντα σταδιοδρομίας με τη συμπλήρωση ενός τεστ.

c) Υποστήριξη του μαθητή στη διαδικασία λήψης ενημερωμένων και ανεξάρτητων εκπαιδευτικών και επαγγελματικών αποφάσεων.

Σωστή απάντηση: γ) υποστήριξη του μαθητή στη διαδικασία λήψης ενημερωμένων και ανεξάρτητων εκπαιδευτικών και επαγγελματικών αποφάσεων.

5.4.5. Αναφέρετε ποιοι μπορούν να συμμετέχουν εσωτερικά και εξωτερικά στην εφαρμογή του επαγγελματικού προσανατολισμού στα σχολεία και τα οφέλη για τον εργοδότη και τους άλλους συμμετέχοντες στη διαδικασία του επαγγελματικού προσανατολισμού στα σχολεία και τα καθήκοντα του εργοδότη

17. Υποδείξτε ποιος μπορεί να συμμετάσχει στην παροχή μαθημάτων επαγγελματικού προσανατολισμού για τους μαθητές επαγγελματικής εκπαίδευσης

- a) Σύμβουλος καριέρας.
- b) Γονείς μαθητών.
- c) Εργοδότες.

d) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: δ) Όλες οι απαντήσεις είναι σωστές.

18. Αναφέρετε το όφελος για τον εργοδότη από τη συμμετοχή του σε δραστηριότητες συμβουλευτικής σταδιοδρομίας για μαθητές επαγγελματικών σχολείων.

- a) Προώθηση επαγγελματικής σχολής.

b) Επικοινωνία με υποψήφιους εργαζόμενους.

- c) Επαγγελματική ανάπτυξη των υπαλλήλων της.

Σωστή απάντηση: β) συνεργασία με μελλοντικούς υπαλλήλους.

19. Σημειώστε όλες τις σωστές απαντήσεις που υποδεικνύουν σε ποιες δραστηριότητες επαγγελματικού προσανατολισμού για μαθητές επαγγελματικής εκπαίδευσης μπορούν να συμμετέχουν οι εκπρόσωποι των εργοδοτών.

Οι εργοδότες μπορούν να κληθούν να συμμετάσχουν σε ομαδικές συναντήσεις με τους μαθητές, όπου θα μιλήσουν για τον εαυτό τους, το επάγγελμα στο οποίο εργάζονται, την πορεία της καριέρας τους, την εταιρεία τους κ.λπ.	☐
Οι εργοδότες μπορούν να συμμετέχουν σε εκπαιδευτικές εκθέσεις ή εκθέσεις εργασίας που διοργανώνονται για μαθητές πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης	☐
Οι εργοδότες μπορούν να συμμετέχουν σε συναντήσεις με τους γονείς ή τους νόμιμους κηδεμόνες των μαθητών επαγγελματικής εκπαίδευσης	☐
Οι εργοδότες μπορεί να ενδιαφέρονται να προωθήσουν την εταιρεία στους εκπαιδευτικούς	☐

Σωστές απαντήσεις:

Οι εργοδότες μπορούν να κληθούν να συμμετάσχουν σε ομαδικές συναντήσεις με τους μαθητές, όπου θα μιλήσουν για τον εαυτό τους, το επάγγελμα στο οποίο εργάζονται, την πορεία της καριέρας τους, την εταιρεία τους κ.λπ.	X
Οι εργοδότες μπορούν να συμμετέχουν σε εκπαιδευτικές εκθέσεις ή εκθέσεις εργασίας που διοργανώνονται για μαθητές πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης	X
Οι εργοδότες μπορούν να συμμετέχουν σε συναντήσεις με τους γονείς ή τους νόμιμους κηδεμόνες των μαθητών επαγγελματικής εκπαίδευσης	X

5.4.6. Παρακολούθηση και αξιολόγηση των δραστηριοτήτων επαγγελματικού προσανατολισμού με τη συμμετοχή εργοδοτών

20. Με τον όρο αρχή της τριγωνοποίησης της έρευνας εννοούμε:

- Μια αρχή που θα διασφαλίσει ότι η διαδικασία παρακολούθησης θα διατυπώνει σχετικές ερωτήσεις για τη διάγνωση της πραγματικής περιοχής ενδιαφέροντος.
- Συλλογή δεδομένων από τα διάφορα μέρη που εμπλέκονται στη δράση, από διαφορετικές πηγές και κατά προτίμηση με τη χρήση ποικίλων συμπληρωματικών μεθόδων και εργαλείων.**
- Εξασφάλιση επαρκούς δειγματοληψίας, χρήση «παρόμοιων» εργαλείων, δηλαδή εργαλείων που εκμαιεύουν απαντήσεις στην ίδια ερώτηση από διαφορετικές πηγές και απόψεις, διεξαγωγή της έρευνας από επαγγελματικά καταρτισμένα άτομα και εξασφάλιση της αξιοπιστίας και της αυθεντικότητας των πληροφοριών, των δεδομένων που συλλέγονται.

Σωστή απάντηση: β) Λήψη δεδομένων από τα διάφορα μέρη που εμπλέκονται στη δράση, από διαφορετικές πηγές και κατά προτίμηση με τη χρήση μιας ποικιλίας συμπληρωματικών μεθόδων και εργαλείων.

21. Ο όρος παρακολούθηση θα πρέπει να νοείται ως:

- Έρευνα για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της ποιότητας των δραστηριοτήτων και την προσαρμογή τους στις ανάγκες του κοινού.
- Συνεχής διαδικασία συλλογής πληροφοριών σχετικά με την υλοποίηση της δράσης.**
- Και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: β) μια συνεχής διαδικασία συλλογής πληροφοριών σχετικά με την υλοποίηση της δράσης.

22. Ο όρος αξιολόγηση θα πρέπει να νοείται ως

a) έρευνα για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της ποιότητας των δραστηριοτήτων και την προσαρμογή τους στις ανάγκες του κοινού.

b) μια συνεχής διαδικασία συλλογής πληροφοριών σχετικά με την υλοποίηση της δράσης.

c) και οι δύο απαντήσεις είναι σωστές.

Σωστή απάντηση: α) έρευνα για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας και της ποιότητας των δραστηριοτήτων και την προσαρμογή τους στις ανάγκες του κοινού.

5.4.7. Σχεδιασμός έργου και καθορισμός στόχων

23. Είναι το «αποδεκτό» ένα από τα χαρακτηριστικά ενός στόχου SMART;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

24. Είναι το διάγραμμα Gantt το καλύτερο εργαλείο για την απεικόνιση των εξαρτήσεων μεταξύ των εργασιών σε ένα έργο;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

25. Είναι η αγνόηση μια τυπική στρατηγική αντιμετώπισης κινδύνων στη διαχείριση έργων;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

26. Το καθαρό κέρδος του έργου περιλαμβάνεται συνήθως στον προϋπολογισμό του έργου;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

27. Το γράμμα «I» στον πίνακα RACI υποδεικνύει το πρόσωπο που ενημερώνεται για την πρόοδο;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

5.4.8. Επιλογή και ανάθεση καθηκόντων στα μέλη της ομάδας έργου

28. Αποτελεί η προσωπική προτίμηση στο μουσικό ύφος συνιστώμενο κριτήριο για την επιλογή των μελών της ομάδας έργου;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

29. Θα πρέπει τα καθήκοντα να κατανέμονται στα μέλη της ομάδας έργου με βάση τις ικανότητές τους;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

30. Είναι ο κύριος σκοπός της δημιουργίας ενός πίνακα ικανοτήτων για την ομάδα έργου να κατανοήσει και να απεικονίσει τις δεξιότητες κάθε μέλους της ομάδας;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

31. Η μέθοδος Agile και Scrum προωθεί την αυτοδυναμία και την υπευθυνότητα μεταξύ των μελών της ομάδας;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

32. Είναι ο κύριος σκοπός της διεξαγωγής ενός μίνι έργου ολοκλήρωσης στο τέλος του εκπαιδευτικού προγράμματος η ενσωμάτωση των γνώσεων από το σύνολο του προγράμματος από τους συμμετέχοντες;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

5.4.9. Υλοποίηση του έργου

33. Πρέπει το σχέδιο έργου να περιλαμβάνει μόνο χρονοδιάγραμμα;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

34. Είναι ο κύριος σκοπός της παρακολούθησης της προόδου του έργου ο εντοπισμός και η διαχείριση των αποκλίσεων από το σχέδιο;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

35. Αποτελεί η αγνόηση του κινδύνου βασικό στοιχείο της διαχείρισης κινδύνων έργων;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

36. Εάν υπάρχει κάποιο πρόβλημα στο έργο, θα πρέπει να αγνοηθεί;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

37. Πρέπει η τελική έκθεση του έργου να περιλαμβάνει μόνο το κόστος του έργου;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

5.4.10. Παρακολούθηση και αξιολόγηση του έργου

38. Θα πρέπει οι συμμετέχοντες να χρησιμοποιούν εργαλεία διαχείρισης έργου για την παρακολούθηση της προόδου του έργου;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

39. Θα πρέπει ο ορισμός της μεθοδολογίας μέτρησης για τους σκοπούς του έργου να περιλαμβάνει μόνο ποσοτικούς δείκτες;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

40. Ο σχεδιασμός της αξιολόγησης του έργου θα πρέπει να πραγματοποιείται μόνο μετά την ολοκλήρωση του έργου;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

41. Πρέπει κάθε σχέδιο διαχείρισης κινδύνων να περιλαμβάνει στρατηγικές ελαχιστοποίησης των κινδύνων και σχέδια έκτακτης ανάγκης;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

42. Πρέπει ο εντοπισμός προβλημάτων στην επίτευξη των στόχων του έργου να οδηγεί στην άμεση εγκατάλειψη του έργου;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

5.4.11. Χαρακτηρίστε τη διαδικασία επιμόρφωσης που ισχύει για το σχολείο και εντοπίστε τις ευκαιρίες για την ολοκλήρωση της επιμόρφωσης

43. Είναι τα επαγγελματικά προσόντα δεξιότητες και γνώσεις που σχετίζονται με ένα συγκεκριμένο επάγγελμα, επικυρωμένες από το εκπαιδευτικό σύστημα;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

44. Αποτελούνται τα στοιχεία ενός επαγγελματικού προσόντος αποκλειστικά από πρακτική εμπειρία;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

45. Τα προσόντα της αγοράς είναι δεξιότητες που απαιτούνται από την αγορά εργασίας και δεν πιστοποιούνται πάντα επίσημα;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

46. Πρέπει ένα πρόγραμμα σπουδών προσαρμοσμένο στις ανάγκες της αγοράς εργασίας να συνδυάζει θεωρητικές γνώσεις, πρακτικές δεξιότητες και κοινωνικές ικανότητες;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

5.4.12. Αναγνώριση των επαγγελματικών προσόντων στις ευρωπαϊκές χώρες

47. Είναι νομοθετικά κατοχυρωμένο επάγγελμα εκείνο του οποίου η άσκηση απαιτεί την εκπλήρωση ορισμένων απαιτήσεων σε μια συγκεκριμένη χώρα

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: α) Ναι.

48. Η ευρωπαϊκή επαγγελματική κάρτα είναι έντυπο έγγραφο;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

49. Εφαρμόζουν όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ τις ίδιες διαδικασίες για την αναγνώριση των επαγγελματικών προσόντων;

a) Ναι.

b) Όχι.

Σωστή απάντηση: β) Όχι.

5.5. Ασκήσεις για την ενότητα M1.U5. Εκπαίδευση εκπαιδευτικών επαγγελματικών σχολών σε συνεργασία με εργοδότες.

5.5.1. Επεξήγηση των οφελών για τη συμμετοχή των εταιρειών στην επαγγελματική ανάπτυξη των εκπαιδευτικών

1. Μπορούν οι εκπαιδευτικοί να εφαρμόσουν τις γνώσεις που αποκτούν στις επιχειρήσεις για να αναπτύξουν ή να επικαιροποιήσουν τα προγράμματα σπουδών της ΕΕΚ;

a) Οι εκπαιδευτικοί μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις γνώσεις του κλάδου για να δημιουργήσουν πιο συναφή προγράμματα σπουδών.

b) Οι επιχειρηματικές γνώσεις δεν σχετίζονται με την ανάπτυξη προγραμμάτων σπουδών.

c) Τα προγράμματα σπουδών αναπτύσσονται μόνο από ειδικούς της εκπαίδευσης, χωρίς να επηρεάζονται από επιχειρηματικές γνώσεις.

2. Μπορεί η συμμετοχή των εκπαιδευτικών ΕΕΚ σε προγράμματα επαγγελματικής ανάπτυξης σε συνεργασία με επιχειρήσεις να ενισχύσει τη φήμη του ιδρύματος ως φορέα παροχής υψηλής ποιότητας στην περιοχή;

a) Η συμμετοχή αυτή δεν έχει καμία επίπτωση στη φήμη του θεσμικού οργάνου.

b) Μόνο τα ακαδημαϊκά επιτεύγματα μπορούν να ενισχύσουν τη φήμη ενός ιδρύματος, όχι οι επιχειρηματικές συνεργασίες.

c) Μπορεί να ενισχύσει τη φήμη του ιδρύματος ως φορέα παροχής υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.

3. Μπορούν οι εκπαιδευτικοί της ΕΕΚ να ευθυγραμμίσουν καλύτερα τη διδασκαλία τους και τα θεσμικά τους προγράμματα με τις τρέχουσες απαιτήσεις της αγοράς εργασίας;

a) Τα εκπαιδευτικά προγράμματα καθορίζονται από την κυβέρνηση και δεν μπορούν να αλλάξουν για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της αγοράς εργασίας.

b) Οι καθηγητές μπορούν να ευθυγραμμίσουν τα προγράμματά τους με τις ανάγκες της αγοράς εργασίας παραμένοντας ενήμεροι για τις τάσεις του κλάδου.

c) Οι καθηγητές επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης δεν έχουν καμία επιρροή στην ευθυγράμμιση των προγραμμάτων με τις τάσεις της αγοράς εργασίας.

4. Υπάρχει η δυνατότητα ανάπτυξης προγραμμάτων καθοδήγησης όπου έμπειροι επαγγελματίες του επιχειρηματικού κόσμου καθοδηγούν εκπαιδευτικούς της ΕΕΚ;

a) Μπορούν να αναπτυχθούν προγράμματα καθοδήγησης όπου επαγγελματίες του επιχειρηματικού κόσμου καθοδηγούν εκπαιδευτικούς ΕΕΚ.

b) Η καθοδήγηση δεν προσφέρεται συνήθως από επαγγελματίες επιχειρήσεων σε εκπαιδευτικούς.

c) Τα προγράμματα καθοδήγησης απευθύνονται αποκλειστικά σε ακαδημαϊκούς μέντορες εντός εκπαιδευτικών ιδρυμάτων.

5. Μπορεί η συνεργασία με εκπαιδευτικά δίκτυα και συνδικαλιστικές οργανώσεις εκπαιδευτικών για την ανταλλαγή πληροφοριών να συμβάλει στην επίτευξη συμπράξεων μεταξύ επιχειρήσεων και ιδρυμάτων ΕΕΚ;

a) Η συνεργασία με εκπαιδευτικά δίκτυα και συνδικάτα μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία συνεργασιών.

b) Τα συνδικάτα συνήθως δεν συμμετέχουν σε συνεργασίες με επιχειρήσεις.

c) Τα εκπαιδευτικά δίκτυα είναι ξεχωριστές οντότητες που δεν εμπλέκουν επιχειρήσεις στις δραστηριότητές τους.

6. Είναι δυνατόν να καλούνται οι επιχειρηματίες να συμμετέχουν σε συμβουλευτικά συμβούλια ή επιτροπές εντός των ιδρυμάτων ΕΕΚ;

d) Οι επιχειρηματίες δεν επιτρέπεται να συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά συμβούλια ή επιτροπές.

a) Μόνο κυβερνητικοί αξιωματούχοι επιτρέπεται να συμμετέχουν σε συμβουλευτικές επιτροπές σε ιδρύματα ΕΕΚ.

b) Οι επιχειρηματίες μπορούν να κληθούν να συμμετάσχουν σε συμβουλευτικές επιτροπές για να παρέχουν γνώσεις για τον κλάδο.

7. Είναι δυνατόν οι επιχειρηματίες να μπορούν να εφαρμόσουν τις τεχνικές κατάρτισης και τις γνώσεις που μοιράζονται με τους εκπαιδευτικούς για να βελτιώσουν τα δικά τους προγράμματα ανάπτυξης εργαζομένων;

a) Οι τεχνικές κατάρτισης που χρησιμοποιούνται στην εκπαίδευση είναι άσχετες με την ανάπτυξη των εργαζομένων σε επιχειρήσεις.

b) Οι επιχειρηματίες μπορούν να προσαρμόσουν τις τεχνικές εκπαιδευτικής κατάρτισης για να βελτιώσουν την ανάπτυξη του προσωπικού τους.

c) Οι γνώσεις που μοιράζονται σε εκπαιδευτικά περιβάλλοντα δεν είναι εφαρμόσιμες σε επιχειρηματικά περιβάλλοντα.

5.5.2. Προσδιορισμός νέων τομέων εκπαίδευσης εκπαιδευτικών σε επιχειρήσεις

8. Πώς να εντοπίσετε τα κενά μεταξύ των επαγγελματικών προσφορών της σχολής και των αλλαγών στον τομέα των επιχειρήσεων;

a) Οι τακτικές διαβουλεύσεις με τον κλάδο και οι συνεδρίες ανατροφοδότησης μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό των αποκλίσεων μεταξύ των διδασκόμενων και των αναγκών του εργατικού δυναμικού.

b) Με την επανεξέταση του προγράμματος σπουδών μόνο κάθε δέκα χρόνια, τα σχολεία μπορούν να εντοπίζουν και να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά τα κενά.

c) Τα κενά μπορούν να εντοπιστούν αποκλειστικά μέσω της ανατροφοδότησης των σπουδαστών, χωρίς να απαιτείται η συμβολή των εταίρων της βιομηχανίας.

9. Πώς μπορούμε να αναπτύξουμε μια δομημένη προσέγγιση για τον εντοπισμό ευκαιριών βελτίωσης της εκπαίδευσης των εκπαιδευτικών;

a) Η εφαρμογή μιας δομημένης προσέγγισης είναι περιττή- οι βελτιώσεις μπορούν να γίνουν καθώς προκύπτουν ζητήματα σε ad hoc βάση.

b) Μόνο η περιοδική επανεξέταση του προγράμματος σπουδών από την ανώτερη διοίκηση του σχολείου είναι επαρκής για τον εντοπισμό ευκαιριών βελτίωσης.

c) Δημιουργία μιας επιτροπής συνεργασίας με μέλη τόσο από το εκπαιδευτικό ίδρυμα όσο και από τη βιομηχανία για τη συνεχή αξιολόγηση και την υποβολή προτάσεων βελτίωσης.

10. Πώς μπορούμε να προσδιορίσουμε τις ανάγκες των επιχειρήσεων σε σχέση με την καινοτομία;

a) Η στήριξη σε ξεπερασμένες κλαδικές εκθέσεις είναι επαρκής για την κατανόηση των σημερινών αναγκών καινοτομίας.

b) Διεξαγωγή τακτικών ερευνών και συνεντεύξεων με τους εταίρους του κλάδου για την κατανόηση των τρεχουσών και μελλοντικών αναγκών τους σε καινοτομία.

c) Οι ανάγκες για καινοτομία μπορούν να συναχθούν από τις γενικές τάσεις της αγοράς χωρίς την άμεση συμβολή των επιχειρήσεων.

11. Ποια είναι τα βασικά κριτήρια για την αξιολόγηση και την ιεράρχηση των τομέων κατάρτισης;

a) Η συνεργασία μεταξύ της σχολικής ηγεσίας και των εταίρων του κλάδου στη λήψη αποφάσεων διασφαλίζει ότι οι τομείς κατάρτισης είναι συναφείς και επωφελείς και για τα δύο μέρη.

b) Η δημοτικότητα μεταξύ των μαθητών θα πρέπει να είναι το μοναδικό κριτήριο για την ιεράρχηση των τομέων κατάρτισης.

c) Η ευκολία εφαρμογής των προγραμμάτων κατάρτισης θα πρέπει να είναι ο πρωταρχικός παράγοντας για να αποφασιστεί σε ποιους τομείς θα δοθεί προτεραιότητα.

12. Υπάρχει η δυνατότητα τόσο για την ηγεσία του σχολείου όσο και για τους εταίρους του κλάδου να συμμετέχουν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, ώστε να διασφαλιστεί ότι οι επιλεγμένοι τομείς κατάρτισης ανταποκρίνονται στις ανάγκες και των δύο μερών;

a) Η συνεργασία με εκπαιδευτικά δίκτυα και συνδικάτα μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία συνεργασιών.

b) οι βιομηχανικοί εταίροι δεν θα πρέπει να έχουν λόγο στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, καθώς τα εκπαιδευτικά ιδρύματα γνωρίζουν καλύτερα.

c) Η διαδικασία λήψης αποφάσεων θα πρέπει να καθοδηγείται εξ ολοκλήρου από τη σχολική ηγεσία χωρίς να χρειάζεται η συμβολή του κλάδου.

13. Υπάρχει ανάγκη για συνεχή εμπλοκή της ΕΕΚ με τις επιχειρήσεις ώστε να προωθηθούν μακροχρόνιες συνεργασίες προς όφελος τόσο της σχολής όσο και του κλάδου;

a) Μόλις εδραιωθεί μια εταιρική σχέση, δεν υπάρχει ανάγκη για συνεχή δέσμευση.

b) Η τακτική δέσμευση δεν είναι απαραίτητη, καθώς οι ανάγκες των επιχειρήσεων δεν αλλάζουν σημαντικά με την πάροδο του χρόνου.

c) Η συνεχής συνεργασία με τις επιχειρήσεις είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση ενημερωμένων προγραμμάτων κατάρτισης και την προώθηση μακροπρόθεσμων, αμοιβαία επωφελών συνεργασιών.

5.5.3. Προσδιορισμός των εκπαιδευτικών αναγκών κατάρτισης και του ενδιαφέροντός τους για επαγγελματική ανάπτυξη στις επιχειρήσεις

14. Πρέπει οι ανάγκες κατάρτισης που προσδιορίζονται να ευθυγραμμίζονται με τους στρατηγικούς στόχους της επιχείρησης, όπως η βελτίωση της απόδοσης των εργαζομένων ή η αύξηση της ικανοποίησης των πελατών;

a) Οι προσδιορισμένες ανάγκες κατάρτισης θα πρέπει να ευθυγραμμίζονται με τους στρατηγικούς στόχους της επιχείρησης.

b) Οι ανάγκες κατάρτισης θα πρέπει να επικεντρώνονται μόνο στις προτιμήσεις των εκπαιδευτικών και όχι στους επιχειρηματικούς στόχους.

c) Η ευθυγράμμιση των εκπαιδευτικών αναγκών με τους επιχειρηματικούς στόχους είναι περιττή, καθώς εξυπηρετούν διαφορετικούς σκοπούς.

15. Θα πρέπει να ανατεθούν συγκεκριμένοι ρόλοι και αρμοδιότητες στα μέλη της ομάδας που συμμετέχουν στη διαδικασία TNA. Για παράδειγμα, θα μπορούσε μια ομάδα να είναι υπεύθυνη για τη συλλογή δεδομένων, μια άλλη για την ανάλυση δεδομένων και μια άλλη για τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων;

a) Όλα τα μέλη της ομάδας θα πρέπει να χειρίζονται όλες τις πτυχές της διαδικασίας TNA, ώστε να αποφεύγεται η εξειδίκευση.

b) Η ανάθεση συγκεκριμένων ρόλων οδηγεί σε αναποτελεσματικότητα και επανάληψη της προσπάθειας.

c) Η ανάθεση συγκεκριμένων ρόλων και αρμοδιοτήτων διασφαλίζει μια οργανωμένη και αποτελεσματική διαδικασία TNA.

16. Θα πρέπει να συνταχθεί λεπτομερής έκθεση που να περιγράφει τα ευρήματα της TNA, συμπεριλαμβανομένων των ιεραρχημένων αναγκών κατάρτισης και των συστάσεων για προγράμματα επαγγελματικής ανάπτυξης;

a) Μια σύντομη περίληψη είναι αρκετή για να γνωστοποιήσει τα αποτελέσματα της TNA.

b) Θα πρέπει να συνταχθεί λεπτομερής έκθεση για την τεκμηρίωση των ευρημάτων και των συστάσεων

c) Η σύνταξη λεπτομερούς έκθεσης είναι περιττή και χρονοβόρα.

17. Η παρακολούθηση της διαδικασίας συλλογής δεδομένων για μια TNA θα πρέπει να είναι συνεχής για να διασφαλιστεί ότι παραμένει σε καλό δρόμο.

a) Η συνεχής παρακολούθηση είναι απαραίτητη για να διασφαλιστεί ότι η διαδικασία συλλογής δεδομένων παραμένει σε καλό δρόμο.

b) Η παρακολούθηση της διαδικασίας συλλογής δεδομένων θα πρέπει να γίνεται μόνο στο τέλος για τον έλεγχο της πληρότητας.

c) Η παρακολούθηση της διαδικασίας συλλογής δεδομένων δεν είναι απαραίτητη από τη στιγμή που έχει ξεκινήσει.

5.5.4. Επαλήθευση της δυνατότητας βελτίωσης των εκπαιδευτικών στην επιχείρηση

18. Ποια είναι η δομή της έκθεσης για μια έκθεση επαλήθευσης;

a) Η δομή μιας έκθεσης επαλήθευσης περιλαμβάνει συνήθως εισαγωγή, περίληψη των διαπιστευτηρίων της εταιρείας, τη μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την επαλήθευση, τα ευρήματα και την ανάλυση, και συμπέρασμα με συστάσεις.

b) Η δομή μιας έκθεσης επαλήθευσης απαιτεί μόνο μια σύντομη επισκόπηση της εταιρείας και έναν κατάλογο των υπηρεσιών που προσφέρει η εταιρεία.

c) Η δομή μιας έκθεσης επαλήθευσης αποτελείται μόνο από ένα εξώφυλλο και ένα παράρτημα παραπομπών, καθώς το κύριο περιεχόμενο είναι προαιρετικό.

19. Ποιο είναι το σχέδιο βήμα προς βήμα για το σχεδιασμό και την εφαρμογή της μεθοδολογίας επαλήθευσης;

- a) Το σχέδιο περιλαμβάνει την επιλογή τυχαίων εταιρειών, την αποστολή μιας έρευνας και την παραδοχή ότι τα αποτελέσματα είναι ακριβή χωρίς περαιτέρω ανάλυση.
- b) Το σχέδιο συνίσταται μόνο στη διενέργεια ελέγχου του ιστορικού της εταιρείας και, στη συνέχεια, στη συνέχιση της κατάρτισης χωρίς πρόσθετα βήματα.
- c) Το σχέδιο βήμα προς βήμα περιλαμβάνει τον καθορισμό των κριτηρίων για την επαλήθευση, τη συλλογή των σχετικών δεδομένων, τη διεξαγωγή συνεντεύξεων ή αξιολογήσεων, την ανάλυση των δεδομένων και τη συγκέντρωση των ευρημάτων σε μια δομημένη έκθεση.**

20. Ποια μέρη εμπλέκονται στη διαδικασία οργάνωσης της επαγγελματικής ανάπτυξης των εκπαιδευτικών στις επιχειρήσεις;

- a) Μόνο οι εκπαιδευτικοί και η εταιρεία κατάρτισης συμμετέχουν στη διαδικασία- δεν απαιτείται η συμβολή των διευθυντών του σχολείου ή άλλων ενδιαφερομένων μερών.
- b) Τα εμπλεκόμενα μέρη περιλαμβάνουν συνήθως την εταιρεία κατάρτισης, τους διευθυντές του σχολείου, τους εκπαιδευτικούς και μερικές φορές έναν τρίτο σύμβουλο ή νομικό σύμβουλο.**
- c) Τα μόνα εμπλεκόμενα μέρη είναι η εταιρεία που παρέχει την εκπαίδευση και το οικονομικό τμήμα του σχολείου.

21. Είναι σημαντικό να προσδιοριστεί ποιος είναι υπεύθυνος για το κόστος που συνδέεται με την επαγγελματική ανάπτυξη των εκπαιδευτικών στις επιχειρήσεις;

- a) Είναι ζωτικής σημασίας να προσδιορίζεται ποιος είναι υπεύθυνος για το κόστος, ώστε να αποφεύγονται παρεξηγήσεις και να διασφαλίζεται ότι οι οικονομικές πτυχές της κατάρτισης ορίζονται σαφώς και συμφωνούνται από όλα τα μέρη.**
- b) Ο προσδιορισμός του υπεύθυνου για το κόστος είναι περιττός- οι λεπτομέρειες αυτές μπορούν να διευθετηθούν μετά την έναρξη της κατάρτισης.
- c) Δεν είναι σημαντικό, διότι το κόστος συνήθως μοιράζεται εξίσου, χωρίς να απαιτείται προηγούμενη συμφωνία.

22. Είναι απαραίτητο να καταρτιστεί η συμφωνία με νομική διαβούλευση;

- a) Συνιστάται η κατάρτιση της συμφωνίας με νομική συμβουλή, ώστε να διασφαλιστεί ότι όλοι οι όροι είναι νομικά ορθοί και προστατεύουν τα συμφέροντα όλων των εμπλεκόμενων μερών.**
- b) Η νομική διαβούλευση είναι περιττή- ένα τυποποιημένο πρότυπο συμφωνίας μπορεί να χρησιμοποιηθεί χωρίς προσαρμογή.
- c) Η συμφωνία δεν χρειάζεται νομική διαβούλευση, καθώς είναι ένα απλό έγγραφο που δεν απαιτεί νομική εμπειρογνώμοσύνη.

5.5.5. Οργάνωση ενδοϋπηρεσιακής κατάρτισης για εκπαιδευτικούς σε επιχειρήσεις

23. Ενσωματώστε πρακτικά εργαστήρια όπου οι εκπαιδευτικοί μπορούν να εφαρμόσουν άμεσα όσα μαθαίνουν. Τα εργαστήρια αυτά θα πρέπει να συνδιοργανώνονται από επαγγελματίες του κλάδου και εκπαιδευτικούς εμπειρογνώμονες, ώστε να διασφαλίζεται τόσο η πρακτική όσο και η παιδαγωγική αξία.

- a) Η συνδιοργάνωση πρακτικών εργαστηρίων με επαγγελματίες του κλάδου και εκπαιδευτικούς εμπειρογνώμονες διασφαλίζει τόσο την πρακτική συνάφεια όσο και την παιδαγωγική αποτελεσματικότητα.
- b) Τα εργαστήρια θα πρέπει να διοργανώνονται μόνο από ειδικούς της εκπαίδευσης, καθώς αυτοί γνωρίζουν καλύτερα πώς να μεταφέρουν το περιεχόμενο στους εκπαιδευτικούς.
- c) Οι επαγγελματίες του κλάδου θα πρέπει να διευθύνουν τα εργαστήρια μόνοι τους, καθώς διαθέτουν την πιο σχετική πρακτική εμπειρία.
- 24. Θα πρέπει οι εκπαιδευτικοί να συνεργάζονται στενά με εκπροσώπους των επιχειρήσεων για να διασφαλίσουν ότι το περιεχόμενο είναι ευθυγραμμισμένο με τα πρότυπα και τις προσδοκίες του κλάδου;**
- a) Οι εκπαιδευτικοί πρέπει να εργάζονται ανεξάρτητα, καθώς γνωρίζουν καλύτερα τι πρέπει να μάθουν οι μαθητές, χωρίς τη συμβολή των επιχειρήσεων.
- b) Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υπαγορεύουν εξ ολοκλήρου το περιεχόμενο, χωρίς την ανάγκη συμβολής των εκπαιδευτικών.
- c) η συνεργασία μεταξύ των εκπαιδευτικών και των εκπροσώπων των επιχειρήσεων είναι απαραίτητη για να διασφαλιστεί ότι το περιεχόμενο ανταποκρίνεται στα πρότυπα και τις προσδοκίες του κλάδου.
- 25. Καθιέρωση πρωτοκόλλων επικοινωνίας για τη διασφάλιση τακτικού και ανοικτού διαλόγου μεταξύ των μελών της ομάδας. Αυτό συμβάλλει στην ομαλή ροή πληροφοριών και στη γρήγορη επίλυση τυχόν προβλημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά την ανάπτυξη του έργου.**
- a) Τα πρωτόκολλα επικοινωνίας είναι περιττά- τα μέλη της ομάδας θα πρέπει να χειρίζονται την επικοινωνία όπως κρίνουν σκόπιμο.
- b) Η καθιέρωση πρωτοκόλλων επικοινωνίας είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση ανοιχτού διαλόγου, την ομαλή ροή πληροφοριών και τη γρήγορη επίλυση προβλημάτων κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης του έργου.
- c) η υπερβολική επικοινωνία μπορεί να επιβραδύνει το έργο, γι' αυτό είναι προτιμότερο ο διάλογος να είναι ελάχιστος.
- 26. Θα πρέπει να καθιερωθούν πρωτόκολλα επικοινωνίας για να διασφαλίζεται ο τακτικός και ανοικτός διάλογος μεταξύ των μελών της ομάδας. Αυτό θα συμβάλει στην ομαλή ροή πληροφοριών και στην ταχεία επίλυση τυχόν ζητημάτων που μπορεί να προκύψουν κατά την ανάπτυξη του προγράμματος;**
- a) Η καθιέρωση πρωτοκόλλων επικοινωνίας συμβάλλει στην ομαλή ροή πληροφοριών και στην ταχεία επίλυση προβλημάτων κατά την ανάπτυξη του προγράμματος.
- b) Τα πρωτόκολλα επικοινωνίας τείνουν να δημιουργούν σημεία συμφόρησης, καθυστερώντας την επίλυση των ζητημάτων.γ) Το It δεν είναι σημαντικό, διότι τα κόστη συνήθως μοιράζονται εξίσου χωρίς να απαιτείται προηγούμενη συμφωνία.
- c) Η ανεπίσημη επικοινωνία είναι επαρκής και τα επίσημα πρωτόκολλα είναι περιττά.
- 27. Θα χρειαστεί να συνεργαστούμε στενά τόσο με εκπαιδευτικούς όσο και με εμπειρογνώμονες του κλάδου για την ανάπτυξη περιεχομένου που να ευθυγραμμίζεται με τα καθορισμένα μαθησιακά αποτελέσματα;**

- a) Η στενή συνεργασία με εκπαιδευτικούς και εμπειρογνώμονες του κλάδου είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη περιεχομένου που ευθυγραμμίζεται με τα καθορισμένα μαθησιακά αποτελέσματα.
- b) Μόνο οι εκπαιδευτικοί χρειάζεται να συμμετέχουν στην ανάπτυξη του περιεχομένου- δεν απαιτείται η συμβολή των εμπειρογνομώνων του κλάδου.
- c) Οι εμπειρογνώμονες του κλάδου θα πρέπει να είναι αποκλειστικά υπεύθυνοι για την ανάπτυξη του περιεχομένου, με ελάχιστη συμβολή από τους εκπαιδευτικούς.
- 28. Θα πρέπει οι εκπαιδευτές να έχουν σημαντική εμπειρία στους αντίστοιχους κλάδους τους, ώστε να διασφαλίζεται ότι διαθέτουν πρακτικές, επικαιροποιημένες γνώσεις που είναι σχετικές με την κατάρτιση;**
- a) Οι εκπαιδευτές θα πρέπει να έχουν σημαντική εμπειρία στους αντίστοιχους κλάδους τους, ώστε να παρέχουν σχετικές και ενημερωμένες γνώσεις.
- b) Η πρακτική εμπειρία είναι περιττή- η θεωρητική γνώση είναι επαρκής για τους εκπαιδευτές.
- c) Οι εκπαιδευτές θα πρέπει να εστιάζουν στις κοινωνικές δεξιότητες και όχι στην εμπειρία σε συγκεκριμένες ειδικότητες.
- 29. Συγκεντρώστε ανατροφοδότηση τόσο από τους εκπροσώπους της εταιρείας όσο και από τους δυνητικούς συμμετέχοντες στην κατάρτιση για να αξιολογήσετε τα επίπεδα προετοιμασίας των εκπαιδευτών. Αυτό μπορεί να ενημερώσει για τυχόν τομείς στους οποίους μπορεί να απαιτείται πρόσθετη υποστήριξη ή ανάπτυξη.**
- a) Η ανατροφοδότηση θα πρέπει να συλλέγεται μόνο από τους εκπροσώπους της εταιρείας, καθώς αυτοί είναι οι πρωταρχικά ενδιαφερόμενοι για την κατάρτιση.
- b) Η ανατροφοδότηση πρέπει να συλλέγεται μόνο μετά την ολοκλήρωση της κατάρτισης και όχι κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας.
- c) Η συλλογή ανατροφοδότησης τόσο από τους εκπροσώπους των εταιρειών όσο και από τους δυνητικούς συμμετέχοντες στην κατάρτιση είναι ζωτικής σημασίας για την αξιολόγηση της προετοιμασίας των εκπαιδευτών και τον εντοπισμό των τομέων που χρειάζονται πρόσθετη υποστήριξη.
- 30. Θα πρέπει να συνεργαστούμε τόσο με τους εκπροσώπους των σχολείων όσο και με τους εκπροσώπους των εταιρειών για να καθορίσουμε σαφείς μαθησιακούς στόχους που περιγράφουν τι αναμένεται να επιτύχουν οι εκπαιδευτικοί στο τέλος της κατάρτισης;**
- a) Μόνο οι εκπρόσωποι των σχολείων θα πρέπει να συμμετέχουν στον καθορισμό των μαθησιακών στόχων, καθώς κατανοούν καλύτερα τις εκπαιδευτικές ανάγκες.
- b) Η συνεργασία τόσο με τους εκπροσώπους του σχολείου όσο και με τους εκπροσώπους της εταιρείας είναι απαραίτητη για τον καθορισμό σαφών μαθησιακών στόχων που ευθυγραμμίζονται με τις προσδοκίες.
- c) Οι μαθησιακοί στόχοι θα πρέπει να παραμένουν ασαφείς, ώστε να υπάρχει ευελιξία στον τρόπο διεξαγωγής της κατάρτισης.
- 31. Θα πρέπει να υπάρχουν λεπτομερείς οδηγοί βαθμολόγησης που να περιγράφουν τα κριτήρια για την αξιολόγηση συγκεκριμένων δεξιοτήτων ή ικανοτήτων, οι οποίοι θα πρέπει να συντάσσονται από κοινού με τον εκπρόσωπο της εταιρείας, ώστε να διασφαλίζεται η ευθυγράμμιση με τα πρότυπα του κλάδου;**

a) Οι λεπτομερείς οδηγοί βαθμολόγησης που συντάσσονται από κοινού με τον εκπρόσωπο της εταιρείας διασφαλίζουν ότι οι αξιολογήσεις ευθυγραμμίζονται με τα πρότυπα του κλάδου, παρέχοντας σαφή κριτήρια για την αξιολόγηση συγκεκριμένων δεξιοτήτων ή ικανοτήτων.

b) Οι οδηγοί βαθμολόγησης θα πρέπει να δημιουργούνται αποκλειστικά από εκπαιδευτικούς, καθώς αυτοί έχουν την εμπειρία στην αξιολόγηση των μαθητών, χωρίς να χρειάζεται η συμβολή των εκπροσώπων των εταιρειών.

c) Οι οδηγοί βαθμολόγησης είναι περιττοί- οι ανεπίσημες αξιολογήσεις και η γενική ανατροφοδότηση είναι επαρκείς για την αξιολόγηση συγκεκριμένων δεξιοτήτων ή ικανοτήτων.

32. Είναι απαραίτητο να αναπτυχθούν διαδικασίες παρακολούθησης σε συνεργασία με τον εκπρόσωπο της εταιρείας για να διασφαλιστεί ότι επιτυγχάνονται τόσο οι εκπαιδευτικοί όσο και οι βιομηχανικοί στόχοι;

a) Η ανάπτυξη διαδικασιών παρακολούθησης σε συνεργασία με τον εκπρόσωπο της εταιρείας είναι απαραίτητη για να διασφαλιστεί ότι επιτυγχάνονται τόσο οι εκπαιδευτικοί όσο και οι βιομηχανικοί στόχοι, εξασφαλίζοντας τη συνάφεια και την αποτελεσματικότητα του προγράμματος.

b) Οι διαδικασίες παρακολούθησης θα πρέπει να αναπτύσσονται ανεξάρτητα από το εκπαιδευτικό ίδρυμα, καθώς είναι καλύτερα εξοπλισμένο για να επιτύχει τους δικούς του στόχους χωρίς να χρειάζεται τη συμβολή του κλάδου.

c) Οι διαδικασίες παρακολούθησης δεν είναι απαραίτητες- η εμπιστοσύνη στη διαδικασία θα οδηγήσει φυσικά στην επίτευξη των εκπαιδευτικών και βιομηχανικών στόχων χωρίς επίσημη εποπτεία.

5.5.6. Παρακολούθηση και αξιολόγηση της επαγγελματικής ανάπτυξης των εκπαιδευτικών στις επιχειρήσεις

33. Υπάρχουν Μελέτες Περίπτωσης που τεκμηριώνουν συγκεκριμένα παραδείγματα του τρόπου με τον οποίο οι εκπαιδευτικοί έχουν εφαρμόσει τις νέες δεξιότητες στις τάξεις τους, τα οποία μπορεί να είναι πολύτιμα τόσο για το εκπαιδευτικό ίδρυμα όσο και για την επιχείρηση;

a) Οι μελέτες περιπτώσεων είναι πολύτιμες, καθώς καταγράφουν συγκεκριμένα παραδείγματα του πώς οι εκπαιδευτικοί εφάρμοσαν νέες δεξιότητες, προς όφελος τόσο του εκπαιδευτικού ιδρύματος όσο και της επιχείρησης.

b) Οι μελέτες περιπτώσεων δεν είναι γενικά χρήσιμες στο πλαίσιο αυτό, καθώς παρέχουν μόνο ανεπίσημα στοιχεία και δεν συμβάλλουν στην αξιολόγηση.

c) Οι μελέτες περιπτώσεων προορίζονται κυρίως για ακαδημαϊκούς σκοπούς και δεν προσφέρουν πρακτική αξία για επιχειρήσεις ή εκπαιδευτικά ιδρύματα.

34. Υπάρχουν εργαλεία για την αξιολόγηση της επαγγελματικής ανάπτυξης των εκπαιδευτικών σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις;

a) Δεν υπάρχουν εργαλεία ειδικά σχεδιασμένα για την αξιολόγηση της επαγγελματικής ανάπτυξης των εκπαιδευτικών σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις, αλλά χρησιμοποιούνται γενικά εργαλεία.

b) Τα εργαλεία για την αξιολόγηση της επαγγελματικής ανάπτυξης των εκπαιδευτικών έχουν σημασία μόνο εντός των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και όχι σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις.

c) Υπάρχουν συγκεκριμένα εργαλεία, όπως διαδικτυακές έρευνες, συνεντεύξεις και πλαίσια παρατήρησης που έχουν σχεδιαστεί για την αξιολόγηση της επαγγελματικής ανάπτυξης των εκπαιδευτικών σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις.

35. Η ανάλυση αυτή παρέχει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για την αξιολόγηση και τη βελτίωση της διαδικασίας κατάρτισης των εκπαιδευτικών στις επιχειρήσεις, διασφαλίζοντας ότι η κατάρτιση παραμένει σχετική, αποτελεσματική και ευθυγραμμισμένη τόσο με τους στόχους των εκπαιδευτικών όσο και με τους στόχους του κλάδου.

a) Ψευδές

b) Αλήθεια

36. Χρησιμοποιούνται εργαλεία όπως έρευνες, ερωτηματολόγια και λίστες ελέγχου παρατήρησης για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με την απόδοση των εκπαιδευτών, τη δέσμευση και την απόκτηση δεξιοτήτων κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας;

a) Εργαλεία όπως έρευνες, ερωτηματολόγια και λίστες ελέγχου παρατήρησης χρησιμοποιούνται ευρέως για τη συλλογή δεδομένων σχετικά με την απόδοση των εκπαιδευτών, τη δέσμευση και την απόκτηση δεξιοτήτων κατά τη διάρκεια της κατάρτισης.

b) Τα εργαλεία αυτά είναι ξεπερασμένα και δεν χρησιμοποιούνται συνήθως για την αξιολόγηση της απόδοσης του εκπαιδευτή ή της απόκτησης δεξιοτήτων κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής διαδικασίας.

c) Εργαλεία όπως οι έρευνες και τα ερωτηματολόγια χρησιμοποιούνται μόνο μετά τη διαδικασία κατάρτισης για την αξιολόγηση της συνολικής ικανοποίησης και όχι για τη συνεχή συλλογή δεδομένων.

37. Εάν, για παράδειγμα, ο στόχος μιας αξιολόγησης ήταν η ενίσχυση συγκεκριμένων δεξιοτήτων διδασκαλίας, θα πρέπει τα δεδομένα να αντικατοπτρίζουν κατά πόσον οι δεξιότητες αυτές έχουν βελτιωθεί;

a) Τα δεδομένα που συλλέγονται θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν άμεσα κατά πόσον έχουν βελτιωθεί οι συγκεκριμένες διδακτικές δεξιότητες στις οποίες στοχεύει η αξιολόγηση.

b) Δεν είναι απαραίτητο τα δεδομένα να αντικατοπτρίζουν τη βελτίωση συγκεκριμένων δεξιοτήτων - αρκεί η γενική ανατροφοδότηση.

c) Τα δεδομένα θα πρέπει να επικεντρώνονται μόνο στη συνολική ικανοποίηση από την κατάρτιση και όχι στη βελτίωση συγκεκριμένων δεξιοτήτων.

6.

TESTBANK – DANSK VERSION

1) Instruktioner til testen ved indgangen til den modulopbyggede enhed

Introduktion til prætest

Test ved indgangen til den modulopbyggede enhed

Du bliver inviteret til at gennemføre en test for at diagnosticere din viden og dine færdigheder ved indgangen. Det er vigtigt at gennemføre testen, fordi den fortæller dig, om du skal arbejde videre med materialet, eller om du kan gå videre til næste hold.

Der blev brugt forskellige typer spørgsmål i testen:

- 1) En "sandt-falsk"-øvelse, hvor du bliver bedt om at vurdere rigtigheden af de givne data;
- 2) Enkeltvalg, dvs. ud af tre svarmuligheder skal du angive ét korrekt svar;
- 3) Flere valgmuligheder;
- 4) Gap-opgaver.

Held og lykke!

Besked efter testen:

Der vil være 2 svarmuligheder

- 1) Du har ikke løst alle opgaverne, så det giver mening, at du sætter dig ind i læringsenhedens indhold.
- 2) Tillykke, du har besvaret alle spørgsmålene korrekt. Din score giver dig mulighed for at konkludere, at du har mestret materialet meget godt.

Du kan nu downloade et certifikat, der bekræfter din beherskelse af fagområdet.

På trods af dette opfordrer vi dig til at overveje muligheden for at læse indholdet af den pågældende træningsenhed.

Hvis du derimod føler, at du er tilfreds med dit videns- og færdighedsniveau, opfordres du til at tage en test ved indgangen til den næste træningsenhed.

2) Instruktioner til testen i slutningen af den modulære enhed

Du er lige blevet færdig med at tilegne dig viden og færdigheder fra den modulære enhed, og nu er det din tur til at tjekke dit mestringsniveau. Til det formål har vi forberedt en test til dig.

Der blev brugt forskellige typer spørgsmål i testen:

- 1) En "sandt-falsk"-øvelse, hvor du bliver bedt om at vurdere rigtigheden af de givne data;
- 2) Enkeltvalg, dvs. ud af tre svarmuligheder skal du angive ét korrekt svar.
- 3) Flere valgmuligheder;
- 4) Gap-opgaver.

Held og lykke!

Instruktioner efter testen:

Der vil være 2 svarmuligheder

- 1) Du har besvaret mindre end 80% af spørgsmålene godt, så det er rimeligt at overveje at gentage leveringen af træningsenheden eller at henvise til de yderligere træningsmaterialer, der er udviklet af projektet i form af en læringspakke. I disse materialer finder du også yderligere litteraturkilder, som du kan supplere og udvide din viden og dine færdigheder med. Valget er op til dig.
- 2) Tillykke, du har svaret rigtigt på mere end 80% af spørgsmålene. Din score giver dig mulighed for at konkludere, at du har mestret dette materiale meget godt.

På trods af dette opfordrer vi dig til at overveje muligheden for at læse de supplerende undervisningsmaterialer, der er udviklet af projektet i form af en læringspakke. I disse materialer finder du også yderligere litteraturkilder til at udvide din viden og dine færdigheder.

Du kan nu downloade et certifikat, der bekræfter din beherskelse af fagområdet.

6.1. Test af en modulær enhed M1.U1. Indkøb af eksterne virksomheder til samarbejde og fremme af erhvervsuddannelse.

6.1.1. Udvikling af en markedsføringsstrategi for en erhvervsskole med henblik på at udvikle samarbejdet med virksomheder.

1. Det er muligt at bruge en god markedsføringsplan til at få virksomheden til at vælge et træningscenter:

- a) Definer uddannelsescentrets vision og mission for at gøre opmærksom på fordelene ved, at de studerende er i praktik i virksomheden, og etabler et samarbejdsforhold mellem de to.
- b) Informer virksomhederne om fordelene ved erhvervsuddannelse.
- c) At informere kommende studerende om den uddannelse, der tilbydes på uddannelsescentret, og at øge antallet af tilmeldinger.

d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle er korrekte.

2. Hvad skal markedsføringsplanen indeholde?

- a) Definér uddannelsescentrets vision og mission.
- b) Definér det billede, du ønsker at give af uddannelsescentret.
- c) Definér, hvilken strategi du vil bruge for at opnå samarbejde med virksomheder.

d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle er korrekte.

3. Faserne i strategisk ledelse er:

- a) Definer virksomhedens filosofi og mission, formuler flere mulige strategier og vælg den, der er bedst egnet til at nå de mål, der er fastsat i virksomhedens mission, og overvåg til sidst strategiens effektivitet i forhold til at nå virksomhedens mål.**
- b) Definer virksomhedens eller forretningsenhedens filosofi og mission, og opstil kort- og langsigtede mål for at nå virksomhedens mission.
- c) Sikre de aktiviteter, der er nødvendige for at sikre, at strategien leveres effektivt, og overvåg strategiens effektivitet i forhold til at nå virksomhedens mål.

Rigtigt svar: a) Definer virksomhedens filosofi og mission, formuler flere mulige strategier og vælg den, der er bedst egnet til at nå de mål, der er fastsat i virksomhedens mission, og overvåg til sidst strategiens effektivitet i forhold til at nå virksomhedens mål.

4. Angiver, at der skal tages hensyn til markedsføring:

- a) Alt, hvad der produceres, bliver solgt.
- b) Man er nødt til at sælge det, man udvikler.
- c) Forbrugernes behov skal kendes og imødekommes.**
- d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: c) Forbrugerens behov skal kendes og imødekommes.

5. Markedsføring:

- a) Det skaber behov i forbrugerens bevidsthed.
- b) Den behøver ikke at kende forbrugernes behov.
- c) Det er ikke nyttigt, når der er konkurrence på markedet.
- d) Ingen af dem er korrekte.**

Rigtigt svar: d) Ingen af dem er korrekte.

6. Angiv, hvilke udsagn der er sande:

- a) Alt, hvad der produceres, bliver solgt.
- b) Hvis produktet er af høj kvalitet, behøver det ikke at blive markedsført.
- c) Forbrugernes behov skal kendes og imødekommes.
- d) Alle er falske.**

Rigtigt svar: d) Alle er falske.

7. Forskellen mellem marketing og salg er, at:

- a) *Marketing er ikke en tilføjelse til salg.*
- b) Salg er ikke afhængig af langsigtede strategier, *marketing* af kortsigtede handlinger.
- c) Salg handler om at få kunden til at ville have det, virksomheden producerer; markedsføring handler om at få virksomheden til at producere det, kunden vil have.**

Rigtigt svar: c) Salg handler om at få kunden til at ville have det, virksomheden producerer; markedsføring handler om at få virksomheden til at producere det, kunden vil have.

8. Hvilket af disse udsagn er sandt?

- a) *Marketing* er en måde at opfatte udvekslingsforholdet mellem to eller flere parter på.
- b) *Marketing* er et sæt teknikker til at udføre forholdet mellem to eller flere parter på forskellige måder.

c) Alle er falske.

- d) *Markedsføring* er baseret på tre grundlæggende punkter: produkt, distribution og promotion.

Rigtigt svar: c) Alle er falske.

9. Hvilke aktiviteter kan man bruge marketing til?

- a) Markedsføring af forbrugsvarer.
- b) Levering af tjenesteydelser.
- c) Fagforeningsaktiviteter.

d) Alle er sande.

Rigtigt svar: d) Alle er sande.

10. Hvilke aktiviteter kan man ikke bruge markedsføring til?

- a) Markedsføring af forbrugsvarer.
- b) Levering af tjenesteydelser.
- c) Fagforeningsaktiviteter.

d) Til dem, hvor der ikke er nogen udveksling af værdi mellem to eller flere parter.

Rigtigt svar: d) Til dem, hvor der ikke er nogen udveksling af værdi mellem to eller flere parter.

11. Markedsføring:

- a) Det skaber behov.
- b) Identificerer, skaber eller udvikler efterspørgsel.**
- c) Den behøver ikke at kende forbrugernes behov.
- d) Det er nyttigt, når der ikke er konkurrence på markedet.

Rigtigt svar: b) Identificerer, skaber eller udvikler efterspørgsel.

12. Hvad er marketingudtrykket for de veje, som produkter bevæger sig igennem fra producenten til slutforbrugeren?

- a) Formidlingskanaler.
- b) Distributionskanaler.**
- c) Kriterier for tilnærmelse.
- d) Salgssteder.

Rigtigt svar: b) Distributionskanaler.

13. Hvordan forstås promotion inden for marketing?

- a) Det har til formål at forbedre brandets image.
- b) Det har til formål at gøre reklamer mere effektive.

c) Den arbejder på at koordinere og forbedre alle marketingaktiviteter, der udføres.

Rigtigt svar: c) Den arbejder på at koordinere og forbedre alle *marketingaktiviteter*, der udføres.

14. Markedsføringstiltag rettet mod forbrugerne:

a) De øger salget af produktet.

- b) De øger ikke altid salget af produkter.
- c) De er ikke højt anset af forbrugerne.
- d) De påvirker ikke købsbeslutninger.

Rigtigt svar: a) De øger salget af produktet.

15. Hvilket af følgende er ikke nødvendigt, når man planlægger en marketingkampagne?

- a) Bestem det mål, der skal fremmes.

b) Undersøg de reklamekampagner, som konkurrenterne tidligere har gennemført.

- c) Afsæt et budget til kampagnen.

Rigtigt svar: b) Undersøg de reklamekampagner, som konkurrenterne tidligere har gennemført.

16. En virksomhed ønsker at generere likviditet om tre måneder, fordi den skal foretage nogle betalinger, som ikke kan udskydes, og ikke har nogen kontanter til rådighed. For at løse problemet:

- a) Det kan ikke gøre noget ud fra et *markedsføringssynspunkt*.
- b) Man kan kun gå i banken og få et lån.
- c) Løs dit problem med en reklamekampagne.

d) Du kan køre et salg fremstød for dit produkt og være sikker på, at det hurtigt vil generere øget salg og penge.

Rigtigt svar: d) Du kan køre en salgskampagne for dit produkt og være sikker på, at den hurtigt vil generere øget salg og penge.

17. Hvilket udsagn er sandt ud fra et markedsføringssynspunkt?

- a) Mål kan kun nås på én måde.
- b) Virksomhedens ejer bør altid være ansvarlig for at udvikle strategier.
- c) Målene kan nås på forskellige måder, dvs. ved hjælp af forskellige strategier.**
- d) *Marketingafdelingen* er ikke ansvarlig for at fastlægge strategier.

Rigtigt svar: c) Målene kan nås på forskellige måder, dvs. ved hjælp af forskellige strategier.

18. Strategierne er:

- a) De handlinger, der skal udføres med prisvariablen.

b) Et koordineret sæt af handlinger med marketingvariabler for at følge virksomhedens mål.

- c) Det er de kontrolelementer, der informerer virksomheden om, hvorvidt målene er nået.
- d) Ingen af delene.

Rigtigt svar: b) Et koordineret sæt af handlinger med *marketingvariabler* for at følge virksomhedens mål.

19. Fremskrivningerne af en markedsføringsplan er:

- a) Konkurrencestudier.
- b) Et sæt elementer til at verificere overholdelse af planen.**
- c) De vigtigste mål for missionen.
- d) Mulige synspunkter, som virksomheden kan tage stilling til.

Rigtigt svar: b) Et sæt elementer til at verificere opfyldelsen af planen.

20. Angiver, hvilke opgaver der ikke skal planlægges i en marketingkampagne:

- a) Analyser virksomhedens styrker og svagheder.
- b) At kende virksomhedens kundebase.**
- c) Tjek virksomhedens lånepotentiale.
- d) Udvikle virksomhedens *marketingmix*.

Rigtigt svar: b) At kende virksomhedens kundebase.

21. Markedsføringsplaner:

- a) De vejleder virksomheden i at nå sine mål.**
- b) De bør bestilles hos en specialiseret virksomhed med kendskab til markedet.
- c) De er ubrugelige.
- d) De har til formål at rapportere om udviklingen i salget over en given periode.

Rigtigt svar: a) De vejleder virksomheden i at nå sine mål.

22. Begrebet planlægning i marketing refererer til:

- a) En analyse af virksomhedens seneste regnskabsår.
- b) Et projekt om fremtiden.**
- c) Et projekt om udviklingen af markedet for visse produkter.
- d) En liste over de vigtigste karakteristika, der er observeret i virksomheden.

Rigtigt svar: b) Et projekt om fremtiden.

23. Hvad er hovedformålet med markedsføring?

- a) Maksimering af kortsigtet rentabilitet.
- b) At opfylde kundernes behov og skabe værdi.**
- c) Reducer konkurrencen.

Rigtigt svar: b) At opfylde kundernes behov og skabe værdi.

24. Hvad er markedssegmentering i marketing?

- a) Opdelingen af en virksomhed i forskellige afdelinger.

b) Markedsføringsstrategien er rettet mod et enkelt marked.

c) Opdelingen af markedet i homogene kundegrupper.

d) Eliminering af konkurrence på markedet.

Rigtigt svar: c) Opdelingen af markedet i homogene grupper af kunder.

25. Hvad er positionering i marketing?

a) Den fysiske placering af et produkt i en butik.

b) Det image og den opfattelse, som et produkt har i forbrugernes bevidsthed.

c) Den sidste fase af en marketingplan.

Rigtigt svar: b) Det image og den opfattelse, som et produkt har i forbrugernes bevidsthed.

26. Hvilket af følgende er en nichemarkedsføringsstrategi?

a) Målret mod et bredt og forskelligartet marked.

b) Målret mod et lille og specifikt markedssegment.

c) Ignorer markedet helt og aldeles.

d) Konkurrer med lave priser i alle markedssegmenter.

Rigtigt svar: b) Målretning mod et lille og specifikt markedssegment.

27. Hvad er ROI i marketing?

a) Afkast af investeringen.

b) Indtægtoptimeringsgrad.

c) Forholdet til andre konkurrenter på markedet.

Rigtigt svar: a) Afkast af investeringen.

28. Hvad er hovedformålet med en marketingstrategi?

a) Øge prisen på produkter.

b) Skab engagerende og værdifuldt indhold for at tiltrække og fastholde kunder.

c) Reducer investeringerne i reklame.

d) Promovere konkurrerende produkter.

Rigtigt svar: b) Skab engagerende og værdifuldt indhold for at tiltrække og fastholde kunder.

29. Hvad er en analyse af styrker, svagheder, muligheder og trusler i marketing?

a) En teknik til at bestemme den optimale pris på et produkt.

b) En model til vurdering af markeds konkurrence.

c) En tilgang til at identificere interne og eksterne faktorer, der påvirker en virksomhed.

d) En metode til at måle afkastet af reklameinvesteringer.

Rigtigt svar: c) En tilgang til at identificere interne og eksterne faktorer, der påvirker en virksomhed.

30. Hvad er guerilla-marketing?

a) En aggressiv marketingstrategi rettet mod store virksomheder.

b) Brugen af militære taktikker i reklamer.

c) En kreativ og omkostningseffektiv markedsføringsstrategi med utraditionelle tilgange.

d) Fremme af verdensfred gennem reklame.

Rigtigt svar: c) En kreativ og omkostningseffektiv markedsføringsstrategi, der bruger ukonventionelle tilgange.

31. Hvad er hovedformålet med markedsundersøgelser inden for marketing?

a) Skab øjeblikkeligt salg.

b) Indhent medarbejdernes demografiske data.

c) Dybdegående forståelse af kunder og marked.

d) Vurdering af et produkts rentabilitet.

Rigtigt svar: c) At forstå kunderne og markedet grundigt.

32. Hvad betyder "målretning" i markedsføring?

a) Opnå salgsmålet.

b) At identificere målgruppen for en marketingkampagne.

c) Sænke priserne for at tiltrække flere kunder.

Rigtigt svar: b) At identificere målgruppen for en marketingkampagne.

33. Hvad er branding i marketing?

a) Processen med at skabe et logo til en virksomhed.

b) En virksomheds strategi for omkostningsreduktion.

c) Opbygning og styring af et brand og dets image.

d) Markedssegmentering i mindre grupper.

Rigtigt svar: c) Opbygning og styring af et brand og dets image.

34. Hvilken af disse er ikke en digital markedsføringskanal?

a) Sociale netværk.

b) Postforsendelse.

c) E-mail-marketing.

d) Reklame på nettet.

Rigtigt svar: b) Postforsendelse.

35. Hvad er "markedspositionering" i marketing?

a) Den laveste pris på markedet.

b) En virksomheds geografiske placering.

c) Det image og den opfattelse, som forbrugerne har af et brand i forhold til dets konkurrenter.

d) Investering i trykte reklamer.

Rigtigt svar: c) Det image og den opfattelse, som forbrugerne har af et brand i forhold til dets konkurrenter.

36. Hvad er indholdsmarkedsføring?

- a) Traditionel trykt reklame.
- b) Generering af værdifuldt og relevant indhold for at tiltrække og fastholde publikum.**
- c) En virksomheds prisstrategi.
- d) Promovering af produkter gennem berømt heder.

Rigtigt svar: b) Generering af værdifuldt og relevant indhold for at tiltrække og fastholde publikum.

37. Hvad er formålet med attraktiv emballage i markedsføringen?

- a) Reducer produktionsomkostningerne.
- b) Gør produkterne sværere at finde.
- c) For at øge produktets opfattede værdi og tiltrækning.**
- d) Undgå behovet for reklame.

Rigtigt svar: c) For at øge produktets opfattede værdi og tiltrækningskraft.

38. Hvad synes du er vigtigt i digital markedsføring?

- a) Pris på produkter.
- b) Afkast af investeringen.**
- c) Antal ansatte i virksomheden.
- d) Mængden af papir, der bruges på kontoret.

Rigtigt svar: b) Afkast af investeringen.

39. Hvilket udsagn er korrekt Hvad er hovedformålet med markedsføring?

- a) Maksimering af den langsigtede rentabilitet.
- b) For at opfylde producentens behov.
- c) Reducer konkurrencen.
- d) Alle er falske.**

Rigtigt svar: d) Alle er falske.

40. Angiv den forkerte sætning:

- a) Marketing skaber behov.
- b) Identificerer, skaber eller udvikler efterspørgsel.
- c) Den behøver ikke at kende forbrugernes behov.**

Rigtigt svar: c) Den behøver ikke at kende forbrugernes behov.

6.1.2. Fremme samarbejdet mellem uddannelsescentre og virksomheder gennem sociale netværk.

41. Hvad er hovedformålet med en marketingstrategi for sociale medier?

- a) Stigende driftsomkostninger.

b) Få så mange følgere som muligt.

c) Opbygning af relationer med kunder.

d) Sænk produktpriserne.

Rigtigt svar: c) Opbygning af relationer med kunder.

42. Hvad er fordelene ved sociale netværk?

a) Alle har adgang, de har mulighed for at interagere med andre mennesker uden at skulle kende dem.

b) Tab af privatliv.

c) Mangel på sikkerhed.

d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle er korrekte.

43. Hvad er X (Twitter)?

a) Det er det netværk, hvor du kan sige, hvad der sker i øjeblikket.

b) Det er det mest udbredte sociale netværk, da det giver mulighed for at dele billeder og beskeder.

c) Det er den mest besøgte, fordi den giver dig mulighed for at uploade videoer.

Rigtigt svar: a) Det er det netværk, hvor man kan sige, hvad der sker i øjeblikket.

44. Hvad er et online netværk?

a) Det er den, der er udviklet med elektroniske enheder.

b) Det er den, der udvikler uden brug af elektronisk udstyr.

c) Det er den, du kan udvikle med og uden en elektronisk enhed, og du kan socialisere med flere mennesker.

Rigtigt svar: c) Det er den, du kan udvikle med og uden en elektronisk enhed, og du kan socialisere med flere mennesker.

45. Hvad er et offline netværk?

a) Det er den, der er udviklet med elektroniske enheder.

b) Det er den, der udvikler uden brug af elektronisk udstyr.

c) Det er den, du kan udvikle med og uden en elektronisk enhed, og du kan socialisere med flere mennesker.

Rigtigt svar: a) Det er den, der er udviklet med elektroniske enheder.

46. Hvad er sociale netværk?

a) Analogt og digitalt.

b) Warner Bros. og Disney.

c) Facebook og Twitter (X).

Rigtigt svar: c) Facebook og Twitter (X).

47. Hvad er et socialt netværk?

- a) En hjemmeside.
- b) De er sociale strukturer, der består af grupper af mennesker, som er forbundet af en eller flere typer relationer, f.eks. venskab.**
- c) Et netværk, der giver dig mulighed for at kommunikere med venner, du ikke længere ser.

Rigtigt svar: b) De er sociale strukturer, der består af grupper af mennesker, som er forbundet af en eller flere typer af relationer, f.eks. venskab.

48. Hvad er Facebook (Meta)?

- a) Det er et forum, hvor folk kan give deres mening til kende.
- b) Det er det mest udbredte sociale netværk, da det giver mulighed for at dele billeder og beskeder.**
- c) Det er det netværk, hvor du kan sige, hvad der sker på stedet.

Rigtigt svar: b) Det er det mest udbredte sociale netværk, da det giver mulighed for at dele billeder og beskeder.

49. Hvad er Youtube?

- a) Det er et forum.
- b) Det er det mest udbredte netværk, da det tillader videodeling.**
- c) Det var den mest brugte æra, indtil Faceook (Meta) dukkede op.

Rigtigt svar: b) Det er det mest udbredte netværk, da det tillader videodeling.

50. Hvad er Blogger?

- a) Det er et forum.
- b) Det er et socialt netværk, som giver dig mulighed for at oprette og udgive en online blog.**
- c) Det er en blog.

Rigtigt svar: b) Det er et socialt netværk, der giver dig mulighed for at oprette og udgive en online blog.

51. Sæt kryds ved det forkerte svar. Sociale netværk har ændret modellen for kommunikation og informationssøgning. Den jobprofil, der er ansvarlig for denne kommunikation og udvikling, kaldes:

- a) Community manager.
- b) Planlægger af sociale medier.
- c) Hangouts.**

Rigtigt svar: c) Hangouts.

52. Marker det forkerte svar Almindelig social praksis på sociale netværk er:

- a) Del indhold som fotos, videoer, tekst, musik og nyheder.
- b) Udgiv begivenheder for at annoncere begivenheder til dit netværk.
- c) Opret eksklusive grupper for bestemte kontakter.

d) Send krypterede beskeder.

Rigtigt svar: d) Send krypterede beskeder.

53. I sproget på de sociale netværk kan vi finde ord som:

- a) Virtuelt fællesskab.
- b) Tweet.
- c) Kan godt lide det.

d) Alle er sande.

Rigtigt svar: d) Alle er sande.

54. Er sociale netværk et globalt fænomen?

a) Det er sandt.

- b) Falsk.

Rigtigt svar: a) Det er sandt.

55. Er et socialt netværk en social struktur, der består af mennesker eller enheder, der er forbundet med hinanden via en fælles type relation eller interesse?

a) Det er sandt.

- b) Falsk.

Rigtigt svar: a) Det er sandt.

56. Har sociale netværk på internettet en vigtig plads inden for forretning og personlige relationer?

a) Det er sandt.

- b) Falsk.

Rigtigt svar: a) Det er sandt.

57. Er det blevet sværere at kommunikere med nogen som helst med fremkomsten af sociale medier?

- a) Det er sandt.

b) Falsk.

Rigtigt svar: b) Falsk.

58. Hvad kan man bruge sociale netværk til i arbejdslivet?

- a) Det er sandt.

b) Falsk.

Rigtigt svar: b) Falsk.

59. Hvilke indikatorer bruges ikke i netværk X (TWITTER)?

a) Antal kommentarer.

- b) Antal tweets.
- c) Antal likes.

Rigtigt svar: a) Antal kommentarer.

60. Hvilke strategier tillader Instagram-netværket?

a) Gennemfør undersøgelser.

- b) Lancer nye produkter.
- c) Udvikle kataloger over tjenester og produkter.

Rigtigt svar: a) Gennemfør undersøgelser.

61. Angiv det forkerte svar. At opnå mål på sociale medier kræver:

- a) Tid, udholdenhed.
- b) Tid, udholdenhed og rettidig handling.

c) Tid og rettidige handlinger.

Rigtigt svar: c) Tid og rettidige handlinger.

62. Hvad skal vi gøre for at nå vores mål på de sociale netværk?

- a) Opret kontakter.
- b) Opbygge kundeloyalitet til vores brand.

c) Skab indhold af værdi, som ikke svarer til kundernes behov.

Rigtigt svar: c) At skabe indhold af værdi, som ikke svarer til kundernes behov.

63. Hvilke anbefalinger skal man følge, hvis man bruger det sociale netværk Instagram?

- a) Skriv eller udgiv indlæg dagligt eller i det mindste regelmæssigt.
- b) Alle er korrekte.**
- c) Væggen må IKKE blive mættet med beskeder på kort tid eller give indtryk af en forladt profil.

Rigtigt svar: b) Alle er korrekte.

64. Hvad kan sociale netværk bruges til i vores arbejds-, privat- og uddannelsesliv?

- a) De giver dig mulighed for at blive informeret om forskellige emner og situationer, der opstår i realtid, inklusive fotos og videoer. Og det er nemt at dele med andre.
- b) De giver dig mulighed for at møde virtuelle venner og udveksle information.
- c) Mange virksomheder har profiler, hvor de annoncerer jobmuligheder.

d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle er korrekte.

65. Fordele ved at bruge sociale netværk.

- a) De kan bruges i uddannelsessektoren såvel som på arbejdspladsen.
- b) Virksomheder kan bruge netværk til at kommunikere de produkter og tjenester, de tilbyder.
- c) Det opmuntrer til deltagelse og samarbejde mellem mennesker og virksomheder.

d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle er korrekte.

66. Ulemper ved at bruge sociale medier

- a) Enhver ukendt eller farlig person kan få adgang til personlige oplysninger og virksomhedsoplysninger.
- b) Det afholder dig fra at møde mennesker omkring dig og kan isolere dig fra andre mennesker.

c) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: c) Alle er korrekte

67. Professionelle sociale netværk.

a) Dedikeret udelukkende til beskæftigelsesområdet. De forbinder mennesker og virksomheder, der tilbyder job, oprettelse af forskningsgrupper...

- b) De er ikke udelukkende fokuseret på arbejdspladsen.

Rigtigt svar: a) Dedikeret udelukkende til beskæftigelse. De forbinder mennesker og virksomheder, der tilbyder job, oprettelse af forskningsgrupper...

68. Det er sjovt at dele øjeblikke og indlæg på de sociale medier. Men vi skal være forsigtige med, hvad vi deler, sender videre, og hvor vi har adgang.

- a) At videresende en kæde af beskeder med et link til en nyhed, som jeg ikke har tjekket med officielle kilder.
- b) Upload et billede af min elregning på grund af en fejl i regningen.
- c) Upload et billede af mine seneste banktransaktioner for at bede om hjælp til ukendte opkrævninger.

d) Ingen af de ovenstående handlinger bør foretages, da cyberkriminelle kan kapre dine data, og du kan få problemer med cybersikkerheden.

Rigtigt svar: d) Ingen af ovenstående handlinger bør foretages, da cyberkriminelle kan kapre vores data og have problemer med cybersikkerheden.

69. Når vi deler vores oplysninger på et socialt netværk, kan ALLE se dem. Det indikerer, hvilke risici der kan opstå:

- a) Åbn siderne, så alle kan se dem.
- b) At give personlige oplysninger.
- c) Upload fotografier, dine egne eller andres, som afspejler intime situationer.
- d) Bliver venner med folk, de ikke kender.

e) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: e) Alle er korrekte.

70. Hvad kan vi gøre ved risiciene på sociale netværk?

- a) Sorter kontakter i GRUPPER: Vi kan opdele dem efter familie, venner, skole osv. Så når grupperne er dannet, kan vi beslutte, hvilken publikation de kan se.
- b) Bestem, hvad der må ses. Vi kan konfigurere, hvilken del af vores portal der er synlig, og hvem der har adgang til den.
- c) Adresse og telefonnummer: Det er bedre aldrig at uploade det, men hvis vi beslutter at gøre det, skal vi indstille webstedet, så kun de personer, vi beslutter, kan se det.

- d) Giv ikke altid adgang: Nogle gange er det praktisk at sætte din side op, så kun venner eller familiemedlemmer kan se den, så fremmede ikke kan finde dig.

e) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: e) Alle er korrekte.

71. Malware er en forkortelse for "ondsindet software", et begreb, der omfatter alle typer ondsindet software eller computerkode, hvis funktion er at skade et system eller forårsage en funktionsfejl. Inden for denne gruppe kan vi finde udtryk som: Virus, adware, trojanske heste osv.

a) Det er sandt.

- b) Falsk.

Rigtigt svar: a) Det er sandt.

72. Spam eller junkmail er uopfordrede, uønskede eller ekstremt irriterende beskeder fra ukendte afsendere.

a) Det er sandt.

- b) Falsk.

Rigtigt svar: a) Det er sandt.

73. De vigtigste smitteveje for computere og tablets er adgang til:

- a) Sociale netværk og bedrageriske hjemmesider.
- b) Gratis" programmer (men med gratis gaver)
- c) Inficerede USB-enheder/CD'er/DVD'er.
- d) Tidligere inficerede legitime hjemmesider.
- e) Vedhæftede filer i uopfordret post (spam).

f) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: f) Alle er korrekte.

74. Hvordan kan vi beskytte os mod malware?

- a) Et opdateret antivirusprogram.
- b) Sund fornuft.
- c) Alt er altid opdateret.

d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle er korrekte.

75. Phishing" består i at sende e-mails, der under foregivende af at komme fra pålidelige kilder (f.eks. banker) forsøger at få fat i fortrolige brugerdata, som derefter bruges til at udføre en eller anden form for svindel. For at gøre dette indeholder de normalt et link, der, når der klikkes på det, fører til falske hjemmesider. På den måde tror brugeren, at han eller hun er på et troværdigt websted, og indtaster de ønskede oplysninger, som i virkeligheden ender i hænderne på svindleren.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Rigtigt svar: a) Det er sandt.

76. Hvad ønsker vi at opnå ved at bruge sociale medier?

- a) At have et brand til stede til den bedste pris.
- b) Viralitet.
- c) Brug disse nye værktøjer og kanaler.

d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle er korrekte.

77. Sociale netværk oprettes af brugerne via de forskellige muligheder, der findes på internettet.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: a) Falsk.

78. Sociale netværk skaber nye former for kommunikation og ny brug af ord, som ikke er almindeligt anvendt i den måde, folk kommunikerer på.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Rigtigt svar: a) Det er sandt.

6.1.3. Tiltrække virksomheder og deres ledelse til at samarbejde om udvikling af erhvervsuddannelser.

79. Hvilken struktur skal et indlæg have?

a) Overskrift. Uddrag. Tekstens hoveddel. Konklusion og afslutning.

- b) Tekstens hoveddel. Konklusion og afslutning.
- c) Tekstens hoveddel. Overskrift. Konklusion og afslutning.

Rigtigt svar: a) Overskrift. Uddrag. Tekstens hoveddel. Konklusion og afslutning.

80. Overskrift: Det er og skal være det første hook i dit indlæg, det er som et første-håndsindtryk, det er det første, vi ser, det skal være meget gennemtænkt og være kreativt, i stand til at tiltrække opmærksomhed og opfylde forventninger.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

81. Et uddrag eller et resumé. Det skal være på cirka tre linjer. Det skal være meget attraktivt og skabe en følelse af lyst til at fortsætte.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Rigtigt svar: b) Falsk.

82. Konklusion og afslutning. Dette er en meget vigtig del og skal afklare alt, hvad der er blevet sagt indtil nu, og efterlade læseren med en god smag i munden.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

83. Der er mange typer indlæg, et af dem er problemløsningsindlægget, og det skal være nyttigt, direkte og afgørende.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

84. En anden type indlæg er "Sådan gør du"-vejledninger. De fungerer godt, folk læser og slår op, hvordan man gør noget. De kan være i lyd-, video- eller screencast-format.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

85. Et forskningsindlæg kan indeholde casestudier, tal, grafer osv.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

86. De audiovisuelle indlæg er lavet med videoer; fra den simpleste version, en optagelse af en person, der sidder foran et kamera og forklarer, hvad vi vil sige, til en animation eller et sæt af bevægelige billeder og lyd.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

87. Et FAQ-indlæg er et indlæg, der består af de hyppigst stillede spørgsmål om et enkelt emne, og hvor der kun søges fem svar.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Rigtigt svar: b) Falsk.

88. Der er indlæg af mange slags:

a) I ocinion.

b) Et af de bedste indlæg.

c) Spørgsmål og svar.

d) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle er korrekte.

89. Angiv det forkerte svar. Når du skriver et indlæg på sociale medier, bør du:

- a) Skab fascination.
- b) Journalistisk stil.

c) Lad være med at vise en mening.

Rigtigt svar: c) Lad være med at vise en mening.

90. Det budskab, du vil formidle i et indlæg: Beslut dig først for, hvad du vil fortælle og hvordan.

- a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

91. Når du skriver et indlæg, kan du bruge mange akronymer eller forkortede ord.

- a) Ja.

b) Nej. Du må hellere sørge for, at det bliver forstået.

Rigtigt svar: b) Nej. Du må hellere sørge for, at det bliver forstået.

92. Citater, vigtige og/eller virkningsfulde sætninger. Indskudte sætninger kan hjælpe med at organisere det indhold, du tilbyder, og forme dit budskab i indlægget.

- a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

93. Vær praktisk, når du skriver et indlæg. Se efter, hvad der er nyttigt for den eller de personer, du skriver til.

- a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

94. Du skal vælge de billeder, som du vil illustrere indlægget med, på en passende måde.

a) Det er sandt, for ellers vil læseren ikke relatere teksten til billedet, og det forvrænger meningen med indlægget.

- b) Falsk, det er ikke nødvendigt.

Rigtigt svar: a) Det er sandt, for ellers vil læseren ikke relatere teksten til billedet, og det forvrænger meningen med indlægget.

95. Gennemgå og rediger indlægget, før du udgiver det.

a) Det er sandt. Gå hvert budskab igennem og spørg dig selv, om der ikke er en bedre måde at fortælle det på.

- b) Falsk.

Rigtigt svar: a) Det er sandt. Gå hvert budskab igennem og spørg dig selv, om der ikke er en bedre måde at fortælle det på.

96. Hvordan skaber man godt indhold på LinkedIn? Det vigtigste er at fokusere på at skabe nyttigt indhold og ikke bare selvpromovering.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

97. At skabe nyttigt indhold giver dig ikke mulighed for at etablere en autentisk forbindelse med dit publikum, skabe værdi og opmuntre til engagement.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Rigtigt svar: b) Falsk.

98. Det er ikke nødvendigt at undersøge din målgruppes behov og interesser og skræddersy dit indhold derefter.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: a) Falsk.

99. Brugen af visuelle elementer som billeder og videoer kan hjælpe med at fange opmærksomheden og øge effekten af dine indlæg.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

100. Hvad er formålet med at skabe indhold på LinkedIn?

a) Styrk dit personlige brand.

b) Skab trafik til din hjemmeside (anbefales stærkt, hvis du tilbyder en service).

c) Alle er korrekte.

Rigtigt svar: c) Alle er korrekte.

101. Hvis du offentliggør et nyt produkt på virksomhedens hjemmeside eller sociale netværk, skal du inkludere det:

a) Giv mulighed for at downloade et bredt udvalg af produktbilleder.

b) Giv mulighed for at teste produktet.

c) Det er ikke nødvendigt at medtage vidnesbyrd fra skaberen af produktet.

Rigtigt svar: c) Det er ikke nødvendigt at medtage produktudviklerens vidneudsagn.

102. Det er fantastisk at skabe sit eget indhold, men det kræver tid og planlægning. Husk, at ikke alt, hvad du udgiver, behøver at være 100 % dit eget, du kan bruge tredjepartsindhold, der passer til din ekspertise.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

103. At interagere med dine kontacters indlæg er en anden måde at "skabe indhold" på.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

104. Det er vigtigt at bruge hashtags og nøgleord i dine publikationer. På den måde kan du optræde hyppigere og i toppen, når dine potentielle kunder søger på en søgemaskine eller på Google.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

105. Der er ingen grænse for, hvor mange hashtags du kan bruge på netværkene, men det er ikke tilrådeligt at bruge for mange. Desuden kan platformens algoritme klassificere dit indlæg som spam.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

106. Del indhold med et personligt præg, lad være med at "robotisere". Når du deler indhold, så sørg for, at du gør det med en personlig kommentar, når du poster det.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

107. Tilføj emojis til indlægget for at gøre det mere visuelt, men lad være med at gøre det til et billede fuld af tegninger.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

108. Videoer er en fremragende måde at kommunikere på. Det, der plejer at fungere rigtig godt, er mikrovideoer eller "piller" på 10 minutter, hvor du fortæller dine kontakter om fremtidige kurser, tjenester eller fokuserer på, "hvordan man gør en bestemt handling".

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: a) Falsk.

109. Videoerne vil give dig synlighed og generere et stort antal visninger, som du vil se afspejlet i statistikkerne.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

110. Videoer er en fantastisk måde at kommunikere på. Det, der plejer at fungere rigtig godt, er mikrovideoer eller "piller" på 1-2 minutter.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

111. Webinarer er en fantastisk måde at kommunikere dit indhold på og dele viden med din målgruppe. Webinarer er videoer, der foregår i realtid via platforme som blandt andet Skype eller Zoom, og som giver mulighed for interaktion mellem dit brand og dit publikum.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

112. I webinarer anbefales det, at du bruger en præsentation med slides lavet i et Power Point-program, en video, der præsenterer den service eller det produkt, du tilbyder, eller nyheder inden for den sektor, du tilhører.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

113. Hvad skal du overveje, før du deler indhold på LinkedIn?

a) Sørg for, at din profil er optimeret. Din tilstedeværelse, uanset om den er personlig eller virksomhedsrelateret, skal være upåklagelig og vise så mange oplysninger som muligt om din erfaring, service, baggrund, kunder etc., for når nogen er interesseret i det, du udgiver, har de en tendens til at besøge din profil.

b) Hvis din profil er dårligt vedligeholdt eller ikke optimeret, kan det føre til mistillid og tab af fremtidige muligheder.

Rigtigt svar: a) Sørg for, at din profil er optimeret. Din tilstedeværelse, uanset om den er personlig eller firma, skal være upåklagelig og vise så mange oplysninger som muligt om din erfaring, service, resultater, kunder osv., for når nogen er interesseret i det, du udgiver, har de en tendens til at besøge din profil.

114. Lad være med at poste ting, der er for personlige. LinkedIn er et netværk for professionelle, hvor du bør gøre dit personlige brand kendt. Det er ikke den sociale platform, hvor du skal poste dine ferier, medmindre din virksomhed er et event- eller rejsebureau, og du promoverer destinationer eller catering.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

115. Det er meget vigtigt, at du vurderer, hvilken slags indhold du skal udgive. Glem ikke, at du kan få LinkedIn algoritme til at forelske sig i dig, hvis du har en ordentlig strategi og er omhyggelig med det indhold, du udgiver. Husk, at på sociale netværk skal dit indhold være 80 % nyttigt og 20 % salgsfremmende.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

116. Hvis din video skal være synlig for alle på Youtube-netværket, skal den være indstillet til Public. Der er muligheder for at forhindre din video i at blive vist i søgninger: Skjult og Privat, så kun de personer, du sender linket til videoen til, kan se den (skjult for alle via et link og privat kun for personer med en Google-konto).

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

117. Du skal tilføje alle oplysninger om din video på Youtube, det er meget vigtigt, det er den, der giver data til søgemaskinerne for at placere den på det rigtige sted og vises, når nogen søger efter noget relateret.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

118. Tags er nøgleordene for din video på Youtube. De kan være enkelte ord eller sæt af ord, adskilt af kommaer. Sæt alle tags med ord og sætninger, der kan hjælpe med at finde din video.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

119. Tilføj en personlig thumbnail af din video med billede og tekst. Youtube vil foreslå 3 forskellige thumbnails af din video.

a) Falsk.

b) Det er sandt.

Rigtigt svar: b) Det er sandt.

6.2. Test af modulær enhed M1.U2. Oprettelse af støtteklasser og organisering af dobbeltuddannelse

6.2.1. Definition af begrebet "patronage class" og identifikation af de aktiviteter, der kan udføres som en del af en patronage class

1. Patronklassen er:

- a) Et sted på skolen, hvor en virksomhedsrepræsentant mødes med forældrene.
- b) Virksomhedernes tiltag for medarbejdere, der lærer på kurser.

c) Fælles aktiviteter, som skolen kan gennemføre i samarbejde med virksomheden, og som er defineret i partnerskabsaftalen.

- d) Hele spektret af aktiviteter, som skolen gennemfører for elever og forældre for at støtte dem i deres barns karrierevalg.

Rigtigt svar: c) Fælles aktiviteter, som skolen kan gennemføre i samarbejde med virksomheden, og som er defineret i partnerskabsaftalen.

2. Angiv de aktiviteter, der kan gennemføres som en del af en paraplyklasse:

- a) Organisering af praktikophold for studerende i virksomheder.
b) Gør det muligt for studerende at drage fordel af specialiseret træning.
c) Arbejdsgiverens deltagelse i udviklingen af virksomhedens praktiske uddannelsesprogram.

d) Alle svar er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle svar er korrekte.

3. Tildel de givne aktiviteter til de relevante parter, som de kan udføre inden for rammerne af protektionsklassen.

Studerende



Modtager et stipendium til god undervisning

Deltager i gratis træning

Arbejdsgiver



Er med til at designe programmet for den praktiske undervisning for studerende, der organiseres i virksomheden

Skole



Deltager i møder med skolens lærere i en rådgivende funktion.

Sender studerende i praktik

Opgraderer sine værksteder

Rigtige svar:

Studerende

Modtager et stipendium til god undervisning

Deltager i gratis træning

Arbejdsgiver

Er med til at designe programmet for den praktiske undervisning for studerende, der organiseres i virksomheden

Deltager i møder med skolens lærere i en rådgivende funktion.

Skole

Sender studerende i praktik

Opgraderer sine værksteder

6.2.2. At vise fordelene ved at oprette en paraplyklasse for forskellige interessentgrupper

4. Marker alle de korrekte svar, der angiver de fordele, som en arbejdsgiver kan opnå ved at underskrive en aftale med en erhvervsskole om at være protektor for en klasse.

Øger forældrenes tilfredshed	☐
Skræddersy læseplanen til branchen og virksomhedens særlige forhold	☐
Opbyg et positivt image og forhold til lokalsamfundet	☐
Etabler et langsigtet samarbejde med skolen og de lokale myndigheder	☐

Rigtige svar:

Skræddersy læseplanen til den specifikke branche og virksomhed	X
Opbyg et positivt image og forhold til lokalsamfundet	X
Etabler et langsigtet samarbejde med skolen og de lokale myndigheder	X

5. Den part, der er direkte involveret i oprettelsen af klientelklassen på grund af kontrakten, er:

- a) En repræsentant for bestyrelsen/skolelederen eller skolelederen eller en udpeget person med bemyndigelse til at gøre det.
- b) Arbejdsgiverens juridiske repræsentant.

c) Begge svar er sande.

Rigtigt svar: c) Begge svar er sande.

6. For at samarbejdet mellem en erhvervsskole og en virksomhed inden for rammerne af en fadderskabsklasse skal være effektivt, er det nødvendigt at

a) Sæt fælles mål og forventninger.

- b) Sæt virksomhedens interesser og fordele i centrum.
- c) Begræns udvekslingen af information og erfaring mellem parterne.

Rigtigt svar: a) Sæt fælles mål og forventninger.

6.2.3. Oprettelse af en protektionsklasse og udarbejdelse af en kontrakt mellem skolen og virksomheden om oprettelse af en protektionsklasse

7. Hvad vil du anbefale som en målrettet løsning til at dokumentere samarbejdet mellem skole og arbejdsgiver om en lånerklasse?

- a) Skriftlig aftale.
- b) Begge svar er korrekte.

c) Aftale på skrift.

Rigtigt svar: c) Aftale på skrift.

8. Markér alle de korrekte svar, der angiver elementerne i strukturen i patronklasseaftalen mellem skolen og virksomheden.

Aftalens titel, dato og sted for dens indgåelse	☐
Oplysninger om de kontraherende parter	☐
Aftalens formål og omfang	☐
Specifikke grunde til opsigelse uden varsel	☐

Rigtige svar:

Aftalens titel, dato og sted for dens indgåelse	X
Oplysninger om de kontraherende parter	X
Aftalens formål og omfang	X

9. Kan en skole indgå en paraplyklasseaftale med mere end én virksomhed?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

10. Det er god praksis, når der indgås en sponsorklasseaftale mellem en skole og en repræsentant for virksomhederne, at angive i aftalen de ansatte - koordinatore af aktiviteterne på hver side?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

6.2.4. Definition af begrebet "dobbeltuddannelse" og angivelse af fordelene ved at indføre praktisk undervisning for studerende i form af dobbeltuddannelse for forskellige interessentgrupper

11. Hvad menes der med begrebet dobbeltuddannelse?

a) Mulighed for, at en elev kan gennemføre en lærlingeuddannelse i en virksomhed og en erhvervsuddannelse på en erhvervsskole i ét uddannelsesforløb.

b) Perioder med vekslen mellem den studerendes uddannelse på en uddannelsesinstitution eller et uddannelsescenter og på arbejdspladsen.

c) Begge svar er korrekte.

Rigtigt svar: c) Begge svar er korrekte.

12. Skal den virksomhed, der tager imod de studerende i den praktiske undervisning inden for rammerne af vekseldannelsen, altid betale de studerendes løn?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

13. Angiv de fordele, der kan opstå for den virksomhed, der er vært for den studerende i den dobbelte uddannelse.

a) Muligheden for at udnytte unge studerendes potentiale og energi til at udvikle virksomheden.

b) At reklamere på skolen og dermed øge virksomhedens synlighed på det lokale arbejdsmarked.

c) Efteruddannelse af medarbejdere, der er udstationeret som praktikinstruktører.

d) Alle svar er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle svar er korrekte.

6.2.5. Verifikation af virksomheden for muligheden for at tilbyde praktisk undervisning til studerende i form af dobbeltuddannelse

14. Det er vigtigt at være opmærksom på følgende, når man kontrollerer en virksomheds evne til at tilbyde praktisk undervisning til studerende i form af dobbeltuddannelse:

- a) Mulighed for at forældre kan observere aktiviteter.
- b) Der skal være en anstandsdame fra skolen til stede ved alle aktiviteter.
- c) Muligheder for, at den studerende kan realisere erhvervsspecifikke læringsresultater i virksomheden.**
- d) Behovet for at transportere elever til virksomheden.

Rigtigt svar: c) den studerendes mulighed for at realisere erhvervsspecifikke læringsresultater i virksomheden.

15. En rapport om virksomhedens verificering af muligheden for at tilbyde praktisk undervisning til studerende i form af dobbeltuddannelse kan laves i virksomhedens mødereferat, hvor det anbefales at anføre:

- a) Detaljer om virksomheden.
- b) Detaljer om dem, der deltog i mødet.
- c) Afsluttende konklusioner med en anbefaling til skolens ledelse med henblik på muligheden for, at elevernes praktiske undervisning kan foregå i virksomheden.

d) Alle svar er korrekte.

Rigtigt svar: d) alle svar er korrekte.

6.2.6. Udarbejdelse af en aftale mellem de parter, der er involveret i den praktiske uddannelse af studerende i det dobbelte format

16. Udfyld hullerne i sætningen ved at vælge de rigtige ord under teksten.

I tilfælde af en tilfældig begivenhed eller ulykke på arbejdspladsen, der involverer en studerende, skal arbejdsgiveren:

- vil straks underrette om situationen,
- Sørg for, at der ydes præmedicinsk assistance, og tilkald om nødvendigt en,
- vil underrette hans/hendes,
- udarbejde korrekt dokumentation

skolen

ambulance

forældre (værger)

efter ulykken

Rigtige svar:

I tilfælde af en tilfældig begivenhed eller ulykke på arbejdspladsen, der involverer en studerende, skal arbejdsgiveren:

- vil straks underrette skolen om situationen,
- Sørg for, at der ydes præmedicinsk assistance, og tilkald om nødvendigt en ambulance,
- vil underrette hans/hendes forældre (værgen),
- udarbejde korrekt dokumentation efter ulykken.

17. anbefales det, at der i kontrakten mellem skolen og virksomheden, som regulerer elevernes dobbeltuddannelse i virksomheden, gives oplysninger om elevens og arbejdsgiverens rettigheder og forpligtelser?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja

18. Overvågning af den studerendes fremskridt, certificering af hans/hendes tilstedeværelse under dobbeltuddannelsen:

a) Elevens værgen fra skolen.

b) Den studerendes mentor i virksomheden.

c) Underviser.

Rigtigt svar: b) Den studerendes mentor i virksomheden.

6.2.7. Forberedelse af programmet for den praktiske undervisning i vekseluddannelsessystemet

19. Har arbejdsgivernes deltagelse i udarbejdelsen af læseplanen for den kombinerede uddannelse en positiv indflydelse på tilpasningen af den praktiske læseplan til de tekniske muligheder og menneskelige ressourcer, der er til rådighed for værtsarbejdsgiveren?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

20. Angiv fordelene fra arbejdsgiverens side ved at være involveret i udarbejdelsen af læseplanen for dobbeltuddannelse?

a) Arbejdsgiveren har indflydelse på indholdet af uddannelsesprogrammet.

b) Styrke samarbejdet med medarbejdere, der repræsenterer skolen.

c) Implementering af begrebet virksomhedens sociale ansvar ved at opbygge relationer med erhvervsskoler, som kan bidrage til virksomhedens konkurrenceevne.

d) Alle svar er korrekte.

Rigtigt svar: d) Alle svar er korrekte.

21. Skal begrebet "uddannelsesprogram" forstås som en omfattende og organiseret uddannelsesplan, der fastlægger mål, indhold, undervisningsmetoder og vurdering af elevernes fremskridt inden for et fag eller et fagområde?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

22. Hvem anbefales at være en del af teamet til udvikling af programmet for praktisk undervisning, der er organiseret i virksomhedens duale uddannelsessystem?

a) En repræsentant fra skolen udpeget af skolelederen.

b) Medarbejder i virksomhedens tekniske afdeling.

c) Alle svar er korrekte.

Rigtigt svar: a) En repræsentant fra skolen udpeget af skolelederen.

6.2.8. Kontrol af muligheden for at realisere de læringsresultater, der indgår i programmet for praktisk undervisning i form af vekseluddannelse, i virksomheden.

23. Med henblik på at verificere muligheden for implementering i virksomheden anbefales det at bruge det som et værktøj:

a) Tjekliste.

b) Test med flere valgmuligheder.

c) Spørgeskema til målrettet interview.

Rigtigt svar: a) Tjekliste.

24. For at strømline processen med at udarbejde virksomhedsverifikationsrapporten med henblik på muligheden for at implementere dobbeltuddannelse i virksomheden, anbefales det at bruge en applikation:

a) Formularer.

b) Udmærket.

c) GPT-chat.

Rigtigt svar: a) Formularer.

25. Verifikation af virksomheden for gennemførligheden af de specificerede læringsresultater for de studerende under den dobbelte uddannelse:

a) Det er nødvendigt.

b) Det er slet ikke nødvendigt.

Rigtigt svar: a) Det er nødvendigt.

6.2.9. Udvælgelse af undervisningspersonale til at gennemføre praktisk undervisning for studerende i virksomheden

26. Vejlederen for studenterinstruktørerne i den virksomhed, der er involveret i vekseluddannelsen, kan være en person, der har en straffeattest.

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej

27. De studerendes mentor - instruktøren i den virksomhed, der er involveret i vekseluddannelsen, kan være en person, der har professionel erfaring inden for det område, de underviser i.

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

28. Vejlederen for de studerende - instruktøren i den virksomhed, der er involveret i vekseluddannelsen, skal helst være en person, der har erfaring med at arbejde med og vejlede studerende.

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

29. Vejlederen for de studerende - instruktøren i den virksomhed, der er involveret i vekseluddannelsen, skal være en person, der har en grad inden for det område, der er omfattet af uddannelsesprogrammet, og som har erhvervserfaring.

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

6.2.10. Forberedelse af den studerende til den praktiske undervisning, der er tilrettelagt som vekseluddannelse i virksomheden, og dokumentation af vekseluddannelsesprocessen i virksomheden

30. Angiv, hvem du anbefaler til at give information til studerende, der forbereder sig på at tage praktisk undervisning i virksomheden?

a) Elevens værge på skolen.

b) Supervisor - instruktør i praktisk træning på virksomheden.

c) Begge svar er korrekte.

Rigtigt svar: c) Begge svar er korrekte.

31. Er indgåelse af en samarbejdsaftale mellem skolen og virksomheden om dobbeltuddannelse af elever en forudsætning for praktikophold?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

32. I en praktisk logbog, der føres på papir eller elektronisk, anbefales det, at de ikke registreres:

a) Der er emner for de enkelte klasser.

b) Elevernes fremmøde.

c) Kommentarer til tutors opførelse - instruktøren, der leder klassen.

Rigtigt svar: c) Kommentarer mentorinstruktørens adfærd.

33. Angiv navnet på det dokument, hvor aktivitetens forløb er registreret, de nødvendige undervisningsmidler er angivet, og den tid, der er nødvendig for at gennemføre aktiviteten:

a) Aktivitetslog.

b) Lektionsscenarier.

c) Curriculum.

Rigtigt svar: b) Lektionsscenarier.

6.2.11. Overvågning af de studerendes praktiske uddannelsesproces

34. Er monitoreringen af læringsprocessen i praktiske klasser i virksomheder denne kontinuerlige observation og indsamling af information om nøgleprocesser relevant for kvaliteten af de studerendes læring?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

35. Vælg alle korrekte svar. For at overvåge virksomhedens dobbeltuddannelsesprocesser kan vi bruge data fra:

Indførsler i logbogen	☐
Analyse af de periodiske rapporter fra de parter, der er involveret i dobbeltuddannelse	☐
Hovedkontorets observation af de aktiviteter, der udføres af mentorerne - praktikinstruktørerne	☐
Vurderinger af elever i klasser, der ikke deltager i dobbeltuddannelse.	☐

Rigtige svar:

Indførsler i logbogen	X
Analyse af de periodiske rapporter fra de parter, der er involveret i dobbeltuddannelse	X
Hovedkontorets observation af de aktiviteter, der udføres af mentorerne - praktikinstruktørerne	X

6.2.12. Diagnosticering af viden og færdigheder hos studerende, der deltager i praktisk undervisning i form af dobbeltuddannelse hos arbejdsgiveren.

36. Er bedømmelsen af den praktiske uddannelse i virksomheden udstedt og underskrevet af vejlederen på skolesiden i henhold til de bedømmelseskriterier, der er vedtaget og præsenteret for eleven?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

37. Bevægelsen væk fra den traditionelle evalueringsmodel kan være dikteret af, at der ikke er nogen.

- a) Mange vigtige personlige kompetencer.
- b) Vurderinger af den studerendes problemløsning.

c) Begge svar er korrekte.

Rigtigt svar: c) Begge svar er korrekte.

38. Indebærer direkte observation, at vejlederen observerer og vurderer den studerendes arbejde løbende, og omfanget af vurderingen kan omfatte vurdering af tekniske færdigheder, sikkerhed, fokus, samarbejde med andre osv.

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

39. Ved vurdering af egnethedsprøver, hvor praktiske færdigheder som maskinbetjening, programmering, madlavning osv. ikke vurderes?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

40. Angiv, hvad der desuden kan vurderes af mentorpraktikinstruktøren.

- a) En forælders manglende overholdelse af arbejdsdisciplinen.
- b) Det tematiske udvalg af læste bøger.

c) Selvstændighed i udførelsen af opgaver.

Rigtigt svar: c) Selvstændighed i udførelsen af opgaver.

6.2.13. Gennemfør evaluering af praktiske klasser for studerende, der er organiseret i det dobbelte uddannelsessystem i virksomheden

41. Vurder, om udsagnet er sandt: Evaluering er en restriktiv, kontrollerende og overvågende undersøgelse.

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

42. Evaluer, om udsagnet er sandt: Evaluering er den proces, hvor man finder ud af, i hvor høj grad de fastsatte uddannelsesmål faktisk bliver nået.

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

43. Vurder, om udsagnet er sandt: Formålet med evaluering er at skabe offentlig tillid til en skole, især når det politiske klima er usikkert, og den er genstand for reformer og forandringer.

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

44. Angiv, hvilket værktøj der bruges i den diagnostiske undersøgelsesmetode.

a) Spørgeskemaundersøgelse.

b) Opfølgende spørgsmål.

c) Tjekliste.

Rigtigt svar: a) Spørgeskemaundersøgelse.

6.3. Test for modulær enhed M1.U3. . Indhentning af støtte fra eksterne virksomheder inden for udstyr til værksteder og skolelaboratorier

6.3.1. Begrundelse for behovet for at støtte skolen med iværksættere inden for eftermontering af værksteder og skolelaboratorier

Se videoen og svar på følgende spørgsmål: <https://youtu.be/p4sa1D5Uj4g> (tilgået 01.03.2024).

1) Hvorfor er det vigtigt at finde gode partnere, når man engagerer sig i at sponsorere erhvervsuddannelser?

a) For at øge overskuddet.

b) At samarbejde effektivt.

c) For at reducere udgifterne.

d) For at undgå konkurrence.

Rigtigt svar: b) At samarbejde effektivt.

2) Hvad er vigtigt for sponsorer at få, når de engagerer sig i et sponsorat?

a) Penge.

b) Produkter.

c) Anerkendelse.

d) Noget til gengæld.

Rigtigt svar: d) Noget til gengæld.

3) Hvad lægges der vægt på i forholdet mellem sponsorer og uddannelsesinstitutioner?

a) Sponsorer skal kun give, ikke modtage.

b) Sponsorer og institutioner skal konkurrere.

c) Det er et arrangement, der er til gavn for begge parter.

d) Sponsorer har ingen rolle i uddannelsesmæssige sammenhænge.

Rigtigt svar: c) Det er en ordning, der er til gavn for begge parter.

4) Hvordan søger Green Academy nye sponsorer?

a) Gennem annoncer på sociale medier.

b) Ved at deltage i messer.

c) Ved at sende e-mails.

Rigtigt svar: b) Ved at deltage i messer.

5) Hvad er formålet med showrooms på Green Academy?

a) Til opbevaring af udstyr.

b) At fremvise sponsorernes produkter.

c) At holde møder.

d) At levere underholdning.

Rigtigt svar: b) At fremvise sponsorernes produkter.

6.3.2. Præsentation af aktiviteter ud fra lovbestemmelser, som skoler kan tage for at udstyre værksteder og skolelaboratorier

Introduktion

Skole-virksomhedssamarbejde er en form for partnerskab, der har til formål at forbedre kvaliteten og relevansen af uddannelse og træning samt at fremme innovation og iværksættelse. Skole-virksomhedssamarbejde kan antage forskellige former, f.eks:

- Tilvejebringelse af arbejdsbaserede læringsmuligheder for studerende og lærere.
- Tilbyder karrierevejledning og mentortjenester.
- Deling af ekspertise og ressourcer.
- Støtte til udvikling og vurdering af læseplaner.
- Deltagelse i fælles projekter og aktiviteter.

En af de mulige fordele ved skole-virksomhedssamarbejde er, at virksomhederne sponsorerer udstyr til værksteder og skolelaboratorier, hvilket kan forbedre læringsmiljøet og elevernes praktiske færdigheder. Men et sådant samarbejde indebærer også juridiske spørgsmål og ansvar, som begge parter skal overveje nøje og tage stilling til.

Skridt til overholdelse af lovgivningen

Før skolen og virksomheden indleder nogen form for samarbejde, skal de følge disse trin for at sikre overholdelse af lovgivningen og undgå potentielle risici og konflikter:

2. Selvstændig identifikation af alle juridiske bestemmelser, der er relevante for det planlagte samarbejde fra skolens side. Dette trin indebærer en grundig undersøgelse og analyse af de juridiske bestemmelser, der gælder for den specifikke kontekst og målene for samarbejdet. Disse regler kan omfatte:
 - Nationale og lokale love og politikker om uddannelse, træning og arbejdskraft,
 - Sektorspecifikke og professionelle standarder og regler,
 - Intellektuelle ejendomsrettigheder og databeskyttelseslove,

- Sundheds- og sikkerhedsbestemmelser og forsikringspolicer,
- Ethiske og sociale ansvarsprincipper og adfærdskodekser.

Skolen og virksomheden skal om nødvendigt rådføre sig med juridiske eksperter og sikre, at samarbejdet er gennemsigtigt og ansvarligt, og at det respekterer alle interessenters rettigheder og interesser, f.eks. elever, lærere, forældre, arbejdsgivere og lokalsamfundet.

Analyse af juridiske krav, der er vigtige set fra skolens synspunkt, og som gør det muligt for virksomheder at udstyre værksteder og skolelaboratorier. Dette trin indebærer en vurdering af de juridiske konsekvenser og forpligtelser i forbindelse med virksomheders sponsorering af udstyr til værksteder og skolelaboratorier. Sponsorering er en form for donation eller tilskud, der indebærer overførsel af penge, varer eller tjenesteydelser fra sponsoren (virksomheden) til modtageren (skolen) til gengæld for en eller anden form for anerkendelse eller reklame.

Sponsorering kan være en værdifuld kilde til finansiering og støtte for skoler, men det medfører også juridiske risici og udfordringer, som skal håndteres omhyggeligt. Nogle af de juridiske spørgsmål, som skolen og virksomheden skal tage stilling til, er:

- Formålet med og omfanget af sponsoratet.
- Vilkår og betingelser for sponsoraftalen.
- Sponsors og recipientens rettigheder og ansvar.
- Sponsoratets varighed og ophør.
- Overvågning og evaluering af sponsoratet.
- Rapportering og offentliggørelse af sponsoratet.
- De skattemæssige konsekvenser og fordele ved sponsoratet.
- De potentielle interessekonflikter og etiske dilemmaer ved sponsoratet.

Skolen og virksomheden skal søge juridisk rådgivning, hvis det er nødvendigt, for at sikre, at sponsoratet er lovligt, retfærdigt og til gavn for begge parter.

Anvendelse af viden om de juridiske rammer for skolers brug af sponsorater fra virksomheder inden for udstyr til værksteder og skolelaboratorier. Dette trin omfatter anvendelse af den juridiske viden og forståelse, der er opnået i de foregående trin, på den specifikke situation og omstændighederne ved samarbejdet. Skolen og virksomheden skal overveje følgende faktorer, når de bruger det sponsorerede udstyr til værksteder og skolelaboratorier:

- Levering og installation af udstyret.
- Ejerskab og vedligeholdelse af udstyret.
- Brug af og adgang til udstyret.
- Brugernes og miljøets sundhed og sikkerhed.
- Brugernes og sponsorernes intellektuelle ejendomsrettigheder og databeskyttelse.
- Udstyrets uddannelsesmæssige og pædagogiske værdi.
- Anerkendelse og omtale af sponsoratet.

Skolen og virksomheden skal følge de juridiske retningslinjer og bedste praksis for brug af det sponsorerede udstyr samt overvåge og evaluere effekten og resultaterne af samarbejdet.

Påbegyndelse af processen med at udarbejde en aftale mellem de involverede parter i sponsorprocessen. Dette trin indebærer, at der indgås en formel og bindende kontrakt, som specificerer de involverede parters rettigheder og forpligtelser i forbindelse med sponsoratet. En juridisk aftale om sponsorering bør indeholde følgende elementer:

- Parternes navne og adresser.
- Dato og sted for aftalen.
- Baggrund og mål for aftalen.
- Beskrivelse og værdi af sponsoratet.
- Anerkendelse og omtale af sponsoratet.
- Levering og installation af udstyret.
- Ejerskab og vedligeholdelse af udstyret.
- Brug af og adgang til udstyret.
- Overvågning og evaluering af sponsoratet.
- Rapportering og offentliggørelse af sponsoratet.
- Sponsoratets varighed og ophør.
- Tvisteløsning og mægling i forbindelse med sponsoratet.
- Parternes underskrifter og segl.

Skolen og virksomheden skal indlede processen med at udarbejde aftalen ved at kommunikere og forhandle med hinanden og ved at konsultere juridiske eksperter, hvis det er nødvendigt.

I samråd med en advokat udarbejdes en aftale mellem de parter, der er involveret i sponsoreringsprocessen (opgradering af værksteder og skolelaboratorier). Dette trin omfatter færdiggørelse og underskrivelse af den juridiske aftale om virksomheders sponsorering af udstyr til værksteder og skolelaboratorier. Skolen og virksomheden skal udvikle aftalen i samråd med en advokat samt gennemgå og revidere den efter behov for at sikre, at den afspejler begge parters gensidige forståelse og samtykke, og at den beskytter deres interesser og rettigheder.

Præsentere og aftale indholdet af sponsoraftalen med virksomhedsparten. Dette trin indebærer at præsentere den juridiske aftale for virksomhedsparten og få deres godkendelse og samtykke. Skolen og virksomheden skal sikre, at aftalen er klar og omfattende, og at den dækker alle aspekter og detaljer i sponsoratet. Skolen og virksomheden skal også tage sig af eventuelle spørgsmål eller bekymringer, som virksomheden måtte have, og løse eventuelle tvister eller uoverensstemmelser, der måtte opstå. Skolen og virksomheden skal underskrive aftalen og gemme en kopi til deres optegnelser.

Konklusion

Samarbejde mellem skole og virksomhed er en værdifuld mulighed for at forbedre kvaliteten og relevansen af uddannelse og træning samt for at fremme innovation og iværksætteri. Men et sådant samarbejde indebærer også juridiske udfordringer og ansvar, som begge parter skal overveje nøje og tage stilling til. Ved at følge trinene med at identificere, analysere, anvende, igangsætte, udvikle og præsentere de juridiske regler for virksomheders sponsorering af udstyr

til værksteder og skolelaboratorier kan skolen og virksomheden sikre, at deres samarbejde er lovligt, retfærdigt og til gavn for begge parter⁴.

6) Sandt eller falsk: Skoler behøver ikke at konsultere en advokat, når de udvikler en sponsoraftale med virksomheder.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: b) Falsk.

7) Sandt eller falsk: Processen med at udarbejde en aftale indledes, når den er blevet præsenteret for virksomhedens parter.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: b) Falsk.

8) Sandt eller falsk: Skoler bør selvstændigt identificere alle lovbestemmelser, der er relevante for det planlagte samarbejde.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: a) Sandt.

9) Sandt eller falsk: Virksomhederne er eneansvarlige for at analysere de juridiske krav, der er vigtige set fra skolens synspunkt.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: b) Falsk.

10) Sandt eller falsk: Det er ikke nødvendigt for skoler at anvende viden om de juridiske rammer for virksomheders sponsorer.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: b) Falsk.

6.3.3. Anerkendelse af skolens behov med hensyn til eftermontering af værksteder og skolelaboratorier

11) Sandt eller falsk: Overholdelse af Arbejdstilsynets retningslinjer er juridisk bindende for virksomheder, der indretter værksteder og skolelaboratorier i Danmark.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: a) Sandt.

⁴ https://webofproceedings.org/proceedings_series/ESSP/SSEHR%202019/EHR034.pdf (tilgået 01.03.2024).

12) Sandt eller falsk: Det Kongelige Danske Akademi fokuserer primært på at yde juridisk rådgivning til virksomheder om sponsorinitiativer i Danmark.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: b) Falsk.

13) Sandt eller falsk: Eksemplet på en sponsoraftale i teksten indeholder bestemmelser om løsning af tvister mellem sponsoren og modtagerskolen.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: a) Sandt.

14) Sandt eller falsk: Behovsvurderingsprocessen på erhvervsskoler i Danmark omfatter evaluering af elevernes akademiske præstationer.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: b) Falsk.

15) Sandt eller falsk: Dansk Industri (DI) tilbyder juridisk rådgivning om forskellige aspekter af virksomhedsdrift, herunder sponsorinitiativer, i Danmark.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: a) Sandt.

6.3.4. Organisering af processen med at støtte skoler fra virksomheder inden for eftermontering af værksteder og skolelaboratorier

16) Hvad er det vigtigste princip for at opbygge relationer, når man arbejder med en fundraiser?

a) Isolation.

b) Gennemsigtighed.

c) Eksklusivitet.

d) Nølen.

Rigtigt svar: b) Gennemsigtighed.

17) Hvilken af følgende personer er typisk ansvarlig for at skaffe midler og sikre støtte til skoleprojekter?

a) Skolepedel.

b) Professionel fundraising-konsulent.

c) Cafeteriamedarbejder.

d) Skolebibliotekar.

Rigtigt svar: b) Professionel fundraising-konsulent.

18) Hvad er det første skridt i udarbejdelsen af en arbejdsplan med en fundraiser?

- a) Tildel ressourcer.
- b) Sæt tidslinjer.
- c) Definér målsætninger.**
- d) Etablering af kommunikationskanaler.

Rigtigt svar: c) Definér mål.

19) Hvordan kan skoler vise, at de værdsætter fundraiserne for deres indsats?

- a) Ignorer deres bidrag.
- b) Anerkend deres præstationer offentligt.**
- c) Kritisere deres præstationer.
- d) Tilbageholde ressourcer.

Rigtigt svar: b) Anerkend deres præstationer offentligt.

20) Hvilket af følgende er et værktøj, der bruges af skoler til at spore donorinteraktioner og donationshistorik?

- a) Regneark.
- b) Donor-database.**
- c) Telefonbog.
- d) Opslagstavle.

Rigtigt svar: b) Donordatabase.

6.3.5. Overvågning og evaluering af processerne for støtte til skoler fra virksomheder inden for udstyr til værksteder og skolelaboratorier

21) Sandt eller falsk: Skoler kan bruge undersøgelser til at indsamle feedback fra interessenter om effektiviteten af udstyr, der leveres af virksomheder, med fokus på anvendelighed, holdbarhed og generel tilfredshed.

- a) Det er sandt.**
- b) Falsk.

Korrekt svar: a) Sandt.

22) Sandt eller falsk: Dataanalysesoftware som Google Analytics eller Salesforce kan bruges af skoler til at spore donationstendenser, kampagneengagement og donordemografi for at vurdere effekten af fundraisingindsatsen.

- a) Det er sandt.**
- b) Falsk.

Korrekt svar: a) Sandt.

23) Sandt eller falsk: Besøg på stedet udført af repræsentanter fra virksomheder giver mulighed for førstehåndsobsektion af udstyrets anvendelse, vurdering af udstyrets tilstand og indsamling af feedback fra lærere og elever.

a) Det er sandt.

b) Falsk.

Korrekt svar: a) Sandt.

6.4. Test for modulær enhed M1.U4. Inddragelse af arbejdsgivere i erhvervsfaglige eksaminer organiseret af skolen, gennemførelse af karrierevejledning og forberedelse af studerende til at komme ind på arbejdsmarkedet.

6.4.1 Give information til arbejdsgivere om erhvervsprøver og identificere fordelene for arbejdsgiveren i forhold til elevernes deltagelse i erhvervsprøver og for skolen i forhold til arbejdsgivernes deltagelse i erhvervsprøver.

1. Inkluderer vi forældre og værger blandt de interessenter, der indirekte er involveret i undersøgelsen af erhverv på erhvervsskoler for elever?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

2. Kan vi tælle arbejdsgiverrepræsentanterne med blandt de interessenter, der er indirekte involveret i eksaminationen af erhverv på erhvervsskolerne for de studerende?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

3. Sæt kryds ved alle de rigtige svar, der angiver fordelene for arbejdsgiverne ved, at eleverne tager en erhvervseksamen.

Øget prestige: samarbejde med uddannelsesinstitutioner kan påvirke opfattelsen af en virksomhed som socialt ansvarlig	☐
Få viden om arbejdsmarkedet: Observation af studerende under eksamener giver en bedre forståelse af arbejdsmarkedets behov.	☐
Rekrutteringsmuligheder for praktikanter: eksamener er en mulighed for at identificere potentielle praktikanter	☐
Kontrol af lærernes færdigheder: Eksamener gør det muligt at vurdere de praktiske færdigheder hos lærere, der underviser i specifikke erhverv.	☐

Rigtige svar:

Øget prestige: samarbejde med uddannelsesinstitutioner kan påvirke opfattelsen af en virksomhed som socialt ansvarlig	X
Få viden om arbejdsmarkedet: At observere studerende under eksamener giver en bedre forståelse af arbejdsmarkedets behov.	X
Rekrutteringsmuligheder for praktikanter: eksamener er en mulighed for at identificere potentielle praktikanter	X

6.4.2. Identifikation af professionelle eksamensaktiviteter, som arbejdsgiveren kan være involveret i

4. Hvordan kan arbejdsgivere bidrage til forberedelsen af eksamensopgaver?

- a) Uddelegering af opgaver, der ikke er direkte relateret til den professionelle praksis.
- b) Ved at skabe opgaver, der ikke afspejler markedets aktuelle behov.
- c) Hjælpe med at skabe opgaver, der afspejler reelle faglige udfordringer.**
- d) Ved at begrænse adgangen til de værktøjer og materialer, der er nødvendige for at udføre opgaverne.

Rigtigt svar: c) Hjælpe med at skabe opgaver, der afspejler reelle faglige udfordringer.

5. Hvilken rolle kan arbejdsgivere spille, når de vurderer den praktiske del af eksamen?

- a) De kan observere, men ikke dømme.
- b) De kan vurdere de studerendes praktiske færdigheder under eksamen.**
- c) De bør kritisere de studerende i stedet for at dømme dem.
- d) De påvirker ikke vurderingen af de praktiske færdigheder.

Rigtigt svar: b) De kan vurdere de studerendes praktiske færdigheder under eksamen.

6. Hvad kunne være resultatet af at samarbejde med arbejdsgivere om at skaffe jobs til studerende?

- a) De studerende har færre muligheder for at lære praktiske færdigheder.
- b) Studerende kan få adgang til rigtige jobs og dermed forbedre deres erhvervserfaring.**
- c) Arbejdsgiverne har mindre indflydelse på den praktiske uddannelse.
- d) De studerende er ikke i stand til at skabe professionelle kontakter.

Rigtigt svar: b) Studerende kan få adgang til rigtige jobs, hvilket forbedrer deres erhvervserfaring.

7. Hvad er fordelene for uddannelsesprocessen ved arbejdsgiveres deltagelse i eksamenskommissioner?

- a) Øger subjektiviteten i evalueringerne.
- b) Fører til en sænkning af eksamensstandarderne.
- c) Det påvirker vurderingernes objektivitet.**
- d) Det påvirker ikke kvaliteten af undersøgelserne.

Rigtigt svar: c) Det påvirker objektiviteten i vurderingerne.

8. Hvilket af følgende anbefales ikke til arbejdsgivere, der deltager i faglige undersøgelser?

- a) Forbereder de studerende til den praktiske eksamen ved at undervise i praktiske fag.
- b) Deltagelse i eksamenskommissionen uden tilstrækkelig forberedelse og viden om emnet.**
- c) Levering af materialer og værktøjer, der bruges i det professionelle arbejde.
- d) Organisering af praktikophold og arbejdspraktik for studerende.

Rigtigt svar: b) Deltagelse i eksamenskommissionen uden tilstrækkelig forberedelse og viden om emnet.

6.4.3. Overvåge og evaluere aktiviteter inden for arbejdsgiverinvolvering i tilrettelæggelsen af erhvervsprøver.

9. Hvilket værktøj er bedst egnet til at indsamle direkte feedback fra arbejdsgivere?

a) Online-undersøgelse.

- b) Observation af arbejdspladsen.
- c) Fokusgrupper.
- d) Analyse af dokumentation.

Rigtigt svar: a) Online-undersøgelse.

10. Hvilken metode skal man bruge for at få detaljerede oplysninger om interaktionen mellem studerende og arbejdsgivere under eksamener?

a) Undersøgelse.

b) Observation.

- c) Analyse af dokumentation.
- d) Interview.

Korrekt svar: b) Observation.

11. Feedback fra arbejdsgivere indsamles først, når de faglige eksaminer er afsluttet.

a) Det er rigtigt.

b) Falsk.

Korrekt svar: b) Falsk.

12. Hvor ofte bør der være overvågning af aktiviteter i forbindelse med inddragelse af arbejdsgivere i tilrettelæggelsen af erhvervsprøver?

a) Kun én gang, efter den første eksamensrunde.

b) Hvert skoleår.

c) Efter hver eksamen.

d) Hvert femte år.

Rigtigt svar: c) Efter hver eksamen.

13. Hvilket af følgende forhold analyseres typisk ikke i forbindelse med evalueringen af arbejdsgivernes engagement i erhvervsuddannelserne?

a) Effektiviteten af kommunikationen mellem skole og arbejdsgivere.

b) Arbejdsgivernes tilfredshed med eksamensresultaterne.

c) Eksamensresultaternes indvirkning på virksomhedernes økonomiske resultater.

d) Forberedelse af studerende til markedet.

Korrekt svar: c) Eksamensresultaternes indvirkning på virksomhedernes økonomiske resultater.

6.4.4. Definere og forklare, hvad karrierevejledning er

14. Karriererådgivning er ...

- a) En arbejdsmarkedsservice, hvis primære målgruppe er voksne, der er arbejdsløse eller arbejdssøgende.
- b) Giv støtte til karriereudvikling til mennesker i alle aldre og på alle karrierestadier.

c) Strukturerede og planlagte aktiviteter for at støtte de studerende i processen med at træffe informerede og uafhængige uddannelses- og erhvervsbeslutninger.

Rigtigt svar: c) Strukturerede og planlagte aktiviteter, der støtter eleverne i at træffe informerede og uafhængige uddannelses- og erhvervsmæssige beslutninger.

15. Marker alle de korrekte svar, der angiver de specifikke mål for karrierevejledning for studerende set fra arbejdsgivernes synspunkt.

Adgang til den fremtidige arbejdsstyrke: Arbejdsgiverne ønsker, at de unge skal være bevidste om forskellige karriereveje og have adgang til information om arbejdsmarkedet.	☐
Kompetencedannelse: Arbejdsgivere forventer, at studerende tilegner sig de færdigheder, der er nødvendige for deres job	☐
Forebyggelse af kvalifikationskløft: Arbejdsgivere ser karriererådgivning som et redskab til at forebygge fremtidig mangel på arbejdskraft	☐
Forståelse af branchens særlige forhold: gennem informeret og uafhængig uddannelsesmæssig beslutningstagning fra den studerendes side	☐

Rigtige svar:

Adgang til den fremtidige arbejdsstyrke: Arbejdsgivere ønsker, at unge mennesker skal være opmærksomme på forskellige karriereveje og have adgang til information om arbejdsmarkedet.	X
Kompetencedannelse: Arbejdsgivere forventer, at studerende tilegner sig de færdigheder, der er nødvendige for deres job	X
Forebyggelse af kvalifikationskløft: Arbejdsgivere ser karriererådgivning som et redskab til at forebygge fremtidig mangel på arbejdskraft	X

16. Angiv, hvad der er hovedformålet med karrierevejledning set fra den studerendes synspunkt?

- a) Kun at kende sig selv.
- b) Få viden om karriereegenskaber og -interesser ved at gennemføre en test.

c) Støtte den studerende i processen med at træffe informerede og uafhængige uddannelsesmæssige såvel som professionelle beslutninger.

Korrekt svar: c) Støtte den studerende i processen med at træffe informerede og uafhængige uddannelsesmæssige såvel som erhvervsmæssige beslutninger.

6.4.5. Angiv, hvem der kan inddrages internt og eksternt i implementeringen af karrierevejledning i skolerne og fordelene for arbejdsgiveren og andre deltagere i karrierevejledningsprocessen i skolerne og arbejdsgiverens opgaver.

17. Angiv, hvem der kan være involveret i at tilbyde karrierevejledning til erhvervsskoleelever.

- a) Karrierevejleder.
- b) Forældre til studerende.
- c) Arbejdsgivere.

d) Alle svar er korrekte.

Korrekt svar: d) Alle svar er korrekte.

18. Angiv fordelene for arbejdsgiveren ved at deltage i karrierevejledningsaktiviteter for erhvervsskoleelever.

- a) Fremme af erhvervsskoler.
- b) Kontakt til potentielle medarbejdere.**
- c) Professionel udvikling af medarbejderne.

Rigtigt svar: b) Kontakt til potentielle medarbejdere.

19. Markér alle de rigtige svar, der angiver, hvilke karrierevejledningsaktiviteter for erhvervsskoleelever arbejdsgiverrepræsentanter kan være involveret i.

Arbejdsgivere kan inviteres til at deltage i gruppemøder med studerende, hvor de fortæller om sig selv, det erhverv, de arbejder inden for, deres karrierevej, deres virksomhed osv.	☐
Arbejdsgivere kan deltage i uddannelses- eller jobmesser arrangeret for grundskoleelever.	☐
Arbejdsgivere kan være involveret i møder med forældre eller værger til erhvervsskoleelever.	☐
Arbejdsgivere kan være interesserede i at promovere virksomheden over for lærere	☐

Rigtige svar:

Arbejdsgivere kan inviteres til at deltage i gruppemøder med studerende, hvor de fortæller om sig selv, det erhverv, de arbejder inden for, deres karrierevej, deres virksomhed osv.	X
Arbejdsgivere kan deltage i uddannelses- eller jobmesser arrangeret for grundskoleelever.	X
Arbejdsgivere kan være involveret i møder med forældre eller værger til erhvervsskoleelever.	X

6.4.6. Overvågning og evaluering af karrierevejledningsaktiviteter, der involverer arbejdsgivere

20. Med begrebet forskningstriangleringsprincip mener vi:

- a) Et princip, der sikrer, at overvågningsprocessen formulerer relevante spørgsmål for at diagnosticere det aktuelle interesseområde.
- b) Indhent data fra de forskellige parter, der er involveret i aktionen, fra forskellige kilder og helst ved hjælp af en række supplerende metoder og værktøjer.**
- c) Sikring af passende stikprøver, brug af "lignende" værktøjer, dvs. værktøjer, der fremkalder svar på det samme spørgsmål fra forskellige kilder og synspunkter, gennemførelse af undersøgelsen af professionelt uddannede personer og sikring af pålideligheden og ægtheden af de indsamlede oplysninger og data.

Rigtigt svar: b) Indhent data fra de forskellige parter, der er involveret i aktionen, fra forskellige kilder og helst ved hjælp af en række supplerende metoder og værktøjer.

21. Begrebet overvågning skal forstås som:

- a) Forskning for at vurdere aktiviteterne effektivitet og kvalitet og tilpasse dem til publikums behov.
- b) Kontinuerlig proces med indsamling af oplysninger om gennemførelsen af aktionen.**
- c) Begge svar er korrekte.

Korrekt svar: b) Kontinuerlig proces med indsamling af oplysninger om gennemførelsen af aktionen.

22. Begrebet evaluering skal forstås som

- a) Forskning til at vurdere effektiviteten og kvaliteten af aktiviteter og tilpasse dem til publikums behov.**
- b) En kontinuerlig proces med indsamling af oplysninger om gennemførelsen af aktionen.
- c) Begge svar er korrekte.

Korrekt svar: a) Forskning til at vurdere effektiviteten og kvaliteten af aktiviteter og tilpasse dem til publikums behov.

6.4.7. Projektplanlægning og målsætning

23. Er „acceptabel“ en af egenskaberne ved et SMART-mål?

- a) Ja.
- b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

24. Er et Gantt-diagram det bedste værktøj til at visualisere afhængighederne mellem opgaver i et projekt?

- a) Ja.
- b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

25. Er det at ignorere en typisk risikoresponsstrategi i projektledelse?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

26. Er projektets nettooverskud typisk inkluderet i projektbudgettet?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

27. Angiver bogstavet 'I' i RACI-matrixen den person, der bliver informeret om fremskridt?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

6.4.8. Udvælgelse og tildeling af opgaver til projektteamets medlemmer

28. Er personlig præference for musikstil et anbefalet kriterium for udvælgelse af projektgruppemedlemmer?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

29. Skal opgaverne fordeles til projektteamets medlemmer på baggrund af deres kompetencer?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

30. Er hovedformålet med at skabe en kompetencematrix for projektteamet at forstå og visualisere de enkelte teammedlemmers færdigheder?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

31. Fremmer Agile- og Scrum-metoden selvstændighed og ansvar blandt teammedlemmerne?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

32. Er hovedformålet med at afholde et mini-integrationsprojekt i slutningen af kurset at integrere deltagernes viden fra hele kurset?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

3.4.9. Projektets gennemførelse

33. Skal projektplanen kun indeholde en tidsplan?

a) Ja.

b) **Nej.**

Rigtigt svar: b) Nej.

34. Er hovedformålet med at overvåge projektets fremskridt at identificere og håndtere afvigelser fra planen?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

35. Er det at ignorere risici et centralt element i projektrisikostyring?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

36. Hvis der er et problem i projektet, skal det så ignoreres?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

37. Skal den endelige projektrapport kun indeholde projektomkostninger?

a) Ja.

b) **Nej.**

Rigtigt svar: b) Nej.

6.4.10. Projektovervågning og -evaluering

38. Bør deltagerne bruge projektstyringsværktøjer til at overvåge projektets fremskridt?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

39. Bør definitionen af målemetoder til projektformål kun omfatte kvantitative indikatorer?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

40. Bør planlægning af projektevaluering først ske, når projektet er afsluttet?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

41. Bør enhver risikostyringsplan indeholde strategier for risikominimering og beredskabsplaner?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

42. Bør identifikation af problemer med at nå projektets mål føre til øjeblikkelig opgivelse af projektet?

a) Ja.

b) **Nej.**

Rigtigt svar: b) Nej.

6.4.11. Karakterisere den kvalifikationsproces, der gælder for skolen, og identificere muligheder for at gennemføre kvalifikationen.

43. Er erhvervskvalifikationer færdigheder og viden relateret til en specifik profession, valideret af uddannelsessystemet?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

44. Består elementerne i en professionel kvalifikation udelukkende af praktisk ekspertise?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

45. Er markedsqualifikationer færdigheder, der kræves af arbejdsmarkedet, men som ikke altid er formelt certificerede?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

46. Bør en læseplan, der er tilpasset arbejdsmarkedets behov, kombinere teoretisk viden, praktiske færdigheder og bløde kompetencer?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

6.4.12. Anerkendelse af erhvervsmæssige kvalifikationer i europæiske lande

47. Er et lovreguleret erhverv et erhverv, hvis udøvelse kræver opfyldelse af visse krav i et bestemt land?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: a) Ja.

48. Er det europæiske erhvervspas et papirdokument?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

49. Har alle EU-medlemslande de samme procedurer for anerkendelse af erhvervsmæssige kvalifikationer?

a) Ja.

b) Nej.

Rigtigt svar: b) Nej.

6.5. Test for modulær enhed M1.U5. Uddannelse af erhvervsskolelærere i samarbejde med arbejdsgivere

6.5.1. Forklaring af fordelene ved virksomheders involvering i læreres professionelle udvikling

1. Kan lærere anvende den viden, de har fået i erhvervslivet, til at udvikle eller opdatere læreplaner for erhvervsuddannelser?

a) Lærere kan bruge viden fra industrien til at skabe mere relevante læseplaner.

b) Forretningsviden er ikke relateret til udvikling af læseplaner.

c) Læreplaner udvikles kun af uddannelsesspecialister og påvirkes ikke af viden fra erhvervslivet.

2. Kan erhvervsuddannelseslæreres deltagelse i faglige udviklingsprogrammer i samarbejde med virksomheder forbedre institutionens omdømme som en udbyder af høj kvalitet i regionen?

a) En sådan deltagelse har ingen indflydelse på institutionens omdømme.

b) Kun akademiske resultater kan forbedre en institutions omdømme, ikke forretningspartnerskaber.

c) Det kan forbedre institutionens omdømme som en udbyder af høj kvalitet.

3. Kan erhvervsuddannelseslærere bedre tilpasse deres undervisning og institutionelle programmer til de aktuelle krav på arbejdsmarkedet?

- a) Uddannelsesprogrammerne er fastlagt af regeringen og kan ikke ændres for at imødekomme arbejdsmarkedets krav.

b) Undervisere kan tilpasse deres programmer til arbejdsmarkedets behov ved at holde sig orienteret om branchens tendenser.

- c) Erhvervsuddannelseslærere har ingen indflydelse på at tilpasse programmerne til udviklingen på arbejdsmarkedet.

4. Er der mulighed for at udvikle mentorprogrammer, hvor erfarne erhvervsfolk er mentorer for erhvervsuddannelseslærere?

a) Der kan udvikles mentorprogrammer, hvor erhvervsfolk er mentorer for erhvervsuddannelseslærere.

- b) Mentorordninger tilbydes typisk ikke af erhvervsfolk til lærere.
- c) Mentorprogrammer er udelukkende for akademiske mentorer på uddannelsesinstitutioner.

5. Kan samarbejde med uddannelsesnetværk og lærerforeninger om at dele information hjælpe med at opnå partnerskaber mellem virksomheder og erhvervsuddannelsesinstitutioner?

a) Samarbejde med uddannelsesnetværk og fagforeninger kan hjælpe med at etablere partnerskaber.

- b) Fagforeninger indgår typisk ikke i partnerskaber med virksomheder.
- c) Uddannelsesnetværk er separate enheder, som ikke involverer virksomheder i deres aktiviteter.

6. Er det muligt, at iværksættere kan inviteres til at deltage i advisory boards eller komiteer på erhvervsuddannelsesinstitutioner?

- e) Iværksættere må ikke deltage i uddannelsesbestyrelser eller -udvalg.
- a) Kun regeringsembetsmænd har lov til at være en del af advisory boards på erhvervsuddannelsesinstitutioner.

b) Iværksættere kan inviteres til at deltage i advisory boards for at give indsigt i branchen.

7. Er det muligt, at iværksættere kan anvende de træningsteknikker og den viden, der deles med undervisere, til at forbedre deres egne medarbejderudviklingsprogrammer?

- a) Træningsteknikker, der bruges i undervisningen, er irrelevante for medarbejderudvikling i virksomheder.

b) Iværksættere kan tilpasse uddannelsesteknikker til at forbedre deres egen personaleudvikling.

- c) Den viden, der deles i uddannelsesmiljøer, kan ikke anvendes i forretningsmiljøer.

6.5.2. Identificering af nye områder for læreruddannelse i virksomheder

8. Hvordan identificerer man hullerne mellem skolens faglige tilbud og ændringerne i erhvervslivet?

a) Regelmæssige industrikonsultationer og feedback-sessioner kan hjælpe med at identificere uoverensstemmelser mellem det, der undervises i, og det, der er brug for i arbejdsstyrken.

- b) Ved kun at gennemgå læseplanen hvert tiende år kan skolerne opdage og rette op på huller på en effektiv måde.
- c) Huller kan identificeres udelukkende ved hjælp af feedback fra de studerende, uden at der er behov for input fra industripartnere.

9. Hvordan kan vi udvikle en struktureret tilgang til at identificere muligheder for at forbedre læreruddannelsen?

- a) Det er ikke nødvendigt at implementere en struktureret tilgang; forbedringer kan foretages på ad hoc-basis, efterhånden som problemerne opstår.
- b) Det er kun tilstrækkeligt, at den øverste skoleledelse regelmæssigt gennemgår læseplanen for at identificere forbedringsmuligheder.

c) Etablering af et samarbejdsudvalg med medlemmer fra både uddannelsesinstitutionen og industrien til løbende at vurdere og foreslå forbedringer.

10. Hvordan kan vi identificere virksomhedernes behov i forhold til innovation?

- a) At stole på forældede brancherapporter er tilstrækkeligt til at forstå de aktuelle innovationsbehov.
- b) Gennemføre regelmæssige undersøgelser og interviews med industripartnere for at forstå deres nuværende og fremtidige innovationsbehov.**
- c) Innovationsbehov kan udledes af generelle markedstendenser uden direkte input fra virksomheder.

11. Hvad er de vigtigste kriterier for at vurdere og prioritere træningsområder?

- a) Samarbejde mellem skoleledelse og branchepartnere i beslutningsprocessen sikrer, at uddannelsesområderne er relevante og gavnlige for begge parter.**
- b) Populariteten blandt de studerende bør være det eneste kriterium for prioritering af uddannelsesområder.
- c) Hvor let det er at implementere træningsprogrammer, bør være den primære faktor, når man beslutter, hvilke områder der skal prioriteres.

12. Er der mulighed for, at både skoleledelse og branchepartnere kan blive involveret i beslutningsprocessen for at sikre, at de valgte uddannelsesområder opfylder begge parter behov?

- a) Samarbejde med uddannelsesnetværk og fagforeninger kan hjælpe med at etablere partnerskaber.**
- b) Industripartnere bør ikke have noget at skulle have sagt i beslutningsprocessen, da uddannelsesinstitutioner ved bedst.
- c) Beslutningsprocessen bør udelukkende ledes af skoleledelsen uden behov for input fra industrien.

13. Er der behov for et løbende samarbejde mellem erhvervsuddannelserne og erhvervslivet for at fremme langsigtede partnerskaber, der er til gavn for både skolen og industrien?

- a) Når et partnerskab er etableret, er der ikke behov for løbende engagement.
- b) Regelmæssig inddragelse er unødvendig, da virksomhedernes behov ikke ændrer sig væsentligt over tid.
- c) Kontinuerlig kontakt med erhvervslivet er afgørende for at opretholde opdaterede uddannelsesprogrammer og fremme langsigtede, gensidigt fordelagtige partnerskaber.**

6.5.3. Identificering af lærernes uddannelsesbehov og deres interesse for faglig udvikling i virksomheder

14. Skal de identificerede uddannelsesbehov være i overensstemmelse med virksomhedens strategiske mål, som f.eks. at forbedre medarbejdernes præstationer eller øge kundetilfredsheden?

a) De identificerede uddannelsesbehov skal være i overensstemmelse med virksomhedens strategiske mål.

b) Uddannelsesbehov bør kun fokusere på lærernes præferencer, ikke på forretningsmål.

c) Det er unødvendigt at afstemme uddannelsesbehov med forretningsmål, da de tjener forskellige formål.

15. Der bør tildeles specifikke roller og ansvarsområder til de teammedlemmer, der er involveret i TNA-processen. Kan et team f.eks. være ansvarligt for dataindsamling, et andet for dataanalyse og et tredje for inddragelse af interessenter?

a) Alle teammedlemmer bør håndtere alle aspekter af TNA-processen for at undgå specialisering.

b) Tildeling af specifikke roller fører til ineffektivitet og dobbeltarbejde.

c) Tildeling af specifikke roller og ansvarsområder sikrer en organiseret og effektiv TNA-proces.

16. Skal der udarbejdes en detaljeret rapport, der beskriver resultaterne af TNA'en, herunder prioriterede uddannelsesbehov og anbefalinger til faglige udviklingsprogrammer?

a) Et kort resumé er tilstrækkeligt til at formidle resultaterne af TNA'en.

b) Der skal udarbejdes en detaljeret rapport for at dokumentere resultater og anbefalinger.

c) Det er unødvendigt og tidskrævende at udarbejde en detaljeret rapport.

17. Overvågning af dataindsamlingsprocessen for en TNA bør ske løbende for at sikre, at den forbliver på sporet.

a) Løbende overvågning er afgørende for at sikre, at dataindsamlingsprocessen forbliver på rette spor.

b) Overvågning af dataindsamlingsprocessen bør kun ske til sidst for at kontrollere, om den er fuldstændig.

c) Det er ikke nødvendigt at overvåge dataindsamlingsprocessen, når den først er sat i gang.

6.5.4. Verificering af muligheden for at forbedre lærerne i virksomheden

18. Hvordan er rapportens struktur for en verifikationsrapport?

a) Strukturen i en verifikationsrapport omfatter typisk en indledning, et resumé af virksomhedens referencer, den metode, der er brugt til verifikationen, resultater og analyse samt en konklusion med anbefalinger.

b) Strukturen i en verifikationsrapport kræver kun en kort virksomhedsoversigt og en liste over de tjenester, virksomheden tilbyder.

c) Strukturen i en verifikationsrapport består kun af en forside og et appendiks med referencer, da hovedindholdet er valgfrit.

19. Hvad er den trinvis plan for udformning og implementering af verifikationsmetoden?

- a) Planen går ud på at udvælge tilfældige virksomheder, sende en undersøgelse og antage, at resultaterne er korrekte uden yderligere analyse.
- b) Planen består i kun at foretage et baggrundstjek af virksomheden og derefter gå videre med træningen uden yderligere skridt.
- c) Den trinvis plan indebærer, at man definerer kriterierne for verifikation, indsamler relevante data, gennemfører interviews eller vurderinger, analyserer dataene og samler resultaterne i en struktureret rapport.**

20. Hvilke parter er involveret i processen med at organisere den professionelle udvikling af lærere i virksomheder?

- a) Kun lærerne og uddannelsesvirksomheden er involveret i processen; der er ikke behov for input fra skoleledere eller andre interessenter.
- b) De involverede parter omfatter typisk uddannelsesvirksomheden, skoleledere, lærere og nogle gange en tredjepartskonsulent eller juridisk rådgiver.**
- c) De eneste involverede parter er den virksomhed, der udbyder uddannelsen, og skolens økonomiafdeling.

21. Er det vigtigt at identificere, hvem der er ansvarlig for de omkostninger, der er forbundet med den professionelle udvikling af lærere i virksomheder?

- a) Det er vigtigt at identificere, hvem der er ansvarlig for omkostningerne for at undgå misforståelser og sikre, at de økonomiske aspekter af træningen er klart defineret og aftalt af alle parter.**
- b) Det er ikke nødvendigt at identificere, hvem der er ansvarlig for omkostningerne; disse detaljer kan afklares, når træningen er gået i gang.
- c) Det er ikke vigtigt, fordi omkostningerne typisk deles ligeligt uden behov for nogen forudgående aftale.

22. Er det nødvendigt at udvikle aftalen med juridisk rådgivning?

- a) Det er tilrådeligt at udvikle aftalen med juridisk rådgivning for at sikre, at alle vilkår er juridisk forsvarlige og beskytter alle involverede parter interesser.**
- b) Juridisk rådgivning er unødvendig; en standard aftaleskabelon kan bruges uden tilpasning.
- c) Aftalen kræver ikke juridisk rådgivning, da det er et simpelt dokument, der ikke kræver juridisk ekspertise.

6.5.5. Organisering af efteruddannelse for lærere i virksomheder

23. Indarbejd praktiske workshops, hvor lærerne kan anvende det, de lærer, direkte. Disse workshops bør arrangeres af branchefolk og uddannelseseksperter i fællesskab for at sikre både praktisk og pædagogisk værdi.

- a) Samorganisering af praktiske workshops med branchefolk og uddannelseseksperter sikrer både praktisk relevans og pædagogisk effektivitet.**
- b) Workshops bør kun arrangeres af uddannelseseksperter, da de bedst ved, hvordan man formidler indhold til lærere.

- c) Branchefolk bør lede workshopperne alene, da de har den mest relevante praktiske erfaring.
- 24. Bør undervisere arbejde tæt sammen med repræsentanter fra erhvervslivet for at sikre, at indholdet er i overensstemmelse med branchens standarder og forventninger?**
- a) Undervisere bør arbejde selvstændigt, da de bedst ved, hvad eleverne har brug for at lære, uden input fra virksomheder.
- b) Virksomhederne bør diktere indholdet helt uden behov for undervisernes input.
- c) Samarbejde mellem undervisere og virksomhedsrepræsentanter er afgørende for at sikre, at indholdet lever op til branchens standarder og forventninger.**
- 25. Opret kommunikationsprotokoller for at sikre en regelmæssig og åben dialog mellem teammedlemmerne. Det er med til at sikre en jævn strøm af information og hurtig løsning af eventuelle problemer, der måtte opstå under projektudviklingen.**
- a) Kommunikationsprotokoller er unødvendige; teammedlemmerne bør håndtere kommunikationen, som de finder det passende.
- b) Etablering af kommunikationsprotokoller er afgørende for at opretholde en åben dialog, et jævnt informationsflow og hurtig problemløsning under projektudviklingen.**
- c) For meget kommunikation kan bremse projektet, så det er bedre at holde dialogen på et minimum.
- 26. Der bør etableres kommunikationsprotokoller for at sikre en regelmæssig og åben dialog mellem teammedlemmerne. Vil det bidrage til en smidig informationsstrøm og en hurtig løsning af eventuelle problemer, der måtte opstå under udviklingen af programmet?**
- a) Etablering af kommunikationsprotokoller bidrager til en smidig informationsstrøm og hurtig løsning af problemer under programudviklingen.**
- b) Kommunikationsprotokoller har en tendens til at skabe flaskehalse og forsinke løsningen af problemer. c) Det er ikke vigtigt, fordi omkostningerne typisk deles ligeligt uden behov for forudgående aftale.
- c) Uformel kommunikation er tilstrækkelig, og formelle protokoller er unødvendige.
- 27. Skal vi arbejde tæt sammen med både undervisere og brancheeksperter for at udvikle indhold, der stemmer overens med de definerede læringsresultater?**
- a) Et tæt samarbejde med undervisere og brancheeksperter er nødvendigt for at udvikle indhold, der stemmer overens med de definerede læringsresultater.**
- b) Det er kun undervisere, der skal involveres i udviklingen af indhold; der er ikke behov for input fra brancheeksperter.
- c) Brancheeksperter bør være eneansvarlige for indholdsudvikling med minimalt input fra undervisere.
- 28. Bør underviserne have betydelig erfaring inden for deres respektive fagområder for at sikre, at de har praktisk, opdateret viden, der er relevant for undervisningen?**
- a) Underviserne bør have betydelig erfaring inden for deres respektive fagområder for at kunne levere relevant og opdateret viden.**
- b) Praktisk erfaring er unødvendig; teoretisk viden er tilstrækkelig for undervisere.

- c) Undervisere bør fokusere på bløde færdigheder frem for fagspecifik erfaring.

29. Indsamle feedback fra både virksomhedsrepræsentanter og potentielle kursusedtagere for at vurdere niveauet af undervisernes forberedelse. Det kan give oplysninger om områder, hvor der kan være behov for yderligere støtte eller udvikling.

- a) Feedback bør kun indsamles fra virksomhedsrepræsentanter, da de er de primære interessenter i træningen.
- b) Feedback bør kun indsamles, når træningen er afsluttet, ikke under forberedelsen.

c) Det er vigtigt at indsamle feedback fra både virksomhedsrepræsentanter og potentielle kursusedtagere for at kunne vurdere undervisernes forberedelse og identificere områder, hvor der er behov for yderligere støtte.

30. Skal vi samarbejde med både skolerepræsentanter og virksomhedsrepræsentanter om at opstille klare læringsmål, der beskriver, hvad lærerne forventes at opnå ved afslutningen af uddannelsen?

- a) Kun skolerepræsentanter bør inddrages i fastsættelsen af læringsmål, da de bedst forstår de uddannelsesmæssige behov.

b) Det er vigtigt at arbejde sammen med både skole- og virksomhedsrepræsentanter for at fastlægge klare læringsmål, der stemmer overens med forventningerne.

- c) Læringsmålene bør være vage for at give mulighed for fleksibilitet i den måde, træningen gennemføres på.

31. Bør der være detaljerede scoringsvejledninger, der beskriver kriterierne for vurdering af specifikke færdigheder eller kompetencer, og som bør udarbejdes i samarbejde med virksomhedens repræsentant for at sikre overensstemmelse med branchestandarderne?

a) Detaljerede scoringsvejledninger, der er udarbejdet i samarbejde med virksomhedens repræsentant, sikrer, at vurderingerne er i overensstemmelse med branchens standarder og giver klare kriterier for evaluering af specifikke færdigheder eller kompetencer.

- b) Scoringsvejledninger bør udelukkende udarbejdes af undervisere, da de har ekspertisen til at vurdere studerende, uden at have brug for input fra virksomhedsrepræsentanter.
- c) Scoringsvejledninger er unødvendige; uformelle vurderinger og generel feedback er tilstrækkelige til at evaluere specifikke færdigheder eller kompetencer.

32. Er det nødvendigt at udvikle overvågningsprocedurer i samarbejde med virksomhedsrepræsentanten for at sikre, at både uddannelsesmæssige og industrielle mål opfyldes?

a) Det er nødvendigt at udvikle overvågningsprocedurer i samarbejde med virksomhedsrepræsentanten for at sikre, at både uddannelsesmæssige og industrielle mål opfyldes, og for at sikre programmets relevans og effektivitet.

- b) Overvågningsprocedurer bør udvikles uafhængigt af uddannelsesinstitutionen, da de er bedst rustet til at opfylde deres egne mål uden at have brug for input fra industrien.
- c) Overvågningsprocedurer er ikke nødvendige; tillid til processen vil naturligt føre til opfyldelse af både uddannelsesmæssige og industrielle mål uden formelt tilsyn.

6.5.6. Overvågning og evaluering af den professionelle udvikling af lærere i virksomheder

33. Er der casestudier, der dokumenterer specifikke eksempler på, hvordan lærere har implementeret de nye færdigheder i deres klasseværelser, som kan være værdifulde for både uddannelsesinstitutionen og virksomheden?

- a) Casestudier er værdifulde, fordi de dokumenterer specifikke eksempler på, hvordan undervisere har implementeret nye færdigheder til gavn for både uddannelsesinstitutionen og virksomheden.
- b) Casestudier er generelt ikke nyttige i denne sammenhæng, da de kun giver anekdotiske beviser og ikke bidrager til evalueringen.
- c) Casestudier er primært til akademiske formål og har ikke nogen praktisk værdi for virksomheder eller uddannelsesinstitutioner.

34. Findes der værktøjer til at evaluere lærernes professionelle udvikling i samarbejde med virksomheder?

- a) Der findes ikke værktøjer, der er specifikt designet til at evaluere lærernes professionelle udvikling i samarbejde med virksomheder; i stedet bruges generelle værktøjer.
- b) Værktøjer til evaluering af lærernes professionelle udvikling er kun relevante inden for uddannelsesinstitutioner og ikke i samarbejde med virksomheder.
- c) Der findes specifikke værktøjer som online-undersøgelser, interviews og observationsrammer, der er designet til at evaluere lærernes professionelle udvikling i samarbejde med virksomheder.

35. Denne analyse giver en omfattende tilgang til evaluering og forbedring af læreruddannelsesprocessen i erhvervslivet og sikrer, at uddannelsen forbliver relevant, effektiv og tilpasset både lærernes og branchens mål.

- a) Falsk
- b) Sandt

36. Bliver værktøjer som undersøgelser, spørgeskemaer og observationschecklister brugt til at indsamle information om trænerens præstationer, engagement og tilegnelse af færdigheder i løbet af træningsprocessen?

- a) Værktøjer som undersøgelser, spørgeskemaer og observationschecklister bruges i vid udstrækning til at indsamle data om underviserens præstationer, engagement og tilegnelse af færdigheder under træningen.
- b) Disse værktøjer er forældede og bruges typisk ikke til at evaluere trænerens præstation eller tilegnelse af færdigheder under træningsprocessen.
- c) Værktøjer som undersøgelser og spørgeskemaer bruges kun efter træningsprocessen til at vurdere den overordnede tilfredshed, ikke til løbende dataindsamling.

37. Hvis målet med en evaluering f.eks. var at styrke specifikke undervisningskompetencer, skal dataene så afspejle, om disse kompetencer er blevet forbedret?

- a) De indsamlede data skal direkte afspejle, om de specifikke undervisningskompetencer, som evalueringen er rettet mod, er blevet forbedret.
- b) Det er ikke nødvendigt, at dataene afspejler forbedringen af specifikke færdigheder; generel feedback er tilstrækkelig.
- c) Dataene bør kun fokusere på den generelle tilfredshed med træningen, snarere end på forbedringen af specifikke færdigheder.

PROJECT COORDINATOR



IZBA PRZEMYSŁOWO - HANDLOWA
ZIEMI RADOMSKIEJ

PROJECT PARTNERS

