

Investovat do jazykových znalostí zaměstnanců se určitě vyplatí

Tvář dnešního firemního jazykového vzdělávání se mění v souvislosti s poptávkou, která je vytvářena obchodními aktivitami moravského a českého podnikatelského sektoru v zahraničí. Před patnácti lety stačilo pokud zaměstnanci, kteří komunikovali s cizinou, ovládali jeden jazyk – nejlépe univerzální angličtinu. To však dnes přestává platit. Schopnost domluvit se anglicky je takřka samozřejmost a zejména u mladší generace se předpokládá znalost jazyka dalšího a tím je ponejvíce němčina. Poptávka je však i po španělštině, francouzštině, italštině a opravdové „znovuzrození“ zažívá i jazyk ruský. Záleží na tom, kde se pro podnikatele otevírají trhy a možnosti obchodní spolupráce. S nimi potom ruku v ruce začínají přicházet požadavky na jazykovou vybavenost vlastních zaměstnanců.



Naučit odbornému jazyku firmy

Solidní jazyková agentura zajišťující firemní vzdělávání vnímá standardní lingvistické vzdělání lektorů za základ, na kterém je třeba dále stavět kvalitu výuky. Kvalitou je míněna především znalost slovní zásoby a odborných výrazů firmy, do které lektor přichází učit. Vyučující by měl vědět, jak společnost funguje, jaká je její struktura, jaké spektrum produktů firma vyrábí, z jakých materiálů či jakými technologiemi. Následně by všechny tyto informace měly být v hodinách hojně využívány. Pro

výuku samotnou se osvědčilo střídání konverzační a gramatické části v poměru 80 : 20, protože schopnost domluvit se je považována za stále nejdůležitější. Optimálním pomocným výukovým materiálem jsou firemní a technologické prezentace DVD.

Motivovat musí i zaměstnavatel

Zaměstnavatel motivuje posluchače firemních jazykových kurzů obvykle dvěma způsoby. Buď vypisuje finanční bonusy za dosažení určité jazykové úrovně, nebo za neplnění učebních osnov

volí možnost sankcí. Poměrně často je praktikována finanční spoluúčast posluchače. Když zaměstnanci uspějí v testech na 80 % a lépe, tak se jazykově vzdělávají zdarma. Čím horší jsou výsledky, tím více zaměstnanec dopláci.

Obyčejně však posluchači kurzů cizí jazyk k výkonu své funkce „životně“ potřebují a jsou tedy dostatečně motivováni k tomu, aby na sobě pracovali.

Proč ve firmách jazykově vzdělávat

- Firma s kvalitně jazykově vybavenými zaměstnanci zvyšuje svoji pozitivní image při kontaktu se spolupracujícími zahraničními subjekty. Dobré reference následně otevírají dveře k dalším potenciálním obchodům.

- Při komunikaci uvnitř firmy je vhodné prezentovat zaměstnancům jazykové firemní vzdělávání jako skutečný bonus a odměnu. Zaměstnanci o tento „vklad a investici“ nepřichází do konce svého života.

- Další výhodou, kterou firemní jazykové vzdělávání přináší, je možnost zahrnout fakturaci za kurzy do nákladových položek a snížit tak daňové zatížení firmy. Ne vždy jsou s touto skutečností podnikatelé obeznámeni.

Vybíráme agenturu a měříme výsledky

Doporučujeme nahlédnout na internetové stránky a zaměřit se na reference klientů. Následně kontaktovat vybranou společnost a dotázat se na reálné zkušenosti. Na poli firemního jazykového vzdělávání je doporučeno využívat tzv. Evropského referenčního rámce,

dle kterého se kurzy dělí na specifické úrovně jednotné v celé Evropě. Samozřejmostí je vypracování vzdělávacího plánu, který konkrétně specifikuje, co se v daném časovém období mají studenti naučit. Optimální však je dohodnout se s agenturou na garanci úrovně zvládnutí jazyka za určitý počet odučených hodin. Za vyhovující je považováno 80 % zvládnutí učiva v daném časovém období. Součástí zkoušek by potom měly být gramatické testy a mluvený projev posluchače. Agentura následně zadavateli prezentuje přehled jazykového vývoje zaměstnanců a samotná firma tak získává potřebnou zpětnou vazbu a kontrolu.

Netradiční služby bodují

Požadavky na kvalitní jazykovou agenturu se v dnešní době neomezují jen na výuku jazyků samotnou. Atraktivní službou zdarma je nabídka lektora „on line“.

Studenti mají na svého lektora přímý kontakt a ten je v případě potřeby připraven pomoci, od překladu problematického e-mailu, až po akční tlumočení po telefonu.

Další vítanou službou je nabídka textových překladů, kde se znalost firemního jazyka opět velmi dobře uplatňuje. Relativní novinkou je tzv. „průvodcovský“ servis či jazykové audity. Průvodcovská služba může zahrnovat prezentace v cizím jazyce, ukázkou města a okolí, nebo například trávení volno-časových aktivit s klientem a audity se týkají jak zaměstnanců, tak jazykových agentur, jejichž znalosti dokáží prověřit.

[pen]

www.khkok.cz

Inzerce

**Uni
Studies**
jazyková agentura

UniStudies
Lazecká 8
772 00 Olomouc
tel/fax: 585 230 230
mobil: 737 248 562

specialista firemního vzdělávání v oblasti cizích jazyků

