

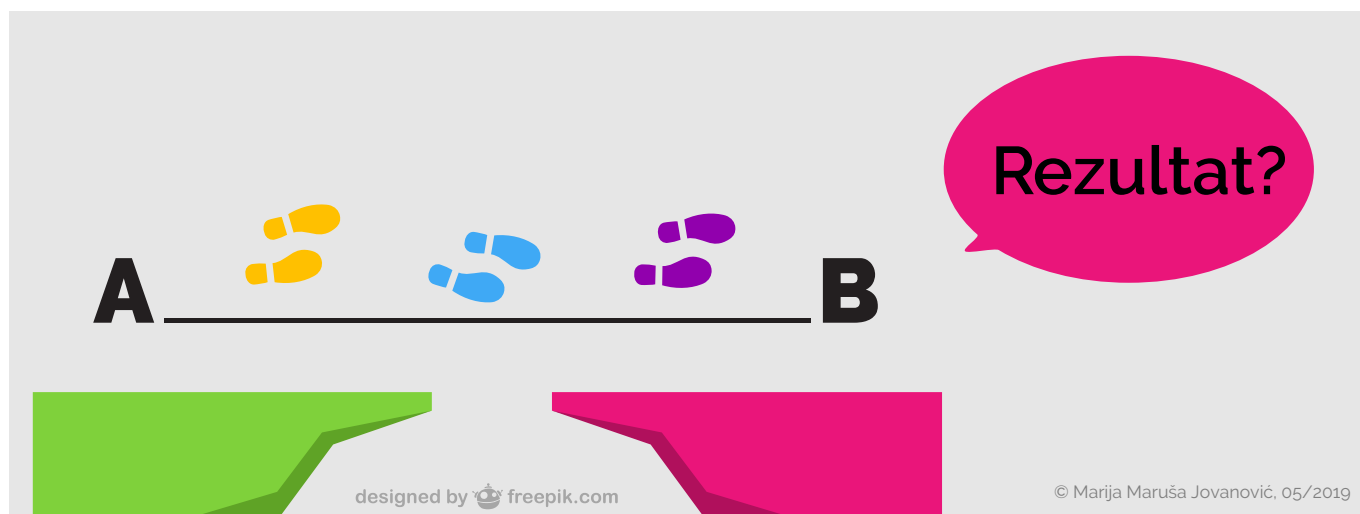
Kako narediti uvodni/promo spletni tečaj za promocijo tvojega eduBiznisa ...



designed by  freepik.com

... za več strank,
časa ali zaslužka

1. STRUKTURA



- A) **Opredeli rezultat tvojega uvodnega (promo/ predstavitvenega) spletnega tečaja:** kaj bo znal narediti, kaj bo MINI rezultat, ki ga bo dosegel (lahko je to fizična stvar, na primer narediti načrt, narediti izdelek, z nečim znati operirati ... lahko pa je tudi neka refleksija/ pregled/ revizija trenutnega stanja).
- B) **Določi KORAKE:** Kaj mora znati NAREDITI tehnično?/ Katera področja mora OBVLADATI?
- C) Vsak korak vpiši neposredno v tabelo 1 in **zapiši ključno misel**, kaj želiš v tem koraku sporočiti.

Uvod	O eTečaju	
Glavni del KORAKI	1	<i>Pozor,</i>
	2	
	3	<i>... 3, 4</i>
	4	
Zaključek	Naslednji korak	<i>Zdaj!</i>

© Marija Maruša Jovanović, 05/2019

Primer tabele 1:

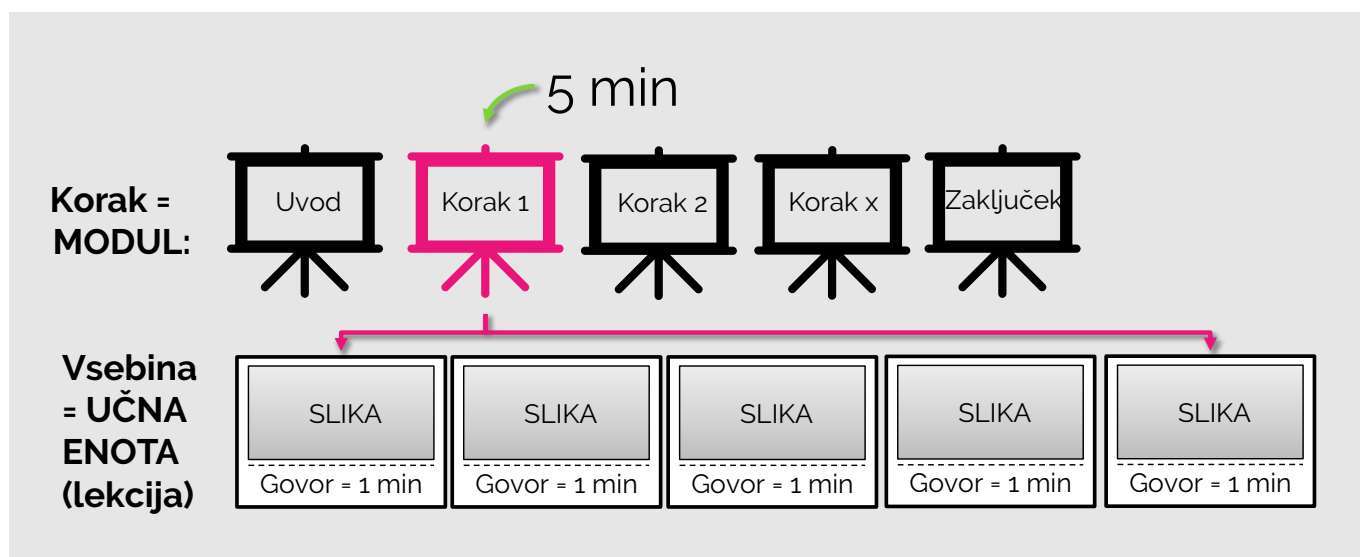
Rezultat:	Narediti svoj lasten uvodni spletni tečaj		
Faza	Element	Čas [min]	Ključna misel: kaj želim v tem koraku sporočiti (1 stavek)
Uvod	O tvoji rešitvi	1	S promo spletnim tečajem se lahko predstaviš
	O tebi	1	10+ let izkušenj neposredno z eLearningom / kreiranjem eIzobraževanj
	O vsebini eTečaja	3	Dostopen brez registracije – naj predelajo v »enem šusu«, lahko si prenesejo pdf delovne liste in dobijo še več video nasvetov
Glavni del KORAKI	Korak 1: naredi strukturo	5	Tudi eTečaj zahteva strukturo po principu uvod – glavni del – zaključek: naredimo pregled, kaj spada v vsakega od delov
	Korak 2: pripravi prosojnice in govor	5	Prosojnice za ekran zahtevajo določena pravila, prav tako pisanje vsebine/govora.
	Korak 3: posnemi vsebino	5	O treh osnovnih načinih snemanja in o orodju Screencast-o-matic.
	Korak 4: naredi zasnovo za postavitev strani	5	O možnosti spletnega tečaja kot enega videa ali razkosanega na posamezne dele – kako to povezati s pristajalno stranjo in email marketingom.
Zaključek	Naslednji korak	5	O tem, kaj smo predelali v tem eTečaju, kaj še sledi ...

Tabela 1:

Rezultat:			
Faza	Element	Čas [min]	Ključna misel: kaj želim v tem koraku sporočiti (1 stavek)
Uvod			
Glavni del KORAKI (Skušaj se držati pravila »5 ± 2« – torej od 3 do 7 korakov)	Korak 1:		
	Korak 2:		
	Korak 3:		

	Korak 4:		
	Korak 5:		
	Korak 6:		
	Korak 7:		
Zaključek			

2. VIZUALNI MATERIALI in vsebina



- A) **Razvij ključno misel dalje:** da bo spletni tečaj res AKCIJSKO naravnani, ga razdelaj na info del - teorijo (vodila) in akcijo (navodila).
- B) **Ključno misel (vodila in navodila) sedaj spiši v obliki govora** (morda se ti pisanje govora zdi zamudno delo, vendar je za prva snemanja in za namen hitrejšega dela v tehničnem delu, to priporočljivo, hkrati to besedilo lahko na zelo enostaven način postanejo podnapisi).

Za vsak del govora se vprašaj, kako lahko VIZUALNO podprem svoje sporočilo. Zapiši v tabelo.

Primer Tabele 2A:

Element	Čas	Vodila: kaj mora NUJNO vedeti	Navodila: kaj naj naredi
O tvoji rešitvi	1	Uvodna misel, ki pritegne pozornost	/
O tebi	1	O tebi v povezavi z vsebino eTečaja	/
O vsebini	3	Kaj bomo (pre)delali: katere teme, kaj mora vedeti o vsebini	Kaj naj naredi: koliko časa si mora vzeti za eTečaj, naj si prenese kak delovni list, naj naredi kak načrt ...
Korak 1: (primer): naredi strukturo	5	Da je treba začeti z vprašanjem, kaj je rezultat in kako določiti korake do rezultata.	Udeleženec sproti zapisuje v tabelo in dela svoj načrt.

Tabela 2A:

Element	Čas	Vodila: kaj mora NUJNO vedeti	Navodila: kaj naj naredi
<i>O tvoji rešitvi</i>			/
<i>O tebi</i>			/
<i>O vsebini</i>			
<i>Korak 1</i>			
<i>Korak 2</i>			
<i>Korak 3</i>			
<i>Korak 4</i>			
<i>Korak 5</i>			
<i>Korak 6</i>			
<i>Korak 7</i>			
<i>Naslednji korak</i>			

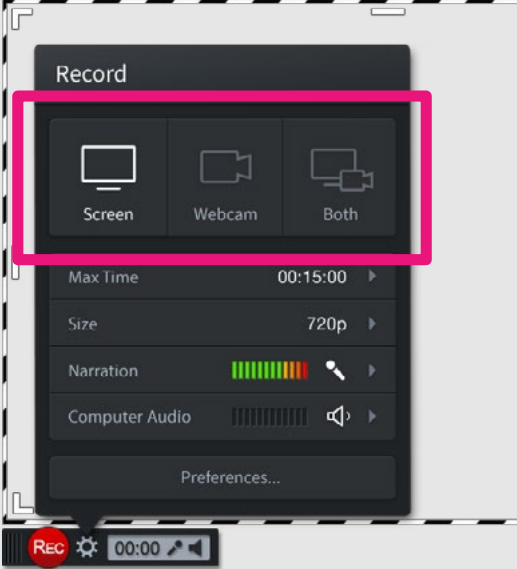
Primer Tabele 2B:

Prosojnica 1	Govor(no)	<i>Če je še pred leti statistika kazala, da se 70 % ljudi o produktih in rešitvah pozanima online, je v letu 2018 ta številka zlezla že na 81 %. Za nas, eduPodjetnike to pomeni super priložnost, saj lahko na spletu ne le napišemo opis produkta, ki ga ponujamo, pač pa izvedemo kar cel mini spletni tečaj, da ne samo predstavimo produkt, ampak da naše potencialne stranke podučimo o REŠITVI, ki jo ta naš produkt ali pa program prinaša stranki. S tem gradimo našo znamko, torej našo prepoznavnost, predstavimo sebe kot avtorja iz. Izvajalca ter se skozi video vsebine predstavimo tudi kot prave, resnične osebe – z osebnostjo in svojo energijo.</i>
	Vizualno	<i>Izpisana misel: „eduPodjetnik, omogoči svojim strankam, da te spoznajo in se poučijo o tvoji rešitvi kar tam, kjer so (precej časa) - na spletu!“ Dodaj pripis »81 % online«</i>
	Način snemanja	<i>Scripted recording + screen (prosojnica)</i>
Prosojnica 2	Govor(no)	<i>Hojla, Maruša tukaj, samo da se na kratko predstavim in dam svojemu glasu še stas oz. obraz. Sem velika zagovornica uporabe sodobne tehnologije v biznisu, še zlasti v edu biznisu oz. v edu podjetništvu, torej ko kot solo podjetnik ali pa izvajalec v manjši ekipi nastopaš tudi v vlogi izobraževalca, coacha, mentorja, svetovalca ... skratka, nečesa v povezavi z edukacijo in izobraževanjem – pa četudi „samo“ izobražuješ v marketinške oz. predstavitvene namene. Tako da tale kratek spletni tečaj je namenjen prav temu, kako izkoristiti sodobno tehnologijo, da s pomočjo avtomatiziranih spletnih tečajev oz. predposnetih spletnih predavanj lahko izobražuješ o svojih rešitvah, ki jih ponujaš trgu oz. svojim strankam.</i>
	Vizualno	<i>Govoreča glava</i>
	Način snemanja	<i>Webcam</i>

Tabela 2B (naredi tako tabelo v enem od programov, ki ga uporabljaš za pisanje, na primer word ali excel):

Prosojnica	Govor(no)	
	Vizualno	
	Način snemanja	
Prosojnica	Govor(no)	
	Vizualno	
	Način snemanja	

3. SNEMANJE



SCREEN:
prosojnice/ ekran

WEBCAM:
spletna kamera

Screen + Webcam:
oboje hkrati

Slike: Screencast-o-matic

© Marija Maruša Jovanović, 05/2019

A) Določi način snemanja posameznega dela programa in vpiši v Tabelo 2B:

- a) prosojnica + govor oz. dogajanje na ekranu + govor: ekran in govor snemamo hkrati
- b) webcam oz. snemanje govoreče glave (lahko s pomočjo TellyPrompt dodatka za Chrome)
- c) ekran + govoreča glava (opcija Both): snemamo hkrati prosojnice in našo govorečo glavo
- d) scripted recording* (govor) + priposnamemo ekran (dogajanje ali statično prosojnico)

* Scripted recording: uvozimo ali spišemo govor, ga preberemo, in nato priposnamemo šele vizualni del; na voljo v plačljivi verziji Screencast-o-matica

B) Naredi snemalni plan

- a) Preveri, katere načine snemanja si določil
- b) Za vsak način snemanja zapiši, kaj je treba narediti in koliko časa približno ti bo to vzelo
- c) Za vsak način snemanja se odloči, kateri dan ga boš naredil (za prva snemanja je lažje, če vsak snemalni način narediš v novem dnevu)
- d) Naredi terminski načrt in rezerviraj termine v svojem koledarju – rezerviraj ČAS v delu dneva, ki ga boš posvetil snemanju

Primer Tabele 3B:

Načini snemanja	Kaj narediti + čas	Dan snemanja
Scripted recording	posnemi scripted recording za celotno vsebino naenkrat – 30 slajdov cca. 60 min	DAN 1 Rezerviraj 3 ure v koledarju
	Priposnemi prosojnice – 30 slajdov cca. 90 min	
Skupaj = cca. 150 min		
Govoreča glava	Postavi lokacijo snemanja 30 min	DAN 2 Rezerviraj 1 uro v koledarju ali raje 2
	Uredi se 10 min	
	Snemaj 20 min	
Skupaj = cca. 60 min		
Snemanje ekrana	Posnemi govor 20 min	DAN 3 Rezerviraj 1 uro v koledarju ali raje 2
	Priposnemi dogajanje na ekranu 40 min	
Skupaj = cca. 60 min		
Končno urejanje videa	Združi vse posnetke skupaj 60 min	DAN 4 Rezerviraj 1 uro v koledarju ali raje 2
Skupaj = cca. 60 min		

Tabela 3B:

[illegible]

4. Zapiski, ideje ...

[illegible]