Business goes viral

Strateško mikroučenje

Moderna rješenja za obuku za europska srednja i mala poduzeća

BIJELA KNJIGA ZA PRUŽATELJE OSPOSOBLJAVANJA I KREATORE POLITIKA

#bgv

Zahvale

Business goes viral

#businessgoesviral

Osnaživanje mikro, malih i srednjih poduzeća za postizanje digitalne transformacije kroz usavršavanje mladih zaposlenika

Koordinacija projekta

Room466 tvrtke WKO Steiermark

Organizacije partneri projekta

SirPauls Digital Agency, Austria
Fondazione Politecnico di Milano, Italy
CIAPE - Centro italiano per l'Apprendimento Permanente, Italy
PRIGODA, Croatia
eWyse eLearning Agency, Croatia

PRIPREMIO/LA
eWyse, FPM

PRIPREMLJENO ZA
#bgv

Strateško mikroučenje. Moderna rješenja za obuku za europska srednja i mala poduzeća. BIJELA KNJIGA za pružatelje osposobljavanja i kreatore politika © 2025 eWyse, FPM Room466 licencirano je pod CC BY-NC 4.0. Kopiju licence možete pogledati na: https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Co-funded by the European Union

Odricanje od odgovornosti: Financirano od strane Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su, međutim, isključivo stavovi autora i ne odražavaju nužno stavove Europske unije ili Izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

Business goes viral

Sažetak

Ovaj dokument namijenjen je pružateljima usluga osposobljavanja i kreatorima politika s ciljem dijeljenja iskustava, znanja i uvida stečenih istraživanjem i provedbom projekta #BGV.

Co-funded by the European Union

Sadržaj

III. Popis slika

06 Uvod: Obrazovanje na današnjem tržištu

09 Položaj kreatora politika i pružatelja usluga osposobljavanja

16 Slučaj Posao postaje viralan

21 Razumijevanje mikroučenja i mikroakreditacija

27 Implementacija i korištenje mikroučenja

36 Izazovi

42 Zaključci

43 Bibliografija

Co-funded by the European Union

Popis slika

01 „Vjerujete li da se vaša online prisutnost poboljšala nakon što je vaš zaposlenik završio tečaj #bgv i primijenio marketinško znanje?“ 14

02 Početna stranica platforme Business Goes Viral (businessgoesviral.eu) 16

03 Glavni izbornik mikrotečaja #bgv „Vodič za uspjeh u marketingu na društvenim mrežama“ 18 godina

04 Pogled učenika na module mikrotečaja #bgv 19

05 Značka Heroja društvenih medija, dobiva se nakon završetka tečaja 19

06 „Svakako bih preporučio ovaj e-learning tečaj“ 24

07 „Molimo vas da navedete stupanj slaganja sa sljedećim tvrdnjama“ 25

08 „Mislite li da ste nakon završetka e-tečaja poboljšali svoju sposobnost primjene sljedećih marketinških alata?“ 26

09 Povratne informacije sudionika o tečaju, platformi i pratećim značajkama 40

Co-funded by the European Union

Uvod

Obrazovanje na današnjem tržištu

Kako se obrazovanje mijenja u našem brzom okruženju

U današnjem brzo razvijajućem globalnom gospodarstvu, tradicionalni modeli obrazovanja sve su više izazovni zbog tempa promjena u tehnologiji, industriji i društvu. Porast automatizacije, digitalne transformacije i gospodarstva temeljenog na znanju ubrzao je potražnju za kontinuiranim obnavljanjem vještina, ostavljajući i pojedince i poslodavce pod pritiskom da prate promjene.

Kao što je istaknula Shizuka Kato (2024.) u svojoj EPALE prezentaciji, globalni sustavi učenja prelaze na modularnije, prilagodljivije formate koji podržavaju brzo stjecanje i priznavanje vještina (Kato, Global Shifts in Learning - Navigating the Rise of Micro-Credentials in OECD Countries). Prema Kato, 84% politika obrazovanja odraslih u zemljama OECD-a sada uključuje reference na fleksibilne putove učenja i alternativne kvalifikacije, kako bi se zadovoljile obrazovne potrebe dinamičnijeg i fragmentiranijeg tržišta rada (Unboxing Micro-Credentials; Increasing Economic Opportunity and Competitiveness in the EU). Primjer se može pronaći u irskom nacionalnom okviru za mikrokvalifikacije, provedenom putem Nacionalnog pilot-projekta za mikrokvalifikacije: slučaj koji pokazuje kako visokoškolske ustanove i industrija mogu surađivati kako bi ponudile kratke, kompatibilne tečajeve usklađene s potrebama tržišta rada (Increasing Economic Opportunity and Competitiveness in the EU).

Co-funded by the European Union

Uvod

Business goes viral

Koje potrebe bismo trebali zadovoljiti našim rješenjima za učenje?

Današnje radnike više ne definira isključivo njihovo početno obrazovanje: njihova zapošljivost i napredovanje u karijeri sve su više pod utjecajem njihove sposobnosti sudjelovanja u cjeloživotnom učenju. EPALE komplet resursa pod nazivom Osnaživanje radne snage pravim vještinama i mikrokvalifikacijama za cjeloživotno učenje i zapošljivost naglašava sve veći naglasak na samostalnom učenju vlastitim tempom koje se može prilagoditi osobnim i profesionalnim ciljevima. Međutim, prema intervjuima s dionicima MicroHE D3.1, preko 70% donositelja odluka intervjuiranih u europskim visokoškolskim ustanovama prepoznalo je da su tradicionalni studijski programi previše nefleksibilni da bi odgovorili na brzo promjenjive zahtjeve za vještinama.

Multimedijski formati, platforme prilagođene mobilnim uređajima i isporuka kratkog sadržaja mijenjaju način na koji učenici komuniciraju s obrazovnim materijalima (Oxford Learning, 2025.). Ovi formati nude fleksibilnost koja je potrebna odraslim učenicima i zaposlenim profesionalcima, posebno u malim i srednjim poduzećima (MSP), gdje vrijeme i resursi za obuku često mogu biti ograničeni. Zapravo, prema istraživanju europskih tvrtki iz 2019. (Cedefop, 2019.), samo 23% MSP-ova pruža kontinuiranu obuku svojim zaposlenicima, u usporedbi s 43% velikih tvrtki, što naglašava potrebu za pristupačnijim rješenjima za učenje.

Moderna rješenja za učenje moraju odgovoriti na te izazove tako što će biti prilagodljiva, dostupna i prilagođena različitim kontekstima učenja.

Iz poslovne perspektive, posebno za mala i srednja poduzeća, postoji hitna potreba za kratkim, ciljanim i provjerljivim iskustvima učenja koja omogućuju zaposlenicima učinkovito usavršavanje ili prekvalifikaciju. OECD i Cedefop napominju da rješenja za učenje ne bi trebala samo graditi tehničke kompetencije, već i podržavati prenosive vještine poput prilagodljivosti, komunikacije i rješavanja problema. To zahtijeva promjenu u načinu na koji dizajniramo i prepoznajemo učenje: od univerzalnih kvalifikacija do agilnih, složenih kvalifikacija koje služe i pojedinačnim učenicima i organizacijskim strategijama.

Co-funded by the European Union

Uvod

Business goes viral

Inovativni pristup samostalnom učenju: slučaj mikroučenja

Mikroučenje je praksa isporuke sadržaja u malim, fokusiranim segmentima i pojavljuje se kao posebno učinkovit format za samostalno učenje.

Kao što je detaljno opisano u Oxford Learningu (2025.) i IACET-u (2024.), mikroučenje podržava bolje zadržavanje znanja, prilagođeno je kratkim rasponima pažnje i lako se integrira u svakodnevne rutine. Ove karakteristike čine ga idealnim pedagoškim pristupom za mala i srednja poduzeća koja žele izgraditi kapacitete radne snage bez prekida poslovanja.

IACET primjećuje da mikroučenje može poboljšati dugoročno zadržavanje znanja do 80% kada se primjenjuju tehnike razmaknutog ponavljanja. Ove karakteristike čine ga idealnim pedagoškim pristupom za mala i srednja poduzeća koja žele izgraditi kapacitete radne snage bez prekida poslovanja. U intervjuima MicroHE-a sa zainteresiranim stranama navodi se izvrstan primjer nizozemskog logističkog malog i srednjeg poduzeća: implementacijom aplikacije za mikroučenje za obuku o sigurnosti viličara, incidenti u tvrtki smanjeni su za 30% u roku od šest mjeseci.

U kombinaciji s digitalnim platformama i mikrokvalifikacijama, mikroučenje osnažuje zaposlenike da se uključe u kontinuirano učenje, a istovremeno omogućuje poslodavcima praćenje i validaciju njihovog napretka.

80%

POBOLJŠANJE U ZADRŽAVANJU ZNANJA

Vodič za dizajniranje, izdavanje i priznavanje mikrokvalifikacija također preporučuje korištenje digitalnih znački s metapodacima kako bi se osigurala transparentnost i prenosivost tih vještina na različitim platformama i kod poslodavaca. Ovaj pristup usklađen je sa širim pomakom prema fleksibilnom obrazovanju i priznavanju vještina usmjerenom na učenike koji dobiva na zamahu diljem Europe i OECD-a.

Co-funded by the European Union

Položaj kreatora politika i pružatelja usluga osposobljavanja

Uvod

Istraživanje europskih tvrtki iz 2019. koje su provele agencije EU-a Cedefop i Eurofound istražilo je strategije europskih malih i srednjih poduzeća za zadovoljavanje njihovih potreba za vještinama, s naglaskom na utjecaj digitalizacije. Rezultati pokazuju da se gotovo svi anketirani menadžeri (96%) slažu s važnošću osposobljavanja zaposlenika za obavljanje njihovog posla. Menadžeri tvrtki, javne agencije i kreatori politika sve su više svjesni potrebe za kontinuiranim osposobljavanjem radne snage. Ipak, ovo osposobljavanje je sveobuhvatno samo u 9% slučajeva, s nedosljednostima, posebno među malim i srednjim poduzećima. Zapravo, istraživanje je otkrilo da samo 23% malih i srednjih poduzeća nudi kontinuirano osposobljavanje svojim zaposlenicima, u usporedbi s 43% velikih poduzeća (Cedefop, 2019.). Istodobno, istraživanje je pronašlo uspješne primjere u svim vrstama poduzeća bez obzira na zemlju, veličinu, sektor i konkurentnost, što sugerira kako učinkovitu i skalabilnu obuku mogu provesti gotovo sve vrste poduzeća.

96%
MENADŽERI SE SLAŽU OKO VAŽNOSTI OBUKE

9%
TVRTKE SA SVEOBUHVATNOM OBUKOM

23%
MALI I MALI PODUZEĆI NUDE KONTINUIRANU OSPOSOBLJAVU ZAPOSLENIKA

Co-funded by the European Union

Položaj kreatora politika i pružatelja usluga osposobljavanja

Business goes viral

Donositelji politika i socijalni partneri mogu imati temeljnu ulogu u podršci tvrtkama u poboljšanju njihovih radnih praksi. Činjenice poput udruga poslodavaca i sindikata mogu biti od ključne važnosti za politike koje poboljšavaju korištenje vještina, autonomiju zaposlenika i uključenost u radni proces. Štoviše, donositelji politika mogu uključiti poslovne škole i udruge za ljudske resurse kako bi se usmjerili na vještine i znanje menadžera, što je ključno za provedbu ovakvih promjena.

Ovaj odjeljak ističe ključna gledišta kreatora politika i pružatelja usluga osposobljavanja o mikroučenju i mikrokvalifikacijama, uključujući njihove glavne zabrinutosti i prednosti usvajanja ovih pristupa osposobljavanju. Tradicionalni modeli osposobljavanja često se ne usklađuju sa svakodnevnim operativnim ograničenjima malih i srednjih poduzeća. Kao što je naglašeno u Izvješću o dobrim praksama OECD-a (2024.), kreatori politika i poslodavci prepoznaju ograničenja osposobljavanja u učionici, univerzalnog rješenja, te traže fleksibilnije i isplativije pristupe.

Kreatori politika

U kontekstu osposobljavanja radne snage, svaka uloga koja ima utjecaj na postavljanje standarda, osiguravanje financiranja i osiguravanje usklađenosti između obrazovnih sustava i zahtjeva tržišta rada može se uključiti u definiciju kreatora politike:

- **nacionalne i regionalne vlade**
- **ministarstva rada**
- **javne službe za zapošljavanje i europske institucije (kao što je Cedefop)**
- **regulatorna tijela koja nadziru obrazovanje**
- **sustavi strukovnog osposobljavanja.**

Donositelji politika su u jedinstvenom položaju da oblikuju ekosustave koji omogućuju učenje i čine ga dostupnim i pouzdanim. To uključuje inicijative za financiranje, definiranje okvira za osiguranje kvalitete i poticanje suradnje između pružatelja obrazovanja, poduzeća i socijalnih partnera (Preporuke na razini politika; Razvoj okvira i zakonodavstva koji omogućuju obrazovanje). Ne treba ni spominjati da bi tema mikroučenja i mikrokvalifikacija mogla biti od velikog interesa za donositelje politika, iako ne bez određenih nedoumica.

Co-funded by the European Union

Položaj kreatora politika i pružatelja usluga osposobljavanja

Business goes viral

Donositelji politika i mikroučenje

Zabrinutosti	Prednosti
Mikrokvalifikacije odvlače studente od redovnih nastavnih planova i programa Ova vrsta obuke čini znanje dostupnijim, otvorenim za pojedince koji nemaju priliku upisati se u formalno obrazovanje, poput sveučilišta.	Mikroučenje može doprinijeti širim društvenim i ekonomskim ciljevima, poput povećanja prilagodljivosti radne snage suočene s digitalizacijom i promjenama u okolišu. Na primjer, Akcijski plan za digitalno obrazovanje Europske komisije (2021. – 2027.) promiče mikrokvalifikacije kao dio sustavnog odgovora na nedostatak digitalnih vještina (EPALE Resource Kit – Skills Revolution).
Programi mikroučenja i mikroakreditacija mogu biti fragmentirani i nedosljedni među pružateljima usluga i regijama. To nije neutemeljena sumnja: prema Smjernicama ETF-a za dizajniranje, izdavanje i priznavanje mikroakreditacija, bez zajedničkih okvira kvalitete i sporazuma o međusobnom priznavanju, mikroakreditacije mogu postati izolirane i teško ih je integrirati u šire kvalifikacijske sustave.	

Co-funded by the European Union

Pružatelji obuke

„Pružatelji osposobljavanja“ je definicija koja obuhvaća širok ekosustav koji uključuje:

- **javni centri za strukovno obrazovanje i osposobljavanje (VET)**
- **sveučilišta**
- **instituti za kontinuirano obrazovanje**
- **privatne tvrtke za obrazovnu tehnologiju**
- **trgovinske komore**
- **sektorska tijela za osposobljavanje.**

Štoviše, novi akteri poput **digitalnih platformi** i stručnjaka za mikroučenje također ulaze u prostor kako bi zadovoljili rastuće potrebe za radnom snagom.

- Danas se pružatelji usluga osposobljavanja prilagođavaju novim očekivanjima učenika. Njihov uspjeh s mikroučenjem na radnom mjestu ovisit će o pružanju kvalitetnih, relevantnih i prenosivih vještina.

Co-funded by the European Union

Položaj kreatora politika i pružatelja usluga osposobljavanja

Business goes viral

Pružatelji usluga obuke i mikroučenje

Nedostaci

Osiguravanje prepoznavanja i vjerodostojnosti obuke za mikroučenje.
Kao što je navedeno u dokumentu Unboxing Micro-Credentials, mnogi pružatelji usluga bore se s pitanjima o tome kako jasno definirati ishode učenja, održavati standarde ocjenjivanja i pokazati vrijednost mikro-akreditacija poslodavcima. Platforme poput OpenClassrooms i Coursera već surađuju sa sveučilištima i poslodavcima kako bi pružile mikroučenje s akreditacijama koje se može kombinirati s diplomama ili služiti kao samostalne kvalifikacije.

Troškovi razvoja i održavanja kvalitetnih puteva mikroučenja Pogotovo s digitalnim i interaktivnim formatima, to može biti prepreka za manje organizacije.

Relevantnost, prilagodljivost i dugoročni utjecaj obuke.
To je stalna zabrinutost usred brzih digitalnih i zelenih tranzicija.

Prednosti

Mnoge organizacije vide mikroučenje kao stratešku priliku za potvrdu i validaciju neformalnog učenja i stjecanje priznanja.

Mikrokvalifikacije povećavaju sudjelovanje odraslih, posebno među niskokvalificiranim ili nedovoljno zaposlenim osobama, snižavanjem ulaznih prepreka i nudeći prilagođen sadržaj relevantan za posao.

Dizajn mikroučenja usmjeren na učenika povećava stopu angažmana i završetka; pružatelji usluga koji koriste adaptivni, modularni sadržaj izvještavaju o većem zadovoljstvu učenika i boljem praćenju napretka. Ovaj pristup olakšava donošenje odluka temeljenih na podacima, jer digitalne platforme za mikroučenje pružaju analitiku koja pomaže u usavršavanju sadržaja i njegovom boljem usklađivanju s potrebama radnog mjesta (Articulate Community Team, 2025.).

Mikroučenje nudi pravovremeno rješenje za brzo razvijajuća područja poput IKT-a, zdravstva, logistike i zelenih industrija, omogućujući brža ažuriranja kako bi se zadovoljile nove potrebe za vještinama.

Služi kao financijski učinkovita i pristupačna alternativa formalnom obrazovanju demokratizacijom znanja i smanjenjem prepreka, poput potrebe za putovanjem na nastavu licem u lice.

Business goes viral

Uvidi iz pilot projekta #bgv

Kakva su naša iskustva s pružateljima usluga obuke?

K., Hrvatska

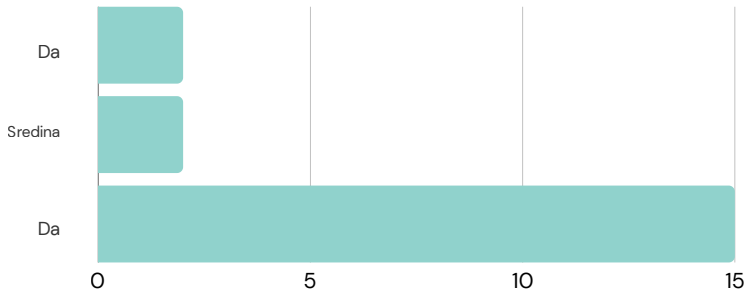
Online tečajevi #bgv bili su nam iznimno korisni u Hartera Robotics. Pomogli su nam da bolje razumijemo kako strukturirati komunikaciju na društvenim mrežama i istaknuti ključne poruke vezane uz naš proizvod – robota Carpathia.

Zahvaljujući savjetima s tečajeva, poboljšali smo svoju prisutnost na Facebooku i povećali interes za naš rad. Kvaliteta naših objava i način na koji se predstavljamo značajno su se poboljšali, što se odražava i na većoj posjećenosti web stranice.

Mi [...] bismo svakako preporučili tečajeve drugim mladim poduzetnicima.

Profil tvrtki: U oba upitnika većina tvrtki koje su sudjelovale bila su mala poduzeća s 0 do 9 zaposlenika, koncentriranih u dobnoj skupini od 26 do 34 godine. Iako dobna raspodjela zaposlenika pruža kontekstualni uvid u demografske podatke tvrtki, važno je napomenuti da ona ne odražava nužno dob pojedinaca koji su sudjelovali u osposobljavanju.

Uočeno poboljšanje online prisutnosti:
15 tvrtki od 19 potvrdilo je da se njihova online prisutnost poboljšala nakon što je zaposlenik primijenio marketinško znanje stečeno tijekom tečaja. Samo mali broj (2 od svake tvrtke) prijavio je „srednji“ ili „nikakav“ utjecaj.



Slika 1: „Vjerujete li da se vaša online prisutnost poboljšala nakon što je vaš zaposlenik završio tečaj #bgv i primijenio marketinško znanje?“

Co-funded by the European Union

Širi utjecaj na marketinške aktivnosti: Na pitanje kako je točno tečaj utjecao na njihovu organizaciju:

- Većina tvrtki (11) odgovorila je da im je to pomoglo u optimizaciji marketinških napora i usklađivanju s trenutnim trendovima, što ukazuje na stratešku korist koja nadilazi individualne vještine.
- Neke su tvrtke primijetile da je to poboljšalo njihovu marketinšku strategiju i angažman kupaca (3), dok je jedna tvrtka izvijestila o značajnom povećanju prodaje i prepoznatljivosti robne marke.
- Četiri tvrtke (21%) navele su da tečaj nije imao ili nije imao utjecaja, što odražava neutralniji stav.

Važno je napomenuti da su to bila pitanja zatvorenog tipa (s višestrukim izborom), što nije ostavilo prostora sudionicima da pruže dodatni kontekst ili objašnjenja. Međutim, iako se specifični razlozi manje pozitivnih povratnih informacija ne mogu u potpunosti protumačiti, ukupni trend ostaje jasno pozitivan: gotovo 80% tvrtki izvijestilo je o opipljivim poboljšanjima. To je u skladu s nalazima iz upitnika za sudionike, gdje je sličan udio pojedinaca naveo značajne dobitke u učenju i povećano samopouzdanje u korištenju alata digitalnog marketinga.

D., Hrvatska

Tvrtka ima web stranicu i Facebook stranicu. Nakon završetka modula, zaposlenici i uprava tvrtke stekli su dodatna znanja koja će im pomoći u provođenju kampanja putem Facebooka. Također, znanje stečeno u digitalnom marketingu pomoglo im je u izradi najboljeg kataloga proizvoda, koji su uspješno postavili na svoju web stranicu.

Prije modula, zadnja objava na Facebooku bila je prije godinu i pol, ali nakon novostečenog znanja, objave će biti češće i analitički popraćene dosegom ciljane skupine.

Co-funded by the European Union

Slučaj Posao postaje viralan

Mikrotečaj o vještinama digitalnog marketinga

Projekt

Business Goes Viral (#bgv) je projekt sufinanciran programom Erasmus+, osmišljen kako bi se premostio jaz u digitalnoj stručnosti između europskih malih i srednjih poduzeća (MSP) i mladih stručnjaka željnih primijeniti svoje vještine digitalnog marketinga u stvarnom okruženju. Kroz usavršavanje mladih zaposlenika, BGV ima za cilj osnažiti poduzeća diljem Europe da prihvate digitalnu transformaciju, odgovarajući na rastuću potražnju za agilnom i pristupačnom obukom u digitalnom marketingu.

Projekt je okupio šest organizacija iz Austrije, Italije i Hrvatske s komplementarnim stručnim znanjem:

Soba466 (Austrija, koordinacija projekta);
Digitalna agencija SirPauls (Austrija);
Fondazione Politecnico di Milano (Italija);
CIAPE (Italija);
PRIGODA (Hrvatska);
eWyse (Hrvatska).

Suradnja je rezultirala mikrotečajem usmjerenim na učenike, usmjerenim na vještine digitalnog marketinga, prilagođenim profesionalcima koji često nemaju pristup formalnom obrazovanju ili mogućnostima usavršavanja.

Slika 2: Početna stranica platforme Business Goes Viral (businessgoesviral.eu)

Co-funded by the European Union

Slučaj Posao postaje viralan

Business goes viral

Obrazloženje BGV-a temelji se na postojećim podacima, koje je pružilo naše istraživačko izvješće „Vještine korištenja društvenih medija mladih odraslih osoba rođenih između 1991. i 2003.“. Cjelovito izvješće dostupno je na web stranici BGV-a. U istraživanju je anketirano 300 mladih odraslih osoba rođenih između 1991. i 2023. koji žive u Austriji, Hrvatskoj i Italiji kako bi se saznalo o njihovom korištenju društvenih medija i vještinama korištenja. Cilj je bio dobiti uvid u njihove digitalne vještine i mogući nedostatak vještina potrebnih za provođenje marketinških aktivnosti na društvenim medijima na poslovnoj razini.

Istraživanje je potvrdilo da su mladi odrasli veliki korisnici društvenih medija i sve su više zainteresirani za njihovo korištenje u profesionalne svrhe. Međutim, njihove vještine stvaranja sadržaja i marketinga ostaju ograničene, što je u skladu s prethodnim nalazima poput DESI indeksa. Iako uloge poput asistenta za društvene medije i koordinatora postaju ključne u ekonomiji sadržaja (WEF, 2020.), većini mladih odraslih osoba nedostaje pristup strukturiranim materijalima za učenje koji bi im omogućili prijelaz s osobnog na profesionalno korištenje društvenih platformi.

64%

GENZ KOJI POSJEDUJU NAPREDNE VJEŠTINE DRUŠTVENIH MEDIJA

31%

GENZ SIGURNI U SVOJE KOMPETENCIJE NA RADNOM MJESTU

Digitalni domoroci provode značajnu količinu vremena na internetu, pri čemu su osobe u dobi od 16 do 25 godina povećale svoju dnevnu upotrebu društvenih mreža s dva sata u 2019. na tri sata u 2021. (Europska komisija, 2023.). Štoviše, podaci Eurostata pokazuju da 80% mladih u EU u ovoj dobnoj skupini posjeduje osnovne ili iznadosnovne digitalne vještine (Europska komisija, 2020.). Takve vještine mogu značajno doprinijeti gospodarskom rastu kada se upare s profesionalnim mogućnostima u IT-u i marketingu: Izvješće o budućnosti radnih mjesta (WEF, 2020.) rangira digitalni marketing među najpotrebnijim profesijama. Ipak, dok 64% generacije Z samoprijavljuje napredne vještine korištenja društvenih mreža, samo 31% osjeća samopouzdanje u svoje šire kompetencije na radnom mjestu (OC&C, 2019.), što naglašava potrebu za ciljanom obukom.

Rezultati ankete potvrđuju ovaj jaz: 42% ispitanika već profesionalno koristi društvene mreže, a 77% je reklo da bi bili spremni upravljati prisutnošću svog poslodavca na društvenim mrežama, ali mnogima je nedostajalo povjerenja u bitne zadatke. Ispitanici su izvijestili o osnovnim sposobnostima u postavljanju ciljeva, izgradnji ciljnih skupina i praćenju učinka (oko jedne trećine), ali su bili mnogo manje sigurni u područjima poput analitike, usklađenosti s GDPR-om ili korištenja profesionalnih alata. Na pitanje koja bi im obuka bila potrebna, sudionici su prioritet dali strategiji društvenih medija (56%), pisanju tekstova (50%) i produkciji sadržaja za ciljne skupine (47%). Visok interes u svim kategorijama odražava akutnu svijest o njihovom nedostatku vještina i spremnost na usavršavanje ako im se pruži strukturirana, pristupačna obuka. Zato inicijative poput #businessgoesviral mogu biti korisne mladim zaposlenicima u razvoju vještina koje se mogu iskoristiti, povećavajući njihovu motivaciju i vrijednost u malim i srednjim poduzećima.

Co-funded by the European Union

Tečaj

#BGV online tečaj „Vodič za uspjeh u marketingu na društvenim mrežama“ sastoji se od modularnih lekcija (jedinica) s vlastitim tempom, osmišljenih prema principima mikroučenja. Svojim fleksibilnim formatom - svaka jedinica traje manje od 10 minuta - omogućuje korisnicima učenje vlastitim tempom. Tečaj je potpuno besplatan i dostupan na zahtjev putem računala, tableta ili mobitela, što mladim zaposlenicima olakšava besprijekorno uklapanje učenja u njihove zauzete rasporede.

Mikro online tečaj ima za cilj pružiti tvrtkama i mladim profesionalcima vještine i znanja potrebna za uspjeh u digitalnom dobu. Sadržaj je osmišljen kako bi odgovarao svim razinama, od početnika do onih s nekim postojećim znanjem. Kroz 6 tematskih modula, tečaj počinje s osnovnim konceptima i postupno napreduje prema naprednijim temama:

- **Razvoj strategije**
- **Definicija cilja**
- **Ciljna skupina**
- **Autorska prava na društvenim mrežama**
- **Pravne obveze**
- **Zaštita podataka**
- **Planiranje sadržaja**
- **Generiranje ideja**
- **Izrada sadržaja**
- **Uvidi u dizajn**
- **Meta poslovni menadžer**
- **Kampanje**
- **Analiza performansi**
- **Mjerno mjerenje**
- **Ključni pojmovi na društvenim mrežama**

Slika 3: Glavni izbornik mikrotečaja #bgv „Vodič za uspjeh u marketingu na društvenim mrežama“

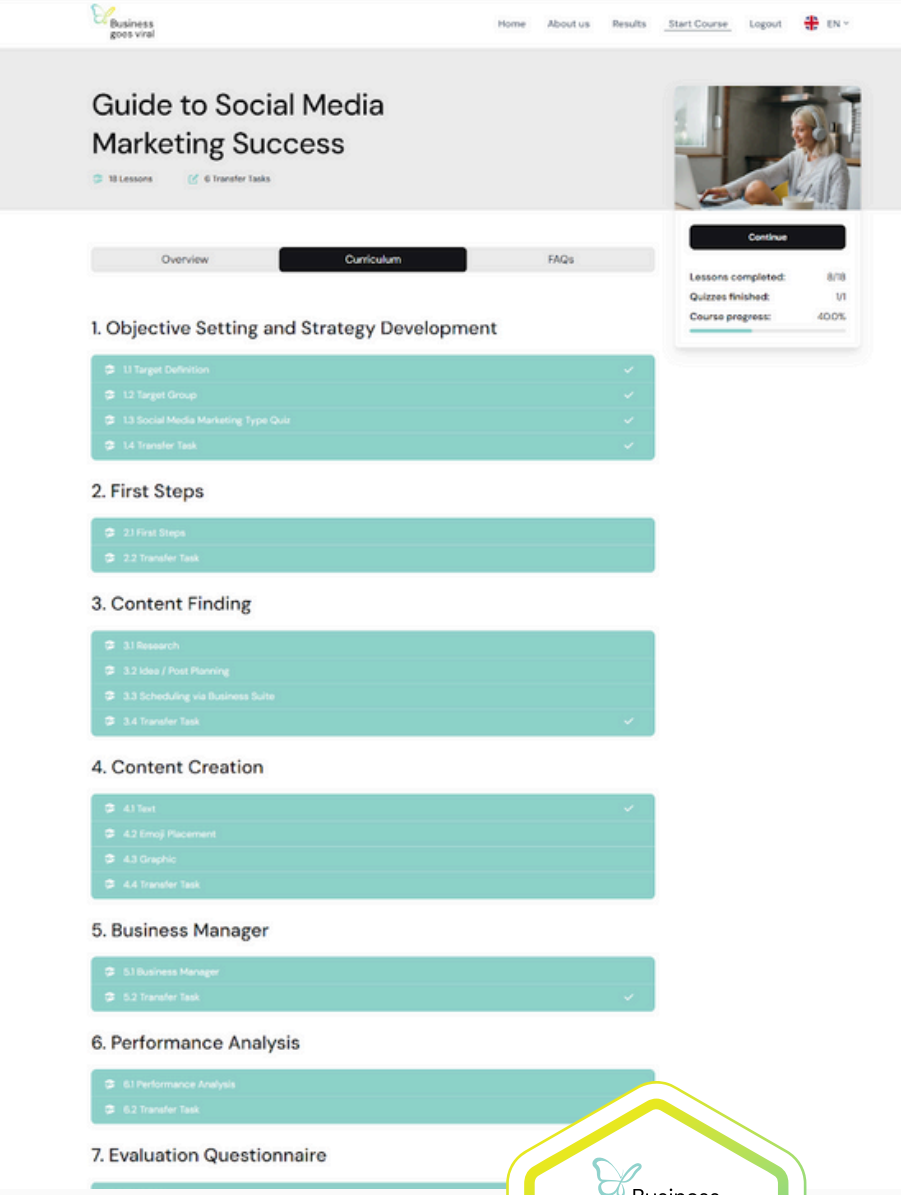
Co-funded by the European Union

Moduli

Moduli tečaja uvode sljedeće kompetencije digitalnog marketinga:

- **Definiranje identiteta brenda**
- **Izrada i upravljanje strategijom društvenih medija**
- **Razvoj vizualnog sadržaja**
- **Iskorištavanje pripovijedanja za angažman**
- **Razumijevanje digitalnih trendova**

Mikro online tečaj osmišljen je da bude zanimljiv i fleksibilan: svaka jedinica sastoji se od interaktivnih materijala u trajanju od 5-10 minuta sa sinkroniziranim tekstom, kratkih videozapisa, kviza i najmanje dvije preporuke za daljnje učenje. Polaznici koji završe tečaj dobivaju značku Social Media Hero, mikroakreditaciju kojom se potvrđuju stečene kompetencije u skladu s preporukama EU-a o cjeloživotnom učenju (Microcredentials.eu, 2025.). Značka sadrži metapodatke o postignućima polaznika i spremna je za dijeljenje u životopisima i profilima na društvenim mrežama poput LinkedIna. Polaznicima se također daju praktični zadaci, nazvani Transfer Tasks, koje trebaju implementirati u svojoj tvrtki. Na primjer, postavljanje Instagram računa za tvrtku ili razvoj plana online marketinga. Iako Transfer Tasks nisu potrebni za dobivanje značke, oni su izvrsna metoda za testiranje i vježbanje novog znanja. Nakon što prenesu svoj rad, polaznici dobivaju povratne informacije od #bgv tutora.



Slika 4 (gore): Pogled na module mikrotečaja #bgv za polaznike

Slika 5 (desno): Značka Junak društvenih mreža, dobivena nakon završetka tečaja.

Co-funded by the European Union

Slučaj Posao postaje viralan

Business goes viral

Pilot

Provedena je pilot faza testiranja online tečaja s najmanje 30 zaposlenika generacije Z iz zemalja partnera (Austrija, Hrvatska i Italija). Stoga je ciljana skupina bila mikro, mala i srednja poduzeća s najmanje 1-3 zaposlenika generacije Z. U nastavku slijedi sažetak poduzetih koraka:

1. **Diseminacija:** Izrađen je jednostranični materijal o projektu i distribuiran održivim tvrtkama i zaposlenicima putem društvenih mreža, e-pošte i telefona.
2. **Početna evaluacija:** Anonimni upitnik poslan je poštom ključnim osobama tvrtki kako bi se izmjerilo korištenje, prisutnost i učinkovitost društvenih medija u poduzećima.
3. **Uvođenje:** Sudionicima je poslana e-pošta dobrodošlice s detaljima o tome kako pristupiti tečaju, koje korake treba slijediti i korisnim kontaktima. Informacije su također bile dostupne u sveobuhvatnom dokumentu za uvođenje, prevedenom na jezike partnerskih zemalja.
4. **Početna evaluacija za sudionike:** Kontekstualno, anonimni upitnik za zaposlenike poslan je sudionicima poštom kako bi se izmjerile njihove vještine korištenja društvenih medija te njihov interes za razvoj i profesionalnu primjenu tih vještina na radnom mjestu.
5. **Pristup tečaju:** Prije početka pilot projekta, platforma #bgv je testirana i optimizirana. Na početku pilot projekta, sudionici su dobili vjerodajnice za ekskluzivan pristup tečaju.
6. **Mentorstvo:** Sudionici su primali podršku tijekom cijele pilot faze, s jednim dostupnim mentorom po zemlji koji je bio spreman pomoći putem e-pošte i/ili telefona. Tijekom pilot projekta svim sudionicima poslane su e-poruke s podsjetnikom na tečaj i provjerom napretka.
7. **Završna evaluacija:** Na kraju pilotne faze, sudionici su primili drugu anketu usmjerenu na njihova mišljenja o tečaju, njihovom učenju i percipiranoj učinkovitosti obuke.
8. **Završetak pilotne faze:** Prikupljeni su i analizirani rezultati iz tri zemlje.
9. **Mjerenje utjecaja:** Nakon nekoliko mjeseci, tvrtkama je poslana druga anketa kako bi se procijenio utjecaj tečaja na njihovu prisutnost na društvenim mrežama.

Razumijevanje mikroučenja i mikroakreditacija

Definicije

Mikroučenje je pružanje znanja u kratkim, usmjerenim jedinicama osmišljenim za postizanje specifičnih ciljeva učenja. Karakterizira ga pristupačnost i modularnost, što ga čini lakim za integraciju u svakodnevne rutine i kontekste radnog mjesta. Naglašava fleksibilnost, pristupačnost i poboljšano zadržavanje znanja, što ga čini posebno prikladnim za osposobljavanje na radnom mjestu i cjeloživotno učenje (Oxford Learning, 2025.; IACET, 2024.). Međunarodno udruženje za kontinuirano obrazovanje i osposobljavanje (IACET, 2024.) naglašava da je mikroučenje posebno učinkovito u digitalnim okruženjima, gdje može kombinirati multimedijske formate s osposobljavanjem „just-in-time".

Mikroakreditacije su oblik certifikacije koji formalno priznaje specifične vještine ili kompetencije stečene kroz kratka, ciljana iskustva učenja. One se procjenjuju, osigurava im se kvaliteta te su dizajnirane tako da budu prenosive, kompatibilne i kompatibilne, omogućujući priznavanje od strane poslodavaca i obrazovnih sustava (Vodič za dizajn, izdavanje i priznavanje mikroakreditacija). Ovo priznavanje se osigurava transparentnošću mikroakreditacija, njihovom usmjerenošću na učenika i njihovom ugradnjom u postojeće kvalifikacijske okvire. Mikroakreditacije se sve više smatraju alatom politike za poboljšanje cjeloživotnog učenja i prilagodljivosti radne snage.

Prilike

Prilagodljivost i dostupnost tečajeva mikroučenja čine ih optimalnim rješenjima za obuku tvrtki. Istraživanje europskih tvrtki iz 2019. koje su provele agencije EU-a Cedefop i Eurofound istražilo je strategije europskih malih i srednjih poduzeća za zadovoljavanje njihovih potreba za vještinama, s naglaskom na utjecaj digitalizacije. Istraživanje je zaključilo da tvrtke koje visoko cijene obuku postižu najbolje rezultate u smislu učinka i dobrobiti na radnom mjestu. Istraživanje je također pokazalo da podjela odgovornosti za razvoj vještina između poslodavaca i zaposlenika uvelike koristi tvrtkama. To je povezano s činjenicom da visoko digitalizirane tvrtke imaju tendenciju boljih rezultata, potičući više inovacija i rasta vještina. Istodobno, tvrtke koje nude sveobuhvatnu obuku vjerojatnije će biti digitalizirane i inovativne.

Co-funded by the European Union

Razumijevanje mikroučenja i mikroakreditacija

Business goes viral

Mikroučenje je vrlo učinkovita i djelotvorna strategija učenja koja uključuje pružanje informacija u sažetim, zanimljivim i uključivim formatima, što ih čini lakim za učenje i vrlo praktičnima. Bavi se izazovom sve kraćeg raspona pažnje kod modernih učenika. Sljedeći odjeljci istražuju ključne prednosti mikroučenja.

Poboljšani angažman i zadržavanje
Mikroučenje je strateški osmišljeno kako bi se riješilo skraćivanje raspona pažnje: istraživanja pokazuju da digitalni učenici gube fokus unutar 2-10 minuta, a da opća pažnja u prosjeku iznosi samo 8,25 sekundi (IACET). Isporukom sadržaja u modulima od 2-10 minuta, prilagođava se kognitivnim ograničenjima i potiče angažman (IACET, Oxford Learning). Studije također otkrivaju da mikroučenje temeljeno na videu u kombinaciji s gamifikacijom povećava dugoročno zadržavanje s 21% na 95% nakon 31 dan (IACET). Ova metoda sprječava kognitivno preopterećenje razbijanjem informacija u male, ponovljive dijelove, omogućujući bolju obradu i zadržavanje pamćenja (Oxford Learning).

Praktičnost i fleksibilnost (učenje na zahtjev)
Moduli mikroučenja idealni su za pojedince s užurbanim rasporedima jer se mogu pohađati bilo kada i bilo gdje te zahtijevaju manje vremena i truda od duljih tečajeva. Ovaj pristup na zahtjev, posebno putem mobilnih uređaja, čini učenje dostupnim ljudima bez obzira na njihovu lokaciju ili radne smjene, omogućujući im da učenje besprijekorno integriraju u svoje svakodnevne rutine. Ne ovisi o dostupnosti trenera ili popularnosti teme, što ovaj format čini idealnim za nišne teme.

Učinkovitost i brzo usavršavanje
Istraživanje Cedefopa „Nedostatak vještina i praznine u europskim poduzećima“ usmjereno je na europska poduzeća, ističući važnu ulogu organizacija u razvijanju sposobnosti svojih zaposlenika za ažuriranje vještina. U tom smislu, mikroučenje je moćna strategija. Omogućuje tvrtkama da obuče zaposlenike za nove vještine ili učinkovito ažuriraju postojeća znanja, omogućujući brzo usavršavanje u dinamičnim profesionalnim okruženjima i područjima koja se brzo mijenjaju. Moduli se usredotočuju na specifične koncepte, omogućujući polaznicima da steknu korisna znanja u kraćem vremenu i usklade se s tržišnim trendovima.

Smanjenje troškova
Ova strategija učenja može pomoći u smanjenju troškova obuke, jer pojedinci trebaju platiti samo za specifični sadržaj koji im je potreban, umjesto za cijeli dugotrajan tečaj. Također može pomoći u izbjegavanju nepotrebnih troškova i vremena utrošenog na tradicionalne metode obuke (na primjer, putovanje na obuku licem u lice). Istraživanja pokazuju da mikroučenje dovodi do 17% poboljšanja u zadržavanju znanja u usporedbi s tradicionalnim metodama obuke, a istovremeno smanjuje troškove obuke do 40% i povećava ukupnu produktivnost zaposlenika za 15% (Cook). Ovaj pristup je posebno učinkovit za brzo popunjavanje praznina u vještinama, jer se fokusira na jednu specifičnu vještinu, zadatak ili koncept istovremeno, omogućujući zaposlenicima da premoste praznine u učinku mnogo brže od konvencionalnih metoda.

Poboljšana tržišnost
Moduli mikroučenja mogu se lako grupirati i plasirati na tržište, nudeći nove mogućnosti timovima za učenje i razvoj (L&D) da ponude tečajeve interno ili eksterno drugim dionicima.

Vrijednost alata za neformalno učenje na tržištu
Prema propisima EU, mikroakreditacije bi trebale biti službeno izdane - međutim, u našem slučaju to je neslužbeno izdanje koje dokazuje dodatnu kompetenciju polaznika. Mikroučenje je prilika i potvrda za potvrdu neformalnog učenja, što je pozitivno cijenjeno na tržištu.

Co-funded by the European Union

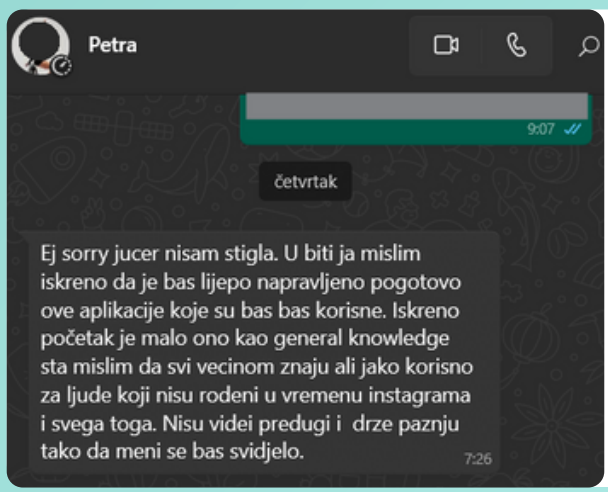
Razumijevanje mikroučenja i mikroakreditacija

Business goes viral

Što su naši pilotni sudionici rekli o mikrotečaju?
Neka svjedočanstva iz pilot projekta #bgv

- Većina sudionika našeg pilot-projekta radi u malim i srednjim poduzećima, posebno u skupini od 0 do 49 zaposlenika. Nekoliko ih je zaposleno u većim organizacijama (250+ zaposlenika), uglavnom u Austriji i Hrvatskoj.

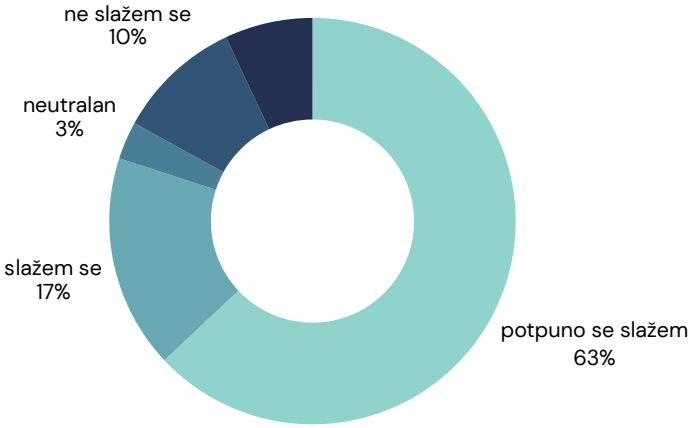
- Mnogi sudionici imali su ograničeno znanje u ključnim područjima digitalnog marketinga kao što su upravljanje zajednicom, online kampanje, analitika učinka i razvoj strategije za društvene medije.



Petra, Hrvatska

- „Iskreno mislim da je prekrasno napravljeno, posebno aplikacije koje su stvarno korisne. Početak je više opće znanje, što mislim da većina ljudi zna, ali je stvarno korisno za ljude koji nisu rođeni u eri Instagrama i drugih platformi. Videi nisu predugi i zanimljivi su, tako da mi se jako svidjelo."

- Tečaj je dobio snažne pozitivne povratne informacije u sve tri zemlje sudionice (Austrija, Italija i Hrvatska).
- Velika većina sudionika izvijestila je o značajnim dobicima u učenju i povećanom povjerenju u alate digitalnog marketinga. Većina ih je smatrala da su moduli učenja dobro strukturirani, interaktivne značajke korisne, a objašnjenja lako razumljiva. Osim toga, 80% sudionika složilo se da bi tečaj preporučili drugima.



Slika 6: „Svakako bih preporučio ovaj e-tečaj"

Co-funded by the European Union

Razumijevanje mikroučenja i mikroakreditacija

Business goes viral

penso che sia stato uno dei migliori corsi online che ho fatto, poi mi spiace non averci dedicato il tempo che avrei voluto 18:19

è interattivo, interessante, simpatico e non tedioso 18:20

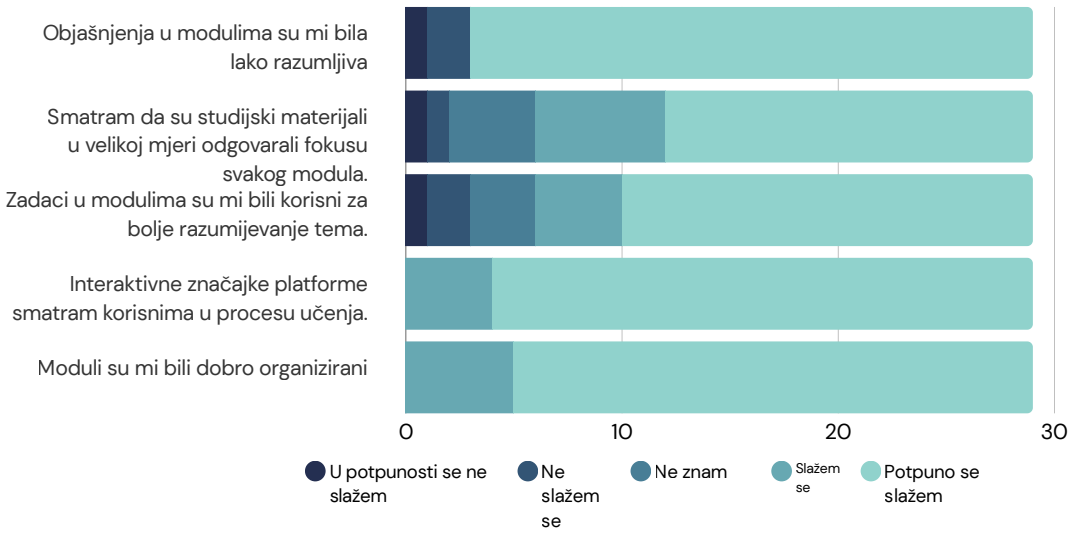
Matteo, Italija

- "Mislim da je to bio jedan od najboljih online tečajeva koje sam pohađao/la, a onda žalim što nisam proveo/la na njemu onoliko vremena koliko bih želio/la. Interaktivan je, zanimljiv, lijep i nije dosadan."

- Polaznici mogu samostalno i fleksibilno upravljati vremenom provedenim na tečaju, koji se procjenjuje na ukupno trajanje od oko 3 sata.

- Sudionici su pohvalili modularni pristup, smatrajući ga korisnim i jednostavnim za napredovanje vlastitim tempom. Jedan je sudionik primijetio: "Videozapisi nisu predugi i zanimljivi su, tako da mi se jako svidjelo."

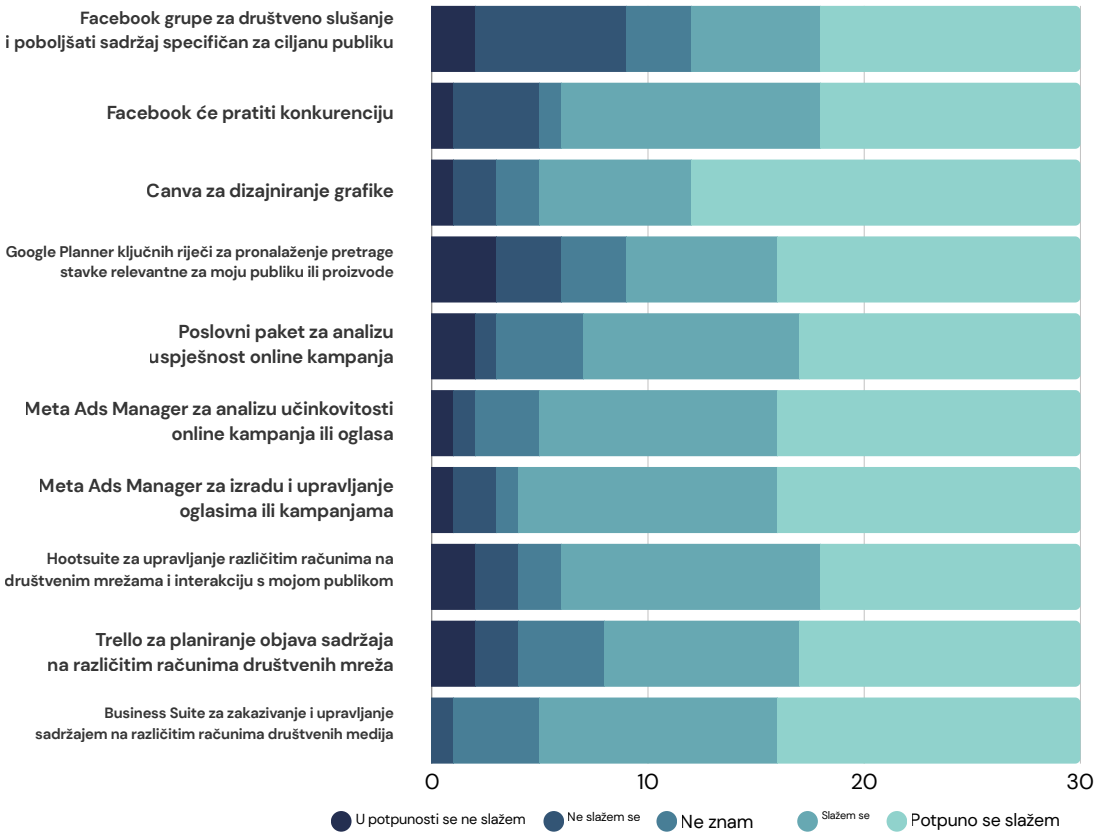
- Dizajn je dobio pozitivne povratne informacije jer je "jasan, funkcionalan i vizualno privlačan", podržavajući samostalnu navigaciju i učenje.



Slika 7: „Molimo vas da navedete razinu slaganja sa sljedećim tvrdnjama“

Co-funded by the European Union

- Nakon završetka tečaja #bgv, polaznici su općenito izvijestili o povećanoj sposobnosti korištenja raznih alata za digitalni marketing, ponajviše Canve, Meta Ads Managera i Meta Business Suitea. Manji dio je ostao neodlučan - posebno u vezi s alatima poput Facebooka za praćenje konkurencije i Google Keyword Plannera.



Slika 8: „Mislite li da ste nakon završetka e-tečaja poboljšali svoju sposobnost primjene sljedećih marketinških alata?"

- U zasebnom, otvorenom pitanju, sudionici su spomenuli nekoliko alata koje planiraju početi koristiti kao rezultat tečaja. Ti se odgovori usko podudaraju s alatima koji su dobili najviše razine slaganja u tablici, što pojačava pozitivan utjecaj tečaja na praktičnu spremnost za alate.

- Sudionici su istaknuli dodanu vrijednost tečaja i za početnike i za one s prethodnim iskustvom. Neki su cijenili što je složene teme učinio pristupačnima, dok su drugi primijetili da im je pomogao produbiti i proširiti postojeće vještine.

Co-funded by the European Union

Implementacija i korištenje mikroučenja

Kako koristiti mikroučenje

Konvencionalna korporativna obuka često uključuje duge sesije i dugotrajne grupne radionice koje remete rad i produktivnost. Fleksibilnost mikroučenja omogućuje zaposlenicima da kratke obuke uklope u prirodne pauze, što olakšava razvoj vještina i čini ih manje zahtjevnima.

Prilikom razvoja i implementacije e-učenja, tvrtke moraju uzeti u obzir ključne čimbenike kako bi osigurale usklađenost sa svojim strateškim ciljevima. Donosimo popis tih bitnih elemenata.

Co-funded by the European Union

Implementacija i korištenje mikroučenja

Business goes viral

Izrada sadržaja interno ili eksterno?

Izbor između internog i eksterno pruženog razvoja e-učenja može napraviti razliku ovisno o veličini tvrtke i strateškim ciljevima. Evo sažetih smjernica o tome kako odabrati.

Razvoj unutar tvrtke

Najbolje za:
Organizacije kojima je potreban stalan protok prilagođenih e-learning tečajeva.

Prednosti:
Potencijalno niži troškovi ako postojeći odjel za učenje i razvoj (L&D) to može podnijeti, uz smanjene troškove održavanja. Interni timovi posjeduju inherentno, detaljno znanje za analizu potreba.

Razvoj izvan tvrtke

Najbolje za:
Organizacije bez stalnog toka sadržaja ili bez namjenskog internog tima za e-učenje.

Prednosti:
Općenito brži završetak projekta zbog pune predanosti. Nudi objektivnu perspektivu za analizu potreba, potencijalno identificirajući nove probleme ili rješenja. Agencije često imaju uspostavljenije, "nepogrešive" razvojne procese i širi raspon testiranih alata. Mogu kombinirati stručnost arhitekata učenja i dizajnera instrukcija.

Ključni čimbenici odlučivanja koje treba procijeniti:

- **Trošak:** Interni rad je često jeftiniji ako su dostupni interni resursi.
- **Vrijeme:** Agencije obično brže isporučuju projekte.
- **Analiza potreba:** Interni sustav ima koristi od postojećeg internog znanja; agencije pružaju objektivno, vanjsko gledište.
- **Razvojni proces i alati:** Agencije općenito imaju profinjenije procese i širi raspon alata.
- **Organizacijska spremnost:** Ključno je procijeniti vaše specifične potrebe za obukom, dostupne resurse (proračun, vrijeme, znanje, vještine) i je li uspostavljen proces upravljanja projektima.

Implementacija i korištenje mikroučenja

Business goes viral

Kako implementirati mikroučenje u vašoj tvrtki

Sama implementacija može djelomično ovisiti o veličini i modelu poduzeća. Međutim, sljedeći proces od pet koraka može se koristiti kao prijedlog o tome kako uključiti mikroučenje u tvrtku. Trebao bi biti zamišljen kao opcionalan i informativan, a ne propisan.

1. **Razviti ciljeve obuke:** Definirati specifične probleme koje treba riješiti i ponašanja koja treba adresirati.
   Definirajte ciljeve učenja (Što vaši polaznici trebaju znati?) i željene ishode (Što bi vaši polaznici trebali moći učiniti nakon obuke?).
2. **Izradite cjelovite tečajeve:** Osmislite module učenja (interne ili vanjske) koji pokrivaju cjelovite koncepte sa specifičnim ciljevima učenja za svaki od njih.
3. **Potaknite kontinuiranu upotrebu:** Primijenite tehnike vježbanja ponavljanja i pronalaženja znanja.
4. **Osigurajte jednostavan pristup:** Učinite sadržaj prilagođenim mobilnim uređajima i dostupnim u bilo koje vrijeme.
5. **Procijenite rezultate:** Pratite napredak učenika i optimizirajte sadržaj na temelju podataka o učinku.

Co-funded by the European Union

Načela angažmana

Angažman u učenju znači aktivno sudjelovanje učenika potaknuto emocionalnom vezom i znatiželjom, što motivira na kontinuirano istraživanje.

Postoje četiri vrste angažmana, a njihovo razumijevanje pomaže kreatorima da stvore uvjerljive i privlačne priče:

- **emotivan;**
- **kognitivni;**
- **bihevioralni;**
- **društveni.**

Ključno načelo je nikada ne podcjenjivati učenike. Sadržaj bi trebao biti izazovan, nuditi zagonetke i kvizove te poticati primjenu u stvarnom svijetu. Učenje s naporom aktivira više područja mozga, poboljšavajući pamćenje i stvarajući nezaboravna iskustva.

Angažman u programima e-učenja treba razlikovati od interaktivnosti. Dok interaktivnost u e-učenju uključuje radnje i reakcije (učenik izvodi radnju, tečaj pruža reakciju - na primjer, učenik odabire element na zaslonu, a tečaj prikazuje dodatni sadržaj), angažman se može postići bez interaktivnosti ako je sadržaj nešto s čime se učenik može istinski povezati.

Trajanje tečaja još je jedan važan aspekt koji treba uzeti u obzir. Razumijevanje raspona pažnje modernih učenika pomaže pružateljima obuke da postignu optimalnu uključenost. Istraživanja pokazuju da pažnja naglo pada unutar 2-10 minuta, u prosjeku 8 sekundi (IACET). Kratki moduli Microlearninga odgovaraju tim kognitivnim ograničenjima, održavajući učenike angažiranima (IACET, Oxford Learning). Dugi moduli uzrokuju pad fokusa; ne zbog dosadnog sadržaja, već zato što pažnja prirodno opada s vremenom.

Co-funded by the European Union

Business goes viral

Razine interaktivnosti

U razvoju e-učenja, industrijski standard razlikuje četiri razine interaktivnosti. Iako mnogi pružatelji e-učenja koriste različitu terminologiju za ove razine interaktivnosti i mogu postojati male varijacije u nijansama, cjelokupni okvir ostaje konsenzualan i globalno priznat. Nomenklatura predložena u nastavku preuzeta je iz članka zajednice dizajnera instrukcija, e-Learning Heroes Community, „Upoznajte 4 razine e-učenja“:

1. **Pasivna interaktivnost:** Razina 1 karakterizira minimalan angažman učenika, gdje sudionici prvenstveno konzumiraju informacije čitanjem i jednostavnom navigacijom. Ovaj pristup "odaberi sljedeće" koristi statički tekst i slike s jednostavnim procjenama s višestrukim izborom. Iako osnovna, Razina 1 učinkovito pruža jednostavna pravila ili postupke.

2. **Ograničena interaktivnost:** Razina 2 uvodi multimedijske elemente, uključujući audio, video, osnovne animacije i interakcije odabirom za otkrivanje. Metode procjene proširuju se na aktivnosti povlačenja i ispuštanja te vježbe podudaranja. Ova razina uravnotežuje obogaćena iskustva učenja s prihvatljivim vremenom razvoja.

3. **Složena interaktivnost:** Razina 3 povećava sofisticiranost kroz opsežne multimedijske i napredne procjene s razgranatim, scenarijima temeljenim pitanjima koja omogućuju višestruke puteve i raznolike povratne informacije. Ova se razina pokazala učinkovitom za podučavanje složenih vještina poput specijalizirane profesionalne obuke.

4. **Potpuna imerzija:** Razina 4 kombinira sve prethodne komponente s naprednim elementima gamifikacije i simulacije, uključujući slike od 360°, složene igre, interaktivne scenarije i dinamičan sadržaj koji se prilagođava izborima učenika. Ovaj imerzivni pristup izvrsno razvija vještine donošenja odluka u stvarnom vremenu, ali zahtijeva opsežne razvojne resurse.

Svaka razina služi različitim ciljevima, omogućujući organizacijama da odaberu odgovarajuću interaktivnost na temelju ciljeva učenja i dostupnih resursa.

Co-funded by the European Union

Implementacija i korištenje mikroučenja

Business goes viral

Kako razviti mikrotečaj

Uspješan razvoj mikroučenja započinje jasnim razumijevanjem postojećeg znanja ciljanih učenika i specifičnih nedostataka koje treba popuniti. Osmišljavanje učinkovitih mikrotečajeva ne zahtijeva samo pažljivu analizu potreba učenika, već i promišljenu primjenu tehničkih i andragoških vještina. Sljedeći odjeljak istražuje korak-po-korak proces stvaranja učinkovitih mikrotečajeva.

1 Provedite analizu potreba

Kao i kod svake inicijative za obuku, dubinska analiza potreba ključni je prvi korak u razvoju mikrotečaja. Ova analiza istražuje specifične nedostatke u znanju i vještinama unutar organizacije, identificirajući kako ti nedostaci utječu na učinak zaposlenika i koje bi rezultate obuka realno trebala postići.

Robusna analiza potreba također uzima u obzir postojeću svijest učenika, trenutne kompetencije i šire organizacijske izazove. Razjašnjavanjem ovih ključnih pitanja, organizacije mogu osigurati da planirano mikroučenje zadovoljava stvarne potrebe za učinkovitošću.

2 Započnite projekt

Prije početka razvoja sadržaja, bitno je uspostaviti operativnu jasnoću u vezi s projektom. Ukratko ćemo navesti ključne komponente koje bi trebale biti na mjestu kako bi projekt uspješno započeo:

- Jasna definicija ključnih razvojnih faza i rezultata.
- Identifikacija i uključivanje svih relevantnih dionika u ranoj fazi procesa.
- Dogovorite se o linijama komunikacije
- Pojednostavljeni postupci upravljanja datotekama i e-poštom kako bi se smanjila zbrka i pogreške u verzijama
- Jasno dokumentiran opseg projekta za postavljanje granica i upravljanje očekivanjima
- Dogovor o realnom vremenskom okviru koji odražava i razvojne i povratne informacije dionika

Takvo strukturirano uvođenje u projekt osigurava usklađenost svih strana, smanjuje rizik i postavlja profesionalni ton za ostatak procesa.

3 Razvoj sadržaja

Nakon što je analiza potreba završena, može započeti razvoj sadržaja. Organizacije bi trebale odlučiti hoće li sadržaj razvijati interno ili će surađivati s vanjskim stručnjakom za razvoj e-učenja. Tijekom stvaranja sadržaja, stručnjaci prikupljaju detalje o profilu publike, željenoj razini interaktivnosti, smjernicama brenda i tonu glasa, osiguravajući da je svaki mikrotečaj i zanimljiv i kulturno relevantan. Čak i kada se radi interno, korisno je ponovno potvrditi ove elemente prije početka razvoja kako bi se osiguralo da se uzmu u obzir sve perspektive.

Implementacija i korištenje mikroučenja

Business goes viral

4 Multimedija

Multimedijski elementi, poput videa, animacije i zvuka, igraju ključnu ulogu u tome da mikroučenje bude zanimljivo i pamtljivo. Najbolje prakse preporučuju korištenje konciznih, visokokvalitetnih vizualnih elemenata i interaktivnih sredstava kako bi se poboljšalo razumijevanje i pamćenje, osiguravajući da je svaka multimedijska komponenta usklađena sa specifičnim ciljem učenja. Počevši od 2026. godine, pridržavanje Zakona EU o umjetnoj inteligenciji obvezno je za sva rješenja e-učenja. Ako se unutar tečaja koristi multimedija generirana umjetnom inteligencijom (poput avatara, glasova stvorenih umjetnom inteligencijom ili video sadržaja automatiziranog umjetnom inteligencijom), na početku obuke mora se osigurati jasna izjava o odricanju od odgovornosti, kojom se polaznici informiraju o sudjelovanju umjetne inteligencije i osigurava transparentnost.

5 Pristupačnost

Treba napomenuti da mikrotečajevi razvijeni za širu javnu upotrebu i unutar domene javnog sektora moraju biti u skladu s Europskim zakonom o pristupačnosti. Napredni alati za izradu sadržaja često uključuju ugrađene značajke pristupačnosti i obično prema zadanim postavkama slijede osnovne standarde pristupačnosti. Međutim, i dalje je bitno posvetiti posebnu pozornost usklađenosti, jer oslanjanje isključivo na ove ugrađene komponente možda neće jamčiti potpuno pridržavanje svih relevantnih zahtjeva.

6 Pružite i implementirajte povratne informacije

Povratne informacije su najučinkovitije kada su strukturirane i odgovornost je jasno dodijeljena. Kao što je spomenuto u 2. Započnite projekt, definirajte formalne faze povratnih informacija i odredite jednog dionika ili predstavnika za komunikaciju konsolidiranih povratnih informacija. To pojednostavljuje cikluse revizije i sprječava pogrešnu komunikaciju, omogućujući brže i učinkovitije iteracije.

7 Odaberite platformu za učenje

Pokretanje mikrotečajeva zahtijeva odgovarajuću platformu, stoga je preporučljivo osigurati pružatelja LMS-a (Learning Management System - Sustav za upravljanje učenjem) ako već nije dostupan tijekom razvoja tečaja. Mikrotečajevi se distribuiraju putem takvih sustava, što omogućuje praćenje napretka i izdavanje akreditacija.

8 Osiguranje kvalitete

Nakon razvoja, tečajevi bi trebali proći temeljitu provjeru kvalitete od strane razvojnog tima ili organizacije. Također je preporučljivo provesti beta testiranje s manjom skupinom ljudi iz ciljane publike kako bi se osiguralo da sve ispravno funkcionira te da je sadržaj učinkovito prezentiran i relevantan za ciljanu publiku.

Implementacija i korištenje mikroučenja

Business goes viral

Kako izraditi mikroakreditacije: Alati, mogućnosti, najbolje prakse

Mikrokvalifikacije su zapis ishoda učenja koje je učenik stekao nakon malog obujma učenja. Ove ishode učenja potrebno je procijeniti prema transparentnim i jasno definiranim kriterijima, na primjer, Europskom kvalifikacijskom okviru (EQF), koji postavlja standard kako bi nacionalne kvalifikacije bile čitljivije diljem Europe.
Kako bi se osigurala kvaliteta mikrokvalifikacija, važno je slijediti dogovorene standarde, kao što je Europski zajednički okvir za mikrokvalifikacije (CMF). Kolegiji koji se pridržavaju ovog okvira moraju:

Imati ukupno vrijeme studija između 100 i 150 sati (4-6 ECTS*), uključujući i završni ispit.
Mjesto na razini 6-8 u Europskom kvalifikacijskom okviru ili ekvivalentne razine u nacionalnom kvalifikacijskom okviru sveučilišta (prvostupnički, magistarski i treći ciklus); alternativno, dostupne su mogućnosti za smještaj kolegija na razinama 4-5 (u kombinaciji s ECTS-om).

Otvorene značke (Open badges): što su one?

Otvorene značke su digitalni objekti koji se koriste za izdavanje mikroakreditacija: osobni su, sigurni, mogu se izvoziti i čitljivi putem namjenskih platformi. Tehnologiju otvorenih znački ne kontrolira nijedna organizacija te je besplatna i otvorenog koda za korištenje svima. Naravno, to znači da su ugled i pouzdanost izdavatelja (onoga tko isporučuje tečaj) je ključan za osiguravanje „trajnosti" i korisnosti značke. Značke su obično slike (PNG ili SVG) s metapodacima ugrađenim u njih, koji pokazuju tko je, zašto i za što izdao značku. Dakle, to je metoda izdavanja obrazovnih postignuća temeljena na dokazima. Metapodaci uključuju:

- **Naziv značke**
- **URL značke (ili URL identifikacije)**
- **Kriteriji za značku (opis značke, kriteriji ocjenjivanja i usklađenost s postojećim okvirima učenja)**
- **Slika značke**
- **Izdavatelj (informacije o izdavatelju i platformi za hosting)**
- **Primatelj (učenik)**
- **Datum postignuća**
- **Oznake**
- **Usklađenost (standardi)**
- **Datum isteka (ako postoji)**
- **URL dokaza**

Otvorene značke mogu se slagati, čak i između sustava različitih organizacija: to omogućuje stvaranje bogatog ekosustava koji pojedinci mogu koristiti za izgradnju priče o svojim vještinama, znanju i iskustvu, na primjer, prikazivanjem svojih znački u portfelju, životopisu ili virtualnom ruksaku. Otvorene značke prenosive su između različitih okruženja i platformi za učenje te se mogu pohraniti bilo gdje - uključujući osobne uređaje. Stoga korisnici imaju potpunu kontrolu nad njihovim dijeljenjem.

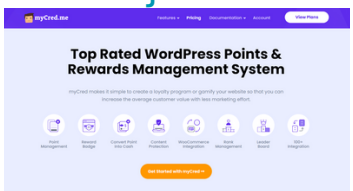
*ECTS je kratica za Europski sustav prijenosa i akumulacije bodova, standardiziranu jedinicu koja se koristi u Europskom prostoru visokog obrazovanja za mjerenje prosječnog opterećenja studijskih programa, modula i kolegija.

Co-funded by the European Union

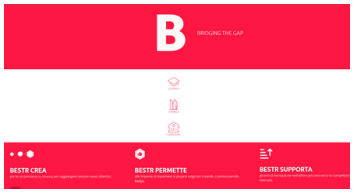
Business goes viral

Alati za mikroakreditacije

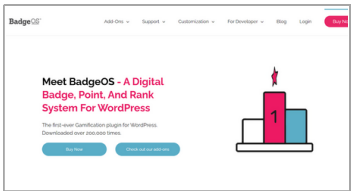
Izdavanje



MyCred.me
WordPress dodatak za nagrađivanje korisnika bodovima ili značkama na temelju zadanih radnji (registracija, posjeti tečaju, postignuća, dovršetak teme, polaganje kviza...). U kombinaciji s LearnDash LMS-om, može se koristiti za hostiranje mikrotečaja na web stranici.



Bestr
Vlasnička platforma za izdavanje znački koju je razvila tvrtka CINECA. To je talijanska kontaktna točka za otvorene značke jer uključuje vezu s resursima za učenje i podršku poslodavaca. Besplatna za učenike, usluga se nudi poslodavcima i pružateljima usluga osposobljavanja za dizajniranje i izdavanje otvorenih znački.



BadgeOS
Operativni sustav za poticanje angažmana i prepoznavanje postignuća. Dostupan kao moćan besplatni dodatak za WordPress, omogućuje vam jednostavno stvaranje, organiziranje i procjenu aktivnosti, nagrađivanje postignuća i izdavanje znački kada sudionici uspiju.

Validacija

Openbadgesvalidator, Badgecheck.io i Myopenbadge.com su platforme koje se mogu koristiti za validaciju Open Badgeova kako bi se provjerilo ispunjavaju li sve tehničke kriterije i pristupilo metapodacima koje sadrže.

Dijeljenje

Open Badge ruksaci su platforme na kojima učenici mogu prenositi i prikupljati svoje digitalne značke - primjer je Badgr.io. Značke se također mogu dijeliti na društvenim mrežama, posebno LinkedInu, koji uključuje dio profila za prikupljanje licenci i certifikata.

Izazovi

Business goes viral

Iako mikroučenje i mikroakreditacije mogu biti optimalna rješenja za obuku u tvrtkama, njihova primjena može tvrtkama predstavljati neke izazove. Ovaj odjeljak fokusira se na najčešće i navodi neke korisne strategije za njihovo prevladavanje.

Motivacija

Glavni izazov u korištenju online mikroučenja je motivacija učenika: s mogućnošću slobodnog pristupa sadržaju, mnogi zaposlenici započinju tečajeve, ali ih ne završavaju. Istraživanja potvrđuju da je jedan od vodećih uzroka prekida online obuke neangažiranost i niska percipirana relevantnost gradiva (IACET, 2024.; Oxford Learning, 2025.). Posebno za mala i srednja poduzeća, gdje zaposlenici često žongliraju s više odgovornosti, motivacija postaje ključni faktor u održavanju učenja.

Strategije za motivaciju

- **Promicati kulturu kontinuiranog učenja.** Učiniti učenje vidljivim dijelom organizacijskih vrijednosti, uz podršku vodstva.
- **Komunicirajte opipljive koristi.** Istaknite relevantnost modula za sektorske potrebe: uvođenje u posao za nove zaposlenike, strategije vidljivosti za startupove s niskim budžetom ili poboljšanja procesa za male proizvođače.
- **Održavajte aktivnu komunikaciju s učenicima.** Koristite podsjetnike, vršnjačke rasprave ili društvene zajednice za učenje kako biste održali zamah.
- **Stvorite strukturirane prostore za razmjenu.** Potaknite zaposlenike da dijele najbolje prakse ili naučene lekcije, pretvarajući obuku u suradničko iskustvo. Prikupljanje povratnih informacija od polaznika način je kontinuirane evaluacije modula i osiguranja da ostanu relevantni i zanimljivi (Vodič za dizajn, izdavanje i priznavanje mikro-kvalifikacija).
- **Poticati intrinzičnu motivaciju.** Povezati učenje s osobnim rastom i prilikama za istaknuvanje dodatnih kompetencija radnika. To doprinosi izgradnji zadovoljstva zaposlenika i poslovne vrijednosti (Oxford Learning, 2025).

Izazovi

Business goes viral

Priznavanje i validacija učenja

Jedna od briga je da mikroučenje, kada nije ugrađeno u okvir mikroakreditacija, može biti bez formalnog priznanja. Bez standardiziranog ocjenjivanja i transparentnih metapodataka, napori zaposlenika riskiraju da budu nevidljivi poslodavcima i vanjskim dionicima. To obeshrabruje sudjelovanje, jer učenici možda ne vide jasne profesionalne koristi.

Strategije za prepoznavanje i validaciju

- **Definirajte mjerljive ishode.** Koristite okvire poput Kontrolne liste za dizajn mikroakreditacija kako biste osigurali jasnoću o tome što svaki modul treba postići.

- **Uskladite module mikroučenja s utvrđenim okvirima.** Ugradnjom kratkih jedinica učenja unutar sustava akreditacije koji uključuje transparentne metapodatke (kao što su okviri mikroakreditacija) i priznanje od strane vanjskih dionika, zaposlenici dobivaju prenosiv dokaz svojih kompetencija, povećavajući svoju percipiranu vrijednost obuke.

Jamstvo kvalitete i dosljednost

Smjernice ETF-a ističu da fragmentirani i nedosljedni pristupi dizajniranju modula mikroučenja mogu smanjiti povjerenje u njihovu kvalitetu. Bez pridržavanja dogovorenih standarda (jasni ishodi učenja, ocjenjivanje, prenosivost), mikroučenje može ostati podcijenjeno u usporedbi s tradicionalnim formatima osposobljavanja.

Strategije za osiguranje kvalitete i dosljednost

- **Pridržavajte se jasnih standarda dizajna.** Smjernice ETF-a preporučuju pristup kontrolne liste: svaki modul treba navesti ishode učenja, kriterije ocjenjivanja, radno opterećenje i dokaze o savladavanju.

- **Koristite recenziju od strane kolega.** Recenzija od strane kolega među pružateljima obuke i pozivanje na postojeće okvire mogu dodatno zaštititi kvalitetu. Dosljednost ne samo da gradi povjerenje polaznika, već i uvjerava poslodavce da ulaganja u mikroučenje daju pouzdane rezultate.

Co-funded by the European Union

Integracija u poslovne procese i rasporede

Mikroučenje riskira da se percipira kao „dodatno“ ako nije usko povezano sa zadacima na radnom mjestu. Izvješće o mikrokvalifikacijama usmjerenim na učenike naglašava važnost ugrađivanja učenja u tijek rada, na primjer, povezivanjem modula s dnevnim pokazateljima uspješnosti, ključnim događajima u projektu ili mogućnostima napredovanja u karijeri. Čak i s kratkim modulima obuke, mala i srednja poduzeća često se bore s dosljednim izdvajanjem vremena zaposlenicima zbog uskih proizvodnih rasporeda i ograničenih resursa.

Strategije za integraciju

- **Ugradite mikroučenje u organizacijske procese.** Kako biste izbjegli da se mikroučenje smatra nebitnim, predlaže se povezivanje modula s kontrolnim listama za uvođenje u posao, zahtjevima za usklađenost ili evaluacijama učinka. Osim toga, usklađivanjem obuke sa strateškim poslovnim ciljevima, mala i srednja poduzeća mogu pokazati neposrednu relevantnost za radno mjesto.

- **Osmislite module „točno na vrijeme“.** Kako bi se prevladala vremenska ograničenja, ključno je osmisliti kratke i točne module koji se mogu besprijekorno uklopiti u dnevne rutine. Istraživanje europskih tvrtki iz 2019. ističe da mala i srednja poduzeća imaju najviše koristi kada je osposobljavanje izravno relevantno i može se sažeti u manje od 10 minuta. Ovaj pristup olakšava mikropauze predviđene za učenje u redovnom tijeku rada i osigurava da sudjelovanje ne ometa produktivnost.

- **Povežite učenje s ključnim pokazateljima uspješnosti poslovanja.** Za mala i srednja poduzeća to može uključivati skraćeno vrijeme uvođenja u posao, poboljšanu prodaju ili manje pogrešaka na radnom mjestu.

Co-funded by the European Union

Izazovi

Business goes viral

Digitalni jaz i pristupačnost

Iako se mladi stručnjaci općenito osjećaju ugodno s digitalnim alatima, ne dijele svi zaposlenici istu razinu digitalne pismenosti, a stariji radnici ili zaposlenici u tradicionalnim sektorima mogu se suočiti s preprekama u pristupu i korištenju platformi za mikroučenje. Stoga mala i srednja poduzeća moraju osigurati uključivost u dizajnu i provedbi.

Strategije za pristupačnost

- **Usvojite univerzalni pristup dizajnu.** To znači ponuditi sadržaj u više formata (video, tekst, audio), osigurati mobilnu kompatibilnost i pružiti podršku za uvođenje u posao za manje digitalno vješte zaposlenike (EPALE Resource Kit - Skills Revolution).

- **Odlučite se za kombinirana rješenja.** Kombiniranje mikroučenja s povremenim sesijama licem u lice može smanjiti prepreke za one koji nisu upoznati s online platformama, pomažući u osiguravanju uključivosti cijele radne snage. Alternativna metoda kombiniranog učenja kombinira module e-učenja s chatom pokretanim umjetnom inteligencijom. Ova tehnologija pruža podršku za učenje u stvarnom vremenu i može biti bolje rješenje na licu mjesta.

Provjera utjecaja tečaja mikroučenja

Kako bi se suočili sa skepticizmom prema učinkovitosti, organizacije bi trebale usvojiti sustavne pristupe mjerenju utjecaja:

- **Definirajte mjerljive ishode.** Koristite okvire poput Kontrolne liste za dizajn mikroakreditacije kako biste osigurali jasnoću o tome što svaki modul treba postići.

- **Primijenite analitiku učinka.** Digitalne platforme omogućuju praćenje angažmana učenika, završetka i rezultata ocjenjivanja u stvarnom vremenu.

- **Povežite učenje s ključnim pokazateljima uspješnosti poslovanja.** Za mala i srednja poduzeća to može uključivati skraćeno vrijeme uvođenja u posao, poboljšanu prodaju ili manje pogrešaka na radnom mjestu.

- **Prikupite povratne informacije od polaznika.** Kontinuirana evaluacija osigurava da moduli ostanu relevantni i zanimljivi.

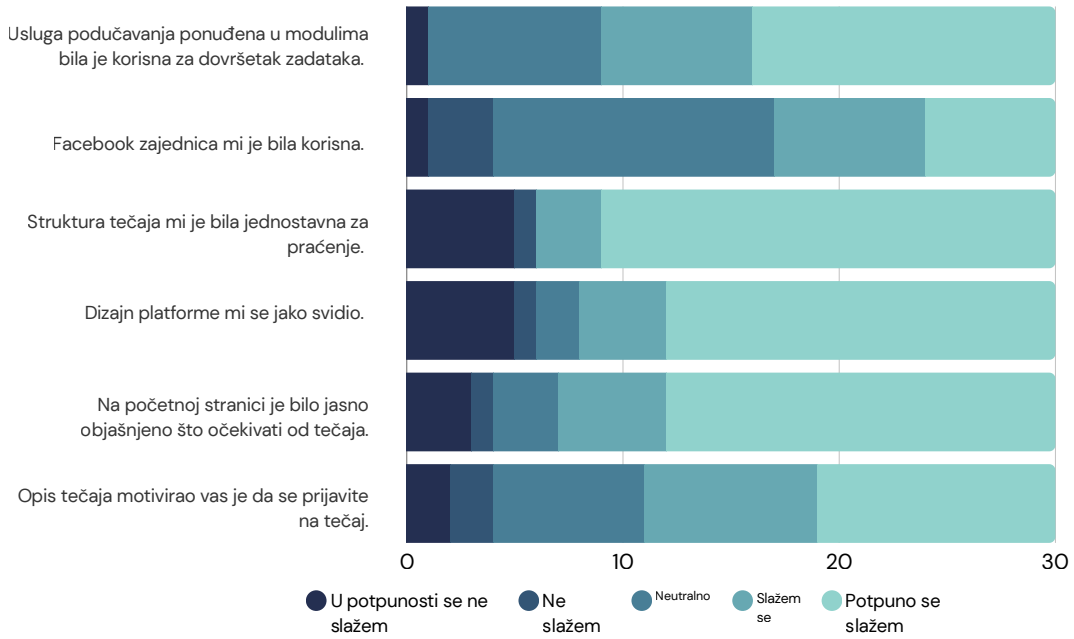
- **Priznajte postignuća.** Pružanje mikro-akreditacija ili digitalnih znački pojačava motivaciju tako što napredak čini vidljivim i prenosivim.

Izazovi

Business goes viral

Izazovi i preporuke za poboljšanje: uvidi iz pilot projekta #bgv

Područja mikrotečaja #bgv koja su dobila raznolikije povratne informacije bila su Facebook zajednica i usluga podučavanja. Dok su neki sudionici smatrali ova dva aspekta korisnima, posebno podučavanje, nekoliko ih je istaknulo prostor za poboljšanje i potrebu da se njihova korisnost učini jasnijom.



Slika 9: Povratne informacije sudionika o tečaju, platformi i pratećim značajkama

- Nekoliko pojedinačnih sudionika ponudilo je konstruktivne prijedloge za daljnje poboljšanje tečaja i platforme, prvenstveno se usredotočujući na proširenje sadržaja tečaja. Izrazili su interes za dodavanje više tema tečaju, koje uglavnom uključuju Google Ads Manager (detaljnije), Asanu, TikTok oglase, pisanje tekstova, Instagram u komercijalne svrhe i koja vrsta sadržaja najbolje funkcionira za svaku platformu.

- Osim toga, jedan je sudionik izrazio želju za detaljnijim primjerima, napomenuvši: „Želim vidjeti studije slučaja i malo više detalja o vrstama sadržaja i njihovoj učinkovitosti.“

Co-funded by the European Union

Izazovi

Business goes viral

- Tijekom pilotne faze naišlo se na neke poteškoće u **kontaktiranju** tvrtki i njihovom istinskom uključivanju u projekt. Pogotovo u većim poduzećima, nekoliko zaposlenika nije imalo jednostavan izravan kontakt sa svojim menadžerima.

- U našem slučaju, odabir **izravne komunikacije**, poput telefonskog poziva ili videopoziva (očekivano uvodnim e-porukama), doveo je do bolje uključenosti menadžera tvrtke, jer je pružio priliku da se bolje objasni priroda tečaja i prikažu moguće koristi za tvrtku. Nakon komunikacije u stvarnom vremenu uslijedilo je slanje e-pošte kako bi se menadžerima pružili digitalni materijali, poveznice i sve relevantne informacije koje su im mogle biti potrebne.

- **E-poruke** su također korištene kako bi se polaznici i menadžeri tvrtki obavještavali o pilotnoj fazi i podsjećali da završe tečaj ili ispune evaluacijske upitnike. Kad god je to bilo moguće, korišteni su neformalniji kanali poput aplikacija za razmjenu poruka kako bi se otklonile neke nedoumice sudionika i provjerio njihov napredak na tečaju. Međutim, prepoznajemo da ova metoda nije održiva u svim slučajevima, na primjer u većim tvrtkama.

- Općenito, izravna, **kontinuirana komunikacija** s poduzećima i zaposlenicima te otvorenost za rješavanje njihovih pitanja i nedoumica dovode do većeg sudjelovanja i stope uspjeha mikrotečaja.

Co-funded by the European Union

Zaključci

Business goes viral

Mikroučenje i mikroakreditacije nude malim i srednjim poduzećima, kreatorima politika i pružateljima usluga osposobljavanja praktičan način da održe korak s brzim tehnološkim i ekonomskim promjenama. Mikroučenje pruža kratke, fleksibilne jedinice učenja koje se uklapaju u svakodnevne radne rutine, dok mikroakreditacije pružaju formalno priznanje stečenih vještina, osiguravajući da su pouzdane, vidljive i prenosive u različitim sektorima.

Za **kreatore politika**, ovi alati premošćuju jaz između obrazovnih i sustava zapošljavanja, podržavajući cjeloživotno učenje i prilagodljivost tržištu rada. Ugrađivanjem mikrokvalifikacija u nacionalne i europske okvire te poticanjem sporazuma o međusobnom priznavanju, mogu proširiti mogućnosti za učenike, a istovremeno povećati konkurentnost malih i srednjih poduzeća.

Za **pružatelje usluga** osposobljavanja, mikroučenje otvara nove putove za angažman i inovacije. Pružatelji usluga mogu osmisliti tečajeve koji su interaktivni, modularni i relevantni za radno mjesto, a istovremeno izdaju mikroakreditacije koje povećavaju motivaciju i prepoznavanje učenika.

Pilot projekt #businessgoesviral potvrdio je ovaj potencijal: sudionici su izvijestili o većem samopouzdanju u profesionalnom upravljanju društvenim mrežama, poboljšanoj vidljivosti svojih tvrtki i spremnosti na preuzimanje novih digitalnih odgovornosti. Istovremeno, istaknuo je vrijednost kontinuiranih primjera, bolje integriranih resursa i razmjene mišljenja među kolegama.

Mikroučenje i mikrokvalifikacije zajedno jačaju europsku kulturu cjeloživotnog učenja i osnažuju mala i srednja poduzeća da se s fleksibilnošću, uključivošću i povjerenjem suoče s budućim izazovima.

Co-funded by the European Union

Bibliografija

01 Tim Articulate Community. (2025). Upoznajte 4 razine e-učenja. Articulate Community. Preuzeto 17. lipnja 2025. s https://community.articulate.com/blog/articles/get-to-know-the-4-levels-of-e-learning/1081372

02 Cook, I. (2025). Mikroučenje u odnosu na tradicionalno učenje: Potpuni vodič za 2025. godinu. Vouch. Preuzeto 16. lipnja 2025. s https://vouchfor.com/blog/microlearning-vs-traditional-learning

03 Cedefop. (2019). Europsko istraživanje tvrtki 2019. Europski centar za razvoj strukovnog obrazovanja. Preuzeto s https://www.cedefop.europa.eu/en/projects/european-company-survey

04 ETF (Europska zaklada za stručno osposobljavanje). (n.d.). Smjernice ETF-a za izradu, izdavanje i priznavanje mikrokvalifikacija.

05 Europska komisija. (n.d.). EPALE komplet resursa – Osnaživanje. Radna snaga s pravim vještinama.

06 Europska komisija. (n.d.). EPALE komplet resursa – Revolucija vještina: Pregled glavnih politika i inicijativa o vještinama u Europi posljednjih godina.

07 Europska komisija. (n.d.). Vodič za dizajn, izdavanje i priznavanje mikroakreditacija.

08 Europska komisija. (n.d.). Mikrokvalifikacije usmjerene na učenike.

09 Europska komisija. (n.d.). Mikro-kvalifikacije za cjeloživotno učenje i zapošljivost: upotreba i mogućnosti.

10 Europska komisija. (n.d.). Mikrokvalifikacije za obrazovanje i osposobljavanje na tržištu rada.

11 Europska komisija. (n.d.). Mikrokvalifikacije za poboljšanje sudjelovanja i uspješnosti u obrazovanju odraslih.

12 Europska komisija. (n.d.). Preporuke na razini politike: Inicijative utemeljene na dokazima za poboljšanje dizajna, izdavanja i priznavanja mikrokvalifikacija.

13 Europska komisija. (n.d.). Priznavanje mikrokvalifikacija za obrazovanje i osposobljavanje.

14 Europska komisija. (n.d.). Priznavanje mikrokvalifikacija za zapošljavanje.

15 Europska komisija. (n.d.). Kontrolni popis za dizajn mikroakreditacija.

16 Europska komisija. (n.d.). Razviti poticajne okvire i zakonodavstvo za mikrokvalifikacije.

Co-funded by the European Union

Bibliografija

17 Međunarodno udruženje za kontinuirano obrazovanje i osposobljavanje. (2024.). Kratki rasponi pažnje i dugotrajno zadržavanje: Evolucija učenja u digitalnom prostoru. IACET Blog. Preuzeto 16. lipnja 2025. s http://iacet.org/events/iacet-blog/blog-articles/short-attention-spans-and-long-term-retention-the-evolution-of-learning-in-the-digital-space/

18 Kato, S. (n.d.). Globalne promjene u učenju – Snalaženje u porastu mikrokvalifikacija u zemljama OECD-a. OECD.

19 Læring i Nord. (2024). Mikro-kvalifikacije – Budućnost priznavanja vještina?

20 Projekt MicroCredX. (n.d.). Rezultati projekta. Preuzeto s https://microcredx.microcredentials.eu/project-outputs/

21 Projekt MicroHE. (2021a). Budući utjecaji mikro-akreditacije na europsko visoko obrazovanje (D2.2). Preuzeto s https://microhe.knowledgeinnovation.eu/wp-content/uploads/sites/20/2021/01/D2.2.Future-Impacts-of-Micro-Credentialling-on-European-Higher-Education.pdf

22 Projekt MicroHE. (2021b). Intervjui s ključnim dionicima i donositeljima odluka: Sveukupno sažeto izvješće (D3.1). Preuzeto s https://microhe.knowledgeinnovation.eu/wp-content/uploads/sites/20/2021/05/D3.1-Interviews-with-Key-Stakeholders-Decision-Makers-Overall-Summary-Report.pdf

23 Projekt MicroHE. (n.d.). Sustav za validaciju digitalnog učenja (DLVS). Preuzeto s https://microhe.microcredentials.eu/home/microhe-dlvs/

24 Microcredentials.eu. (n.d.). Microcredentials.eu: Stručni resursi o mikro-akreditacijama. Preuzeto s https://microcredentials.eu/

25 OECD. (n.d.). Dobre prakse u Europi za podršku poslodavcima u promicanju razvoja vještina: Latvija. Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj. Preuzeto s https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/about/programmes/dg-reform/latvia/Good-practices-in-Europe-for-supporting-employers-to-promote-skills-development.pdf

26 Oxford Learning. (2025). Moć mikroučenja. Preuzeto 16. lipnja 2025. s https://oxfordlearning.com/the-power-of-microlearning/

27 Shizuka, K. (n.d.). Globalne promjene u učenju – Snalaženje u porastu mikrokvalifikacija u zemljama OECD-a. OECD.

28 Mikro vjerodajnice za raspakiranje: pogled iznutra, s gornje i donje strane. (n.d.). Descifrando las microcredenciales: En qué consisten, ventajas e inconvenientes.

Kontakti

Business goes viral

Ako imate bilo kakvih pitanja ili biste željeli dalje raspravljati o našim nalazima, slobodno nam se obratite.

- Website
- Instagram
- Facebook
- LinkedIn