



FRONTCORE AS

HVORDAN LAGE ET VELLYKKET NETTBASERT KURS

Steg-for-steg guide for deg som skal bygge et nettbasert kurs fra bunnen av, konvertere et oppmøtebasert kurs eller levere kurs på nett under en krise.

**FRONTCORE AS.
23227200 | ROLFSBUKTVEIEN 4D, 1364
FORNEBU.**

Leverandør av markedsledende kursløsninger.

Innhold

Introduksjon	1
Del 1: Hvordan designe et nettbasert kurs	3
Steg 1: Planlegg prosjektet	5
Steg 2: Analyser deltakerne dine	7
Steg 3: Bestem kompetansemål	10
Steg 4: Bestemme hvordan du skal måle	11
Steg 5: Velg format og design	13
Steg 6: Velg plattform og verktøy	20
Steg 7: Lag og strukturer kurset	24
Steg 8: Uforme kursmateriell	26
Steg 9: Opplæring	28
Steg 10: Valider	30
Steg 11: Evaluer	32
...Hva nå?	32
Del 2: Hvordan levere nettbaserte kurs under en krise	34
Hva er Emergency remote training?	34
Fase 1: Flytt det du har og gjør ditt beste	35
Fase 2: Tilpass kursene til den nye leveransemetoden	36
Fase 3: Endre forretningsmodellen din	36
Avslutning	37
Referanser	38

Introduksjon

Velkommen til vår steg-for-steg guide til hvordan du lager et vellykket kurs for leveranse på nett! Denne er laget til deg som nå står foran en eller flere av følgende utfordringer:

- Du skal redesigne et oppmøtebasert kurs til å bli et kurs som tilbys på nett
- Du skal bygge et nettbasert kurs fra bunnen av
- Du befinner deg i en krisesituasjon og er plutselig nødt til å levere det som egentlig er et oppmøtebasert kurs på nett så fort som mulig

Guiden vil veilede deg gjennom de ulike stegene du må ta for å lage et suksessfylt nettbasert kurs. Ikke bare tar vi deg gjennom de ulike stegene, men vi gir deg også mange nyttige tips på veien.

For å gjøre det hele mer oversiktlig for deg, er denne guiden delt inn i to deler:

Del 1: Hvordan designe et nettbasert kurs. Denne delen er nyttig for deg som skal konvertere et allerede eksisterende oppmøtebasert kurs, eller for deg som skal bygge ett nettbasert kurs fra bunnen av. Faktum er at dette er to relativt like prosesser, og du vil se underveis i stegene hvorfor det er slik.

Del 2: Hvordan levere nettbaserte kurs under en krise. Denne delen er laget for deg som plutselig befinner deg i en situasjon der du ikke lenger får levert kursene dine ansikt til ansikt. Du er nødt til å få kursene dine over på nett, og du er nødt til å få det til raskt.

DEL 1

HVORDAN LAGE ET VELLYKKET NETTBASERT KURS

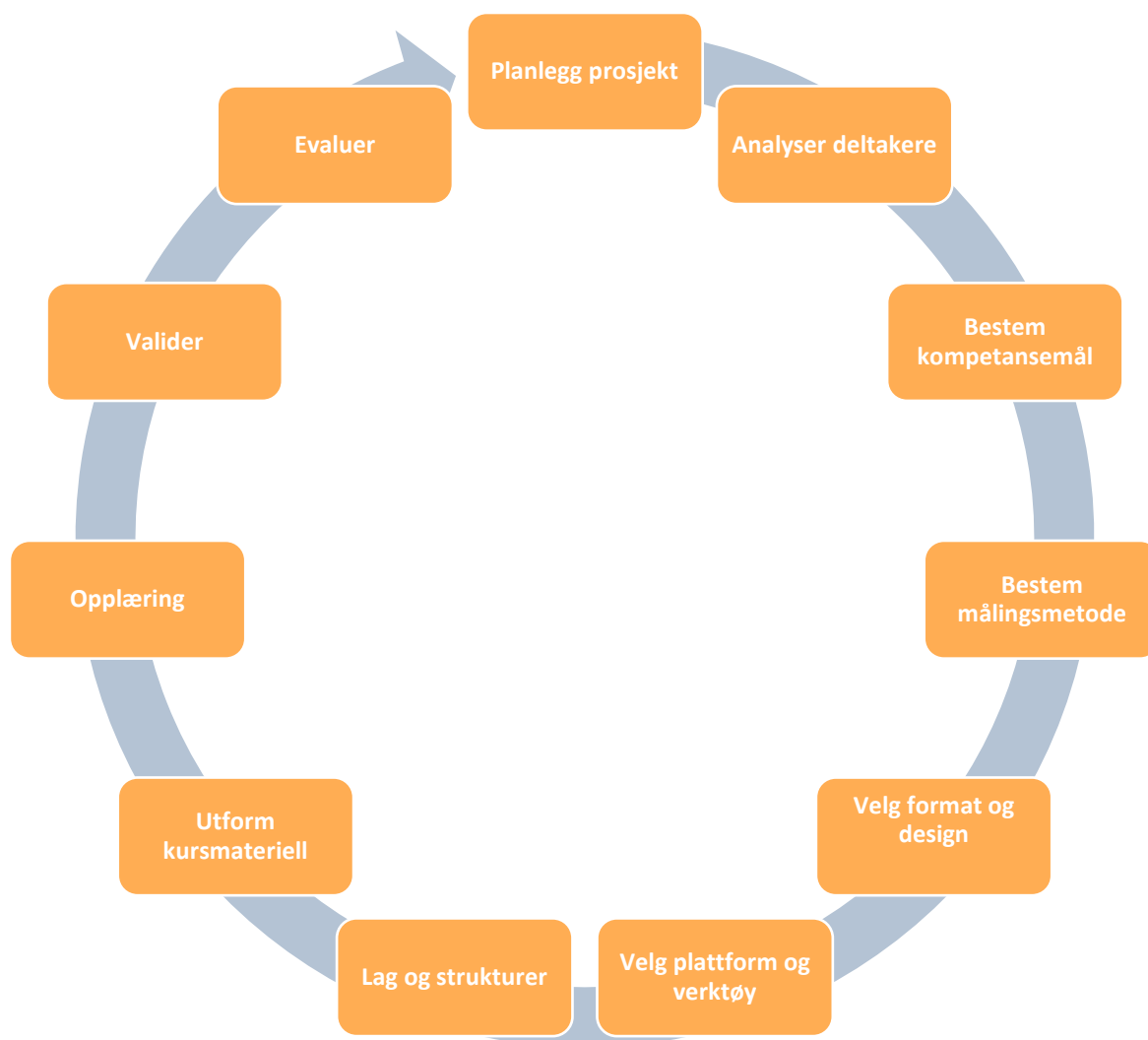


Del 1: Hvordan designe et nettbasert kurs

Uansett om du skal lage et nettbasert kurs fra bunnen av, eller konvertere et oppmøtebasert kurs, bør du forberede deg på at oppgaven du nå står ovenfor vil ta tid. Faktisk regner man med at det å planlegge, forberede og utvikle et fullverdig nettkurs på universitetsnivå kan ta opptil ni måneder. Selv om dine kurs kanskje ikke er like omfattende, så er altså ikke det å lage et nettbasert kurs gjort på 1-2-3.

Når det er sagt, finnes det noen fremgangsmåter som er mer effektive enn andre. Å følge en steg-for-steg guide som denne kan hjelpe deg med å jobbe systematisk og effektivt med å lage et nettkurs som du kan være stolt av å levere til kundene dine.

Sjekk ut oversikten over de 11 stegene du har foran deg i figuren nedenfor, og hopp deretter rett inn i det første steget: Nemlig planlegging av prosjektet.



1. PLANLEGG PROSJEKTET



Steg 1: Planlegg prosjektet

Som med alle andre prosjekter i virksomheten din, bør ditt nye nettbaserte kurs planlegges nøye. Selv om planleggingen kanskje ikke er det mest spennende delen av prosessen som du nå er på vei inn i, er den helt avgjørende for å redusere risikoen for at det nettbaserte kurset mislykkes.¹

Selv for deg som har levert ditt kommende nettbaserte kurs i et oppmøtebasert format tidligere, er dette steget viktig. Å konvertere et kurs fra ett format til et annet er faktisk litt som å designe kurset helt på nytt. Ja, det er elementer og materiale du kan gjenbruke. Men ofte må det tilpasses sitt nye format, og rammene for kurset er ikke lenger de samme. Det betyr at dersom du ønsker å lage et kurs som virkelig slår an hos deltakerne dine, bør du redesigne kurset ditt helt fra scratch.

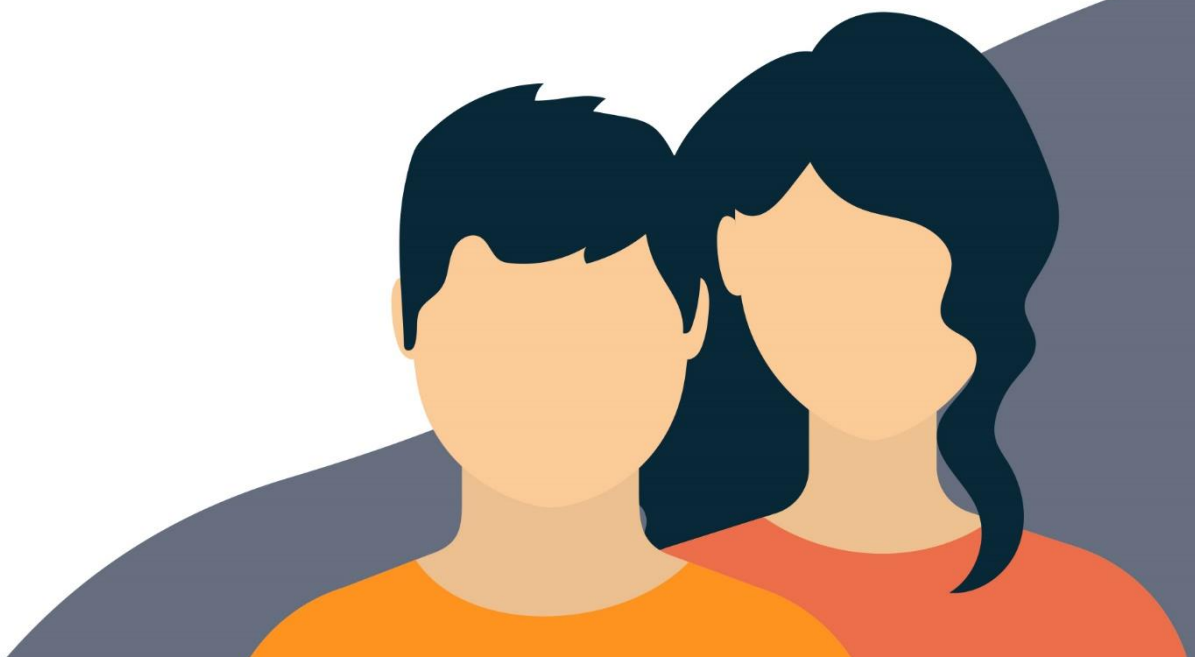
Planleggingssteget inkluderer naturligvis de typiske prosjektaktivitetene som å lage et budsjett, sette tidsfrister, definere formål og prosjektmål, fordeling av ressurser og så videre. Men når du planlegger å lage et kurs eller opplæringsløp i et netttformat, er det spesielt ni ting du bør tenke på:

1. Dersom du allerede har en plattform for leveranse av kurs på nett: Hvilke verktøy/funksjoner du har tilgjengelig i plattformen du skal bruke til å levere kurset?
2. Ønsket læringsutbytte.
3. Egner kursinnholdet seg for å bli levert i et netttformat?
4. Hvor kompatibel er leveranseplattformen din med andre verktøy og løsninger du bruker?
F.eks løsning for kursadministrasjon.
5. Foreslått kursvarighet
6. Foreslått antall deler/virtuelle samlinger
7. Foreslått varighet på hver del/samling
8. Foreslått tid mellom de virtuelle samlingene
9. Foreslått antall deltakere
10. Foreslåtte instruktører

På samme måte som budsjett og tidsfrister gir rammer til prosjektet som helhet, vil punktene ovenfor gi deg rammer for hvordan du skal jobbe med de neste stegene i prosessen. Når disse rammene er satt, kan du gå videre til neste steg: Analyse av målgruppen din.

¹ (Alexander 2018)

2. ANALYSER DELTAKERE



Steg 2: Analyser deltakerne dine

Med tydelige rammer på plass, er tiden inne for å analysere deltakerne dine.

Deltakere = «Learners»

På engelsk brukes ofte ordet «learners». «A learner» kan defineres som en person som lærer en ferdighet eller tilegner seg kunnskap om et tema. Direkte oversatt til norsk betyr «a learner» «elev», men det engelske begrepet strekker seg utover dette. I mangel på et bedre norsk ord har vi derfor valgt å benytte ordet «deltaker» i denne guiden. Når vi snakker om «deltakere» sikter vi til de som deltar i læring, uavhengig av hva slags type «learner» de er; være seg kursdeltaker, elev, ansatt eller student.

Først lur du kanskje på hvorfor det er viktig å ha god kjennskap til de som skal delta på kursene dine.

Vel. Kurs er litt som markedsføringskampanjer. Det er gjerne de mest målrettede som har høyest effekt. Mens man ofte anser økt merkekjennskap og kjøpsvilje som ønsket effekt av en markedsføringskampanje, snakker vi hovedsakelig om læringsutbytte i kursverdenen. For å gi deltakerne dine høyest mulig læringsutbytte, er du nødt til å utforme målrettede kurs som møter behovene til deltakerne dine. Og for å vite hvilke behov deltakerne har, er du nødt til å lære dem å kjenne.

Men hvordan blir du egentlig kjent med deltakerne dine? Jo, ved å utforske hvilke typiske karaktertrekk de har. Da mener vi ikke trekk som høyde og hårfarge, men karakteristika som har innvirkning på hvordan du bør designe kurset ditt. Her er noen eksempler:

- **Språk.**
- Hvilket **utstyr** de bruker for å få tilgang til kurset.
- **Lokasjon.** Ja, dette er faktisk også relevant for kurs på nett. Lokasjon kan ha mye å si for f.eks. internettforbindelse, hvilket igjen kan være avgjørende for hvilket format du bør levere kursinnholdet i.
- **Ferdigheter.** Utformingen din bør tilpasses din målgruppes evner, både når det kommer til bruk av teknologi og skrive- og leseferdigheter.
- **Forventninger.** Hva forventer de når de deltar på et kurs på nett? En yngre målgruppe vil ofte forvente et mer interaktivt design enn godt voksne deltakere.
- **Lærestil.** Hvordan lærer de best? En yngre målgruppe er ofte mindre selvdisiplinerte og trenger ofte mer oppfølging enn voksne deltakere.

Nå lur du kanskje på hva du bør gjøre dersom du ikke klarer å finne ut noe særlig fornuftig om de overnevnte punktene. Så fremt du ikke har muligheten til å finne ut av de overnevnte punktene, kan du med sikkerhet anta følgende:

Snakk til en 6.klassing

Er målgruppen din voksen, kan du ta utgangspunkt i at du bør utforme kursmateriellet ditt med et språk som selv en 6. klassing ville forstått. Hvis du gjør du dette, vil selv de vanskeligste teamene

kunne bli forståelig for hvilken som helst målgruppe. Og forresten! Dersom du synes det er utfordrende å formidle komplekse ting på en enkel måte, kan jeg anbefale deg [Melissa Marshalls TED talk «Talk nerdy to me»](#).

Ta utgangspunkt i nederste 25%

Det er alltid noen deltakere som har litt mindre kunnskap og er litt mindre erfaren enn de andre deltakerne. Når du designer kurset ditt, bør du derfor tilpasse innholdet slik at også disse har muligheten til å få et godt læringsutbytte. Ikke bare bør dette prege kursinnholdet ditt, men også hvor god innføring du planlegger å gi deltakerne i bruk av læringsplattformen de tar kurset på. Du vil ikke at 25% av deltakerne dine skal gå glipp av viktige kursaktiviteter bare fordi de ikke klarer å forstå seg på hvordan de bruker plattformen.

Gjør det relevant

Relevans gir alltid økt læringsutbytte. Klarer du å få deltakerne dine til å forstå hvorfor kursinnholdet ditt er viktig for dem, vil de bli mer engasjerte og motiverte deltakere.²

Selv om relevans kan være et litt vrient konsept, finnes det noen enkle metoder du kan bruke for å øke relevansen for deltakerne dine.

1. Bruk eksempler som målgruppen din kan kjenne seg igjen i.
2. Knytt læringsmateriellet opp mot noe du vet er viktig for deltakerne dine, enten nå eller i fremtiden, i arbeidslivet eller på hjemmebane.
3. Åpne opp for innspill fra deltakerne underveis i kurset, slik at du kan flette innspillene inn i videre diskusjoner, historiefortelling og eksemplifisering.

La oss gå videre til neste steg!

² (Roberson 2013)

3. BESTEM KOMPETANSE- MÅL



Steg 3: Bestem kompetansemål

Dersom du har fulgt stegene så langt, har du allerede satt noen overordnede mål for hvilke kunnskap og ferdigheter du skal gi deltakerne dine gjennom det nettbaserte kurset du er i ferd med å utforme.

Nå er tiden inne for å spesifisere og klargjøre disse ytterligere. Kanskje har du allerede noen kompetansemål du kan bruke fra det oppmøtebaserte kurset du ønsker å konvertere, eller kanskje du må utforme noen helt nye til det splitter nye nettkurset ditt.

Uansett hva som er tilfellet for deg, så er det viktig at du tar deg god tid med dette steget. Hvorfor? Fordi kompetansemålene er helt avgjørende for hva slags innhold du skal fylle kurset ditt med, samt hvilke format du burde bruke. Dessuten vil målene gi veiledning for instruktører og deltakere som skal levere og delta på nettkurset.

Nå lurer du kanskje på hvordan du lager gode kompetansemål for kurset ditt. Vel, det er egentlig ikke noe hokus pokus. Still deg følgende spørsmål:

Hvilken kompetanse skal deltakerne sitte igjen med etter fullført kurs?

For øvrig er det verdt å nevne at mange velger å dele kompetansemålene inn i kunnskaps- og ferdighetsmål. Mens kunnskapsmålene omfatter mål om hvilke informasjon deltakeren skal tilegne seg, handler ferdighetsmålene om hvilke ferdigheter deltakerne skal sitte igjen med etter kurset.

Handelshøyskolen BI lager denne type mål til alle sine kurs. Her er noen eksempler fra kompetansemålene skolen har satt i kurset Coaching og selvledelse:³

Kompetansemål	
Kunnskapsmål	Ferdighetsmål
Ha tilegnet seg en god og bred forståelse av hva coaching innebærer	Bruke strukturerte metoder i coaching for å hjelpe seg selv og andre til å lykkes
Ha godt kjennskap til selvledelse	Benytte selvledelse/superledelse til å lede seg selv, samt til å lede medarbeidere til å lede seg selv
Kjenne til en rekke praktiske verktøy som kan benyttes i coaching	Bruke coachens "verktøykasse", f.eks. aktiv lytting, forløsende spørsmål, intuisjon og tilbakemelding

For tilbydere av arbeidsrelaterte kurs

Dersom du utformer et arbeidsrelatert kurs, er det viktig å knytte de overnevnte målene opp mot arbeidsoppgavene til de ansatte som skal ha opplæring. Først når du gjør dette vil kurset kunne gi deltakerne kunnskap og ferdigheter som de får bruk for i sin arbeidshverdag. Er du en ekstern

³ (BI Norwegian business school 2018)

kurstilbyder som tilbyr kurs og opplæring til ansatte i en bedrift, kan det være en god idé å be bedriften om å sende deg en slik oversikt.

Steg 4: Bestemme hvordan du skal måle

Når du setter mål for hvilken kompetanse kurset ditt skal gi, må du også forsikre deg om at deltakerne dine faktisk sitter igjen med denne kompetansen i etterkant av å ha tatt kurset ditt.

Og hvordan forsikrer du deg egentlig om dette?

Vel, mulighetene er mange, men det mest vanlige er å sette opp en test, gi en oppgave eller kjøre deltakerne gjennom en simulering mot slutten av kursløpet.

I dette steget trenger du ikke utforme noe som helst. Du skal simpelthen bare planlegge hvordan du skal forsikre deg om at deltakerne dine sitter igjen med riktig kompetanse. Selve utformingen kommer vi tilbake til i senere steg.

Og apropos utforming. Nå er tiden inne for beslutte hva slags format det nettbaserte kurset ditt skal få.

5. VELG FORMAT & DESIGN



Steg 5: Velg format og design

Så langt i denne guiden har vi benyttet oss av den brede betegnelsen «nettbaserte kurs» når vi omtaler kurs som leveres på nett.

Sannheten er at «nettbaserte kurs» kan være så mangt. Det finnes nemlig uendelig med kombinasjoner av ulike elementer, og dermed også en rekke ulike formater og design du kan velge mellom.

Ta for eksempel en titt på følgende variabler knyttet til design av nettbaserte kurs⁴:

Fordeling

- Kun nettbasert
- Blandet (Over 50% på nett)
- Blandet (25%-50% på nett)
- Web-enabled F2F

Instruktørens rolle

- Aktiv tilstedeværelse på nett
- Lite tilstedeværelse på nett
- Ingen tilstedeværelse

Hastighet

- Læring i eget tempo
- Hastigheten bestemmes av virtuelle klasseromsaktiviteter
- Etter klasseromsaktivitetenes tempo, samt noe etter eget tempo

Deltakerens rolle

- Hør, lese eller se
- Løse oppgaver eller besvare spørsmål
- Utforske simulasjoner og resursser
- Samarbeide med andre deltakere

Deltaker- instruktør ratio

- < 35 til 1
- 36-99 til 1
- 100-999 til 1
- >1000 til 1

Kommunikasjonss ynkroni

- Kun asynkron
- Kun synkron
- Blanding av begge

⁴ (Charles Hodges 2020)

Pedagogikk

- Beskrivende
- "Øvelse gjør mester"
- Utforskende
- Samarbeidsfokus

Tilbakemeldinger

- Automatiserte
- Fra instruktør
- Fra deltakere

Testers rolle

- Bestemme om deltakeren er klar for nytt innhold
- Støtte deltakerens videre utvikling
- Gi informasjon til deltaker og instruktør om deltakerens læringsutbytte/prosess
- Avgjøre utstedning av kompetansebevis
- Identifisere deltakere som har utfordringer og trenger ekstra oppfølging

Bare en kjapp titt på disse variablene gjør det tydelig at designmulighetene for et nettbasert kurs er mange.

Likevel er det noen elementkombinasjoner som er mer vanlige enn andre. Ofte kaller vi dem «nettundervisning», «nettkurs», «e-læring» eller «webinarer». Disse typene har visse kjennetegn som sier noe om det nettbaserte kursets format. Ta en titt på denne oversikten:

Nettundervisning • Instruktørledet undervisning. • Foregår i sanntid over nett på et spesifikt tidspunkt i et virtuelt klasserom. • Har ofte flere samlinger. • Kan også inkludere flere aktiviteter enn instruktørledet undervisning, slik som gruppediskusjoner og oppgaveinnlevering.	Webinar • Instruktørledet opplæring. • Foregår i sanntid over nett på et spesifikt tidspunkt. • Består gjerne av en samling.
Nettkurs • Kurs på nett som deltakerne kan ta når som helst. • Består ofte av en serie ferdiginnspilte videoer. • Avsluttes ofte med en test.	E-læring • Er ofte modulbasert og inneholder elementer fra alle de ulike nettformatene, inkludert quizer, gruppediskusjoner, tester, simuleringer o.l. • Designes ofte med automatiserte tilbakemeldinger og kan ha høy grad av personlige tilpassede læringsprosesser takket være bruk av AI.

Selv om disse definisjonene kan være nyttige for å få en idé av hvilke designmuligheter du har, så er det viktig å ikke la deg begrense av disse. Når du designer ditt eget nettbaserte kurs, kan du velge elementer fra de ulike formatene eller holde deg til ett av dem. Hva som er lurt, avhenger helt av hva slags kurs du skal levere og hvem du skal levere kurset til. Dessuten vil hvilken plattform(ene) du leverer kurset på også være avgjørende for hvilke designmuligheter du har. Har du ikke allerede anskaffet de løsningene du trenger for å levere det nettbaserte kurset ditt, tar vi deg gjennom dette i neste steg.

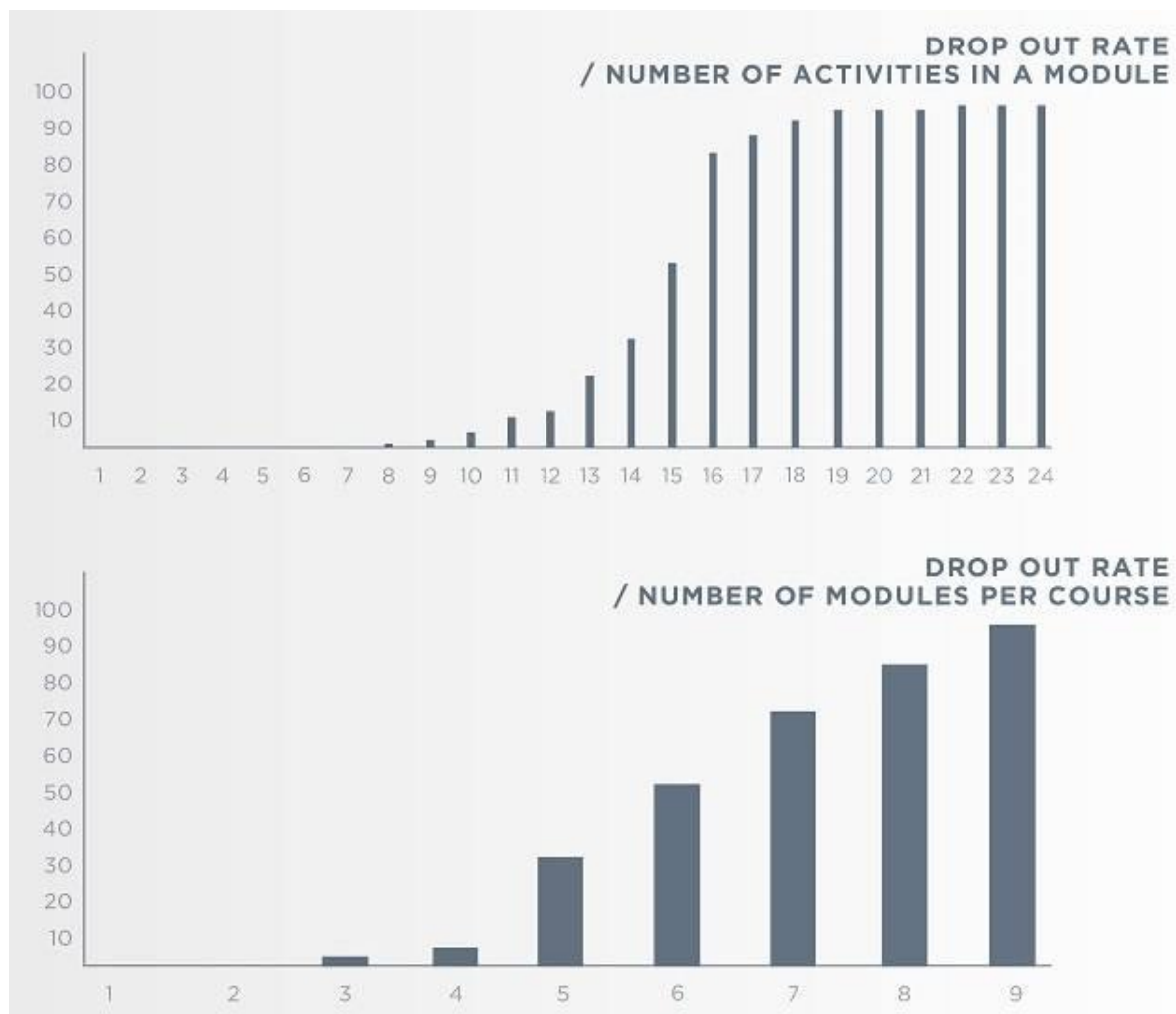
Selv om designmulighetene er mange, finnes det noen generelle anbefalinger for kurs på nett som du burde ta til etterretning. La oss ta en titt på hva som er anbefalt kurslengde, antall moduler, aktiviteter o.l.

Kurslengde, antall moduler og aktiviteter

Det er absolutt mulig å lage lengre kurs og moduler, men risikoen for at du mister deltakernes oppmerksomhet og engasjement øker med kursets og modulenes varighet. Husk at når deltakeren sitter hjemme foran datamaskinen, er distraksjonene bare et klikk unna. Det smarteste du gjør er

derfor å holde kurset så kort og presist som mulig. Fokuser på hovedpoengene dine og hold deg til det som er helt essensielt for at deltakerne dine skal nå kompetansemålene du har satt for kurset.

Her er forresten noen grafer fra 360 Learning Research Institute⁵ som understreker viktigheten av å holde seg kort:



Designer du nå et nettbasert kurs med utgangspunkt i et kurs som opprinnelig var klasseromsbasert, er det anbefalt å bruke følgende konverteringsregel: 1 time i det fysiske klasserommet tilsvarer 10-20 minutter i et virtuelt klasserom.⁶ Det betyr at du nå må revurdere hvilket innhold du skal inkludere og hvordan du skal organisere det. Kanskje blir du nødt til å dele det klasseromsbaserte kurset inn i flere kurs som leveres på nett.

Husk også at designet ditt ikke bare bør bestemmes av målgruppen din og kompetansemålene dine, men også av hvor mange deltakere kurset skal ha. Det ville for eksempel være dumt å tillate 1000 deltakere på et kurs som er designet med innleveringsoppgaver som instruktøren skal rette.

⁵ (360 Learning Research Institute 2018)

⁶ (Sanniè 2018)

PAF-fordelingen

PAF står for «Presentation, application and feedback». Når du leverer kurs på nett, bør kun en tredjedel av den virtuelle klasseromstiden brukes på at instruktøren presenterer kursinnhold. De to andre delene bør deltakerne benytte til å bruke det de lærte under presentasjonen, samt til å motta tilbakemeldinger.

Når du fyller de ulike delene av kurset med innhold og aktiviteter, bør du ha i bakhodet at alle lærer forskjellig. Det innebærer at du burde velge metoder og aktiviteter som reflekterer et bredt spekter av læringsstiler. Vær kreativ!

Her er noen eksempler på de mest brukte metodene:

- Brainstorming
- Casestudier
- Leker
- Simuleringer
- Forelesninger
- Øvelser
- Rollespill

Alias-modellen

Abd Karim Alias, professor i mat-teknologi ved School of Industrial Technology i Malaysia, har laget en modell for hvordan du kan bygge opp en virtuell klasseromssamling uten å kjede deltakerne dine.⁷



⁷ (Alias 2020)

Som du kan se, minner oppbygningen mye om det en instruktør ville gjort under et oppmøtebasert kurs. Likevel er andelen tid instruktøren bruker på å holde forelesning betydelig mindre i det virtuelle klasserommet.

6. VELG PLATTFORM OG VERKTØY



Steg 6: Velg plattform og verktøy

Det finnes en rekke plattformer og løsninger du kan velge for å levere kurs på nett i dag.

Som vi var inne på i forrige steg, vil valg av plattform og kursdesign gå hånd i hånd. Det betyr følgende:

- Dersom du allerede har en plattform, bør kursdesignet ditt reflektere mulighetene på plattformen du bruker. Ser du at ønsket kursdesign ikke matcher ditt nåværende system, kan du vurdere å bytte plattform.
- Dersom du ikke allerede har anskaffet en plattform, er du nødt til å finne en som har de verktøyene du trenger for det kurset du har designet.

Når du leter etter løsninger som skal passe kursdesignet ditt, har du mange muligheter. Ligner kursdesignet ditt på nettundervisnings- eller webinarformatet som vi beskrev i forrige steg, kan det være at en løsning som lar deg benytte et virtuelt klasserom er nok for deg. Vi har laget en oversikt over de beste løsningene for nettundervisning [her](#).

Ønsker du derimot å gi en mer komplett kursopplevelse med flere e-læringselementer, trenger du å gå til anskaffelse av en læringsplattform, også kalt LMS eller Learning Management System.⁸

Uavhengig av hva slags løsning(er) du velger å gå for, har vi her listet opp syv ting du bør se etter når du skal ta et valg:

Intuitivt brukergrensesnitt

Du gjør smart i å velge et system som er enkelt å bruke. Ikke bare for den som designer kurset, men også for resten av gjengen som er involvert. Hvordan vil plattformen fungere effektivt for instruktørene? Og vil deltakerne dine enkelt kunne finne fram til verktøy, kursmaterieell og virtuelle klasserom og lignende?

Enkel dataoverføring

Sannsynligheten er stor for at du trenger å benytte deg av flere systemer og løsninger for å kunne tilby den ultimate kursopplevelsen. I tillegg bruker virksomheten din sannsynligvis en del andre systemer fra før av, og disse trenger du kanskje å integrere mot de løsningene du nå er på jakt etter. Av disse grunner er det definitivt lurt å velge et system som har et API som lar deg bruke dataene dine på tvers av systemer. Det vil være både tidsbesparende og ofte fremstå som mer sømløst for deltakerne dine også.

Du bør med andre ord undersøke om du trenger, og om det er mulig, å integrere ditt nye system med systemet du i dag bruker til kursadministrasjon, HR, regnskap og lignende.

⁸ (Talent LMS 2020)

Mobilvennlighet

Shift Learning rapporterer at 70% av kursdeltakere opplever forbedret motivasjon når de kan benytte seg av mobiltelefonen når de skal gjennom et kurs.⁹ 72% opplever økt engasjement, og deltakere som bruker mobiltelefonen fullfører kurs 45% raskere enn de som tar kurset på en datamaskin.

Hva forteller disse tallene deg? Jo, at du bør velge løsninger som gjør det enkelt for deltakerne dine å ta kurset ditt gjennom bruk av sin egen mobiltelefon.

Verktøy for samhold

En av de viktigste faktorene for å oppnå suksess med kurs på nett, er å få deltakerne til å kjenne på et samhold – både seg imellom og mellom dem selv og instruktøren. Dette kan være vrient i et fysisk klasserom, og er desto mer utfordrende i den virtuelle verdenen.

For å danne en slags menneskelig kontakt mellom instruktør og deltaker gjennom skjermen, er video et svært nyttig verktøy. I tillegg til å høre instruktørens stemme, vil deltakerne kunne se instruktørens kroppsspråk, ansiktsuttrykk og energi. Sammenlignet med en innlest stemme over en PowerPoint-presentasjon vil video kunne transformere deltakernes opplevelse av hvem instruktøren deres er.

Dessuten: Når du velger en plattform, bør du også sørge for å velge en som gjør det mulig å lage ha gruppediskusjoner, «breakout rooms», «whitboards» eller lignende. Dette vil gjøre det enklere for deg å skape samhold innad i deltakergruppen.

Verktøy for økt engasjement

Som vi allerede har nevnt, kan det være utfordrende å holde deltakere engasjert under nettbasert opplæring. Det er derfor viktig å velge en leveranseplattform som gjør det enkelt for instruktøren å holde deltakerne engasjerte. Se etter plattformer som:

- Lar deg designe interaktive øvelser hvor deltakerne kan delta aktivt
- Gjør det mulig for instruktøren å presentere innhold på en engasjerende måte
- Gjør det enkelt for deltakerne å engasjere seg under nettundervisning, f.eks ved hjelp av en «rekke opp hånden»-knapp, tilbakemeldingsikoner eller chat.

Verktøy for testing opp mot kompetansemål

Hvordan vet du, instruktøren, deltakeren og en eventuell arbeidsgiver om kurset ditt faktisk har lært deltakeren noe? Jo, ved hjelp av oppgaver og tester. Ikke bare er dette viktig for å måle deltakeres læringsutbytte, men det kan faktisk også være med å øke utbyttet. Oppgaver og tester kan være en morsom måte å lære på, og mange deltakere følger bedre med dersom de vet at de blir testet før de får gå videre til neste kursmodul.

⁹ (Gutierrez 2016)

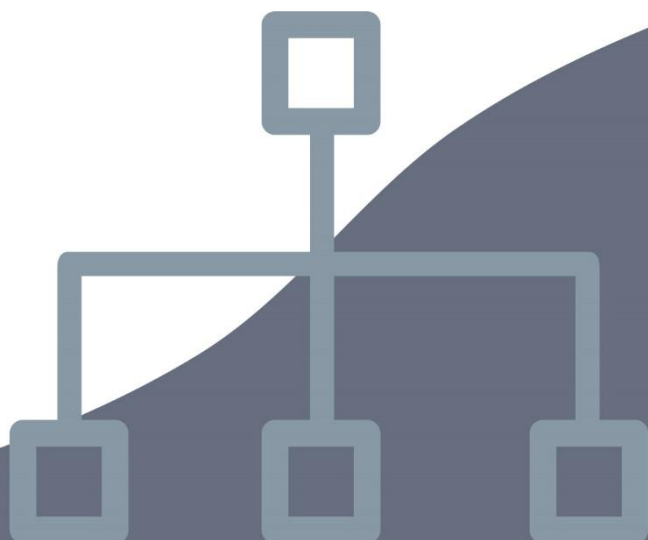
Ønsker du å bruke resultatene fra testene til å forbedre kurstilbudet ditt, bør du også sørge for å velge et system som lar deg hente ut gode rapporter på hvordan det har gått med deltakere som har deltatt på kurset ditt.

Rollefordeling

Er dere mange som skal bruke det samme systemet, bør du velge et system som gir deg mulighet til å definere ulike roller. På denne måten vil du kunne begrense hvilket innsyn og mulige endringer forskjellige personer i bedriften din kan ha og utføre. «Jo flere kokker, desto mer søl» gjelder også når det kommer til leveranse av kurs på nett. God rollefordeling er med andre ord viktig.

Forhåpentligvis har du nå et klarere bilde av hva du bør se etter i systemene som skal hjelpe deg med å levere kurset ditt på nett. Så fort du har funnet den eller de løsningene som er riktige for deg, er du klar for å gyve løs på selve utformingsarbeidet.

7. LAG OG STRUKTURER



Steg 7: Lag og strukturer kurset

Nå som du har analysert målgruppen din, bestemt deg for format og innhold og anskaffet nødvendige plattformer og verktøy, er tiden inne for å brette opp ermene og begynne å lage selve kurset.

Mens du i de foregående stegene har fått et overordnet bilde av hvordan kursdesignet ditt skal være, vil du i dette steget måtte ta stilling til mer detaljerte beslutninger.

Hvilke moduler skal inneholde hva og i hvilken rekkefølge? Hvordan og når skal du benytte du ulike verktøyene og funksjonene i plattformen du leverer kurset på? Hva skal presenteres som kursmateriell og hva skal presenteres av instruktøren i det virtuelle klasserommet? Skal instruktøren bruke en PowerPoint når han snakker? Hvordan skal kursmateriell utformes? Skal deltakere få tilgang til opptak eller PowerPoint-presentasjoner i etterkant av kurset? Hvilke aktiviteter skal du fylle aktivitets-tiden med?

Skal du bruke whiteboards i breakout-rommene for å presentere scenarioer gruppene skal diskutere, eller skal whiteboards brukes av deltakerne for å skrive ned svarene de skal presentere når alle samles igjen? Skal instruktøren bruke en serie spørsmål, utsagn eller scenarioer som utgangspunkt for diskusjoner? Skal oppgaver løses i grupper eller individuelt? Hvor mange deltakere skal være i hver gruppe?

Det er i dette steget du tar stilling til de kritiske detaljene som vil gjøre at kurset ditt kommer til live i det nettbaserte formatet. Fokuser på å utvikle et nettbasert kurs som er interaktiv og engasjerende for deltakeren som snart skal delta på det som forhåpentligvis blir tidenes kursopplevelse.

8. UTFORM KURS- MATERIELL



Steg 8: Uforme kursmateriell

Mange som utvikler nettbaserte kurs for første gang, gjør dette steget alt for tidlig i designprosessen. Da ender de gjerne opp med å sitte på kursmateriell som ikke fungerer til bruk i det nettbaserte kursdesignet de velger ut senere i prosessen. Det hender til og med at det er et stort gap mellom kursmaterialet og de kompetansemålene deltakerne skal nå. Dette resulterer gjerne i at tilbyderer ender opp med å bruke mye tid på å gjøre justeringer.

Men, siden du har fulgt stegene ovenfor, blir dette en enklere og mindre tidkrevende oppgave for deg. Du vet allerede hva kurset skal lære deltakerne, hvilket kursdesign kursmaterialet skal passe inn i og hvilke aktiviteter du trenger materiale til. Det du skal gjøre nå, er å fylle kurset ditt med innhold. Utform quizer, tester, diskusjonsspørsmål, informasjonshefter, presentasjonssider, veiledningsdokumenter o.l.

Er dette nettbaserte kurset en ny versjon av et allerede oppmøtebasert kurs, er sannsynligheten stor for at du allerede har en del materiale du ønsker å gjenbruke. Likevel er det viktig å huske på følgende: Kursmateriell som virket oversiktlig og nyttig for bruk i et fysisk format, har en tendens til å bli overveldende og rotete om du bringer det på nett uten å gjøre tilpasninger.

Diana Howles, eier av det nettbaserte coachingselskapet Howles Associates, sier følgende: «If you go to a learning management system and you open a screen, and everything is in front of your face, most people close that screen. The key to success is to build vertically, down into the presentation, rather than horizontally, across the surface».

Det betyr at du istedenfor å presentere materialet i et stort hefte som du kanskje ville delt ut i et fysisk klasserom, bør du heller gjøre det i mindre og flere deler.

Når du er ferdig med å utforme ditt nye kursmateriell, bør du også lage en plan for hvordan materialet skal brukes av instruktøren og hvordan instruktøren skal introdusere det for deltakerne. Ved å gjøre dette sørger du for at alle kursets ressurser får optimal utnyttelse.

9. OPPLÆRING



Steg 9: Opplæring

Nå vet ikke vi hvilken rolle du har i ditt selskap, men sannsynligheten er stor for at du ikke har vært alene om alt arbeidet i stegene så lang. Og er dette tilfelle, så kommer du sikkert ikke til å være det når ditt nye nettbaserte kurs skal lanseres heller.

Alle som er involvert i leveransen av kurset, bør også få opplæring i alle verktøy og plattformer som brukes. Dette kan gjøres på ulike måter. Vanligvis tilbyr plattformleverandører opplæring til én eller to «superbrukere» i virksomheten din. Disse kan så kjøre videre opplæring på de andre involverte i virksomheten.

Andre plattformer tilbyr kurs eller webinarer som teamet ditt kan delta på. Disse skjer stort sett på nett. Kanskje kan du til og med hente litt inspirasjon til dine egne kurs ved å delta på disse?

Passer ikke noen av disse alternativene for deg, så kan du jo alltid lære deg verktøyene selv, for så å lære din nye kunnskap videre. Mange plattformer er i dag svært intuitive og har gode selvhjelpsløsninger, så dette er faktisk ikke en umulig oppgave for en som er litt datakyndig.

Puh. Nå nærmer du deg snart et ferdig kurs. Men før du kan trykke på publiseringsknappen, gjenstår det et par steg til.

10. VALIDER



Steg 10: Valider

Valideringssteget er kanskje det steget flest kurstilbydere hopper over når de konverterer eller lager et helt nytt nettbasert kurs. Og det, min venn, er en skikkelig felle å tråkke i! Jaja, vi vet – Når kurset ditt er klart, så vil du egentlig bare få det ut på markedet. Men dette steget er faktisk ett av de viktigste stegene i denne prosessen. Og nå skal vi fortelle deg hvorfor.

Å validere kurset ditt er litt det samme som prøvesmaking er for en kokk. Kokken må forsikre seg om at matretten er tilberedt riktig før han serverer den til gjestene sine. På samme vis bør du teste ut hvor godt innholdet, designet, og verktøyene i kurset ditt fungerer før du presenterer det for deltakerne dine. Dette gir deg muligheten til å revidere og finstille kurselementene dine før du lanserer kurset.

Nå lur du kanskje på hvordan du best mulig kan teste ut kurset ditt. Vi har selvfølgelig noen forslag til deg:

Individuell validering

I analyse-steget nevnte vi at du alltid bør utforme kurset slik at de 25% minst kompetente deltakerne fortsatt vil kunne forstå kursinnholdet. Hvem er da bedre å teste kurset på enn en person som tilhører denne gruppen? La en slik deltaker teste ut kurset ditt og komme med tilbakemeldinger. Gjør så justeringer, og test gjerne videre på en eller to deltakere til for å se om justeringene har hatt ønsket effekt.

Gruppevalidering

For å sikre enda bedre validering, kan du også kjøre en gruppevalidering. Tilby kurset ditt gratis til 4-6 mennesker fra målgruppen din, og gjør samme prosess som ved individuell validering. Begynn gjerne med å teste på nedre 25%, men glem ikke å teste kurset på andre i målgruppen din også. Glemmer du dette, risikerer du å ende opp med et kurs som «de beste i klassen» detter ut av fordi de kjeder seg.

Kollegavalidering

Alternativene over er ikke alltid lett å få til i praksis. Det er ikke alltid tid og ressurser strekker til. Det betyr likevel ikke at du bør droppe hele valideringssteget.

Husk at du alltid kan spørre kollegaene dine eller andre i din omkrets om å gjøre en vurdering. Ikke spør noen som har vært med på utformingen av kurset, for de har jo (forhåpentligvis) allerede gjort sitt beste og trenger tilbakemelding selv. Og er det ingen som har tid til å fullføre hele kurset for deg, så kan du teste de aspektene ved kurset som du er mest usikker på.

Etter valideringen kan du gi deg en skikkelig klapp på skulderen. Du har nå fullført mange tidkrevende trinn for å ferdigstille ditt nye nettbaserte kurs, og er nå klar for lansering. Det betyr imidlertid ikke at prosjektet ditt er helt ferdig. Og dette siste steget bør du absolutt ikke glemme.

11. EVALUER



Steg 11: Evaluer

Uansett om du har kjørt gjennom kurset ditt for første, andre, eller 25. gang... Å sørge for å evaluere kursgjennomføringene vil sikre deg at det nettbaserte kurset ditt beholder suksessfaktoren sin – i lang, lang tid fremover.

Så, hvordan evaluerer du kurset ditt?

For det første, så er det ikke du som skal evaluere kurset. Det er deltakerne dine som skal gjøre det. For å få tilbakemelding fra deltakerne dine, trenger du å utforme noen gode evalueringsskjemaer som gir deg innsikten du trenger for å ta det nettbaserte kurset ditt til neste nivå. Vi har skrevet en artikkel om hvordan du lager gode evalueringsskjemaer [her](#).¹⁰

Videre er det viktig å nevne at det ikke hjelper å be om kursevalueringer fra deltakerne dine dersom du ikke bruker evalueringene til å optimalisere kurset ditt. Derfor har vi også skrevet en artikkel om hvordan du tolker kursevalueringer, og det finner du [her](#).¹¹

Og nå tenker du kanskje...

...Hva nå?

Det var det! Vår steg-for-steg guide fra start til slutt. Du er nå klar for å lansere tidenes nettbaserte kurs. Vi håper du synes vår veiledning var til hjelp, og at ditt nye nettbaserte kurs slår an i tiden fremover. Lykke til!

¹⁰ (Hagene, frontcore.no 2020)

¹¹ (Hagene, frontcore.no 2020)



DEL 2

**HVORDAN
LEVERE KURS
PÅ NETT
UNDER EN
KRISE**

Del 2: Hvordan levere nettbaserte kurs under en krise

Dersom du har lest del 1 av denne guiden, ved du allerede dette. Men i tilfelle du ikke har det, gjentar vi det her også: Å konvertere hele eller deler av kurstilbudet ditt fra å være oppmøtebasert til å bli et fullverdig e-læringstilbud, tar tid. Faktisk regner man med at det å planlegge, forberede og utvikle et fullverdig kurs på universitetsnivå kan ta fra seks opp til ni måneder. Selv om dine kurs kanskje ikke er like omfattende, så er altså ikke konverteringsprosessen gjort på 1-2-3.

Dessverre er det ikke alltid at du har flere måneder på deg når du skal flytte kurs og opplæring over på nett. Høyst aktuelt er situasjonen vi akkurat nå befinner oss i, nemlig begrensninger knyttet til COVID-19-pandemien. Smittevernstiltakene gjør at vi ikke kan møtes fysisk, hvilket medfører at utallige skoler, universiteter og andre kurs- og opplæringstilbydere over hele verden ovenfor plutselige og hastende beslutninger om hvordan de skal kunne fortsette å levere tilbudet sitt – men nå kun på nett.

Når slike kriser kommer overraskende på oss, tvinges vi til å tenke nytt og annerledes. Du har ikke lenger tid til å utvikle et opplæringsløp som vanligvis tar opptil ni måneder på kun få dager.

Så hva gjør du når du ikke har tid til å følge stegene vi har tatt deg gjennom så langt i denne guiden?

Jo, du tar et steg tilbake og setter i gang med det som i disse dager brukes om kurs- og opplæringstilbyderes innsats under COVID-19: Nemlig Emergency Remote Training.¹²

Hva er Emergency remote training?

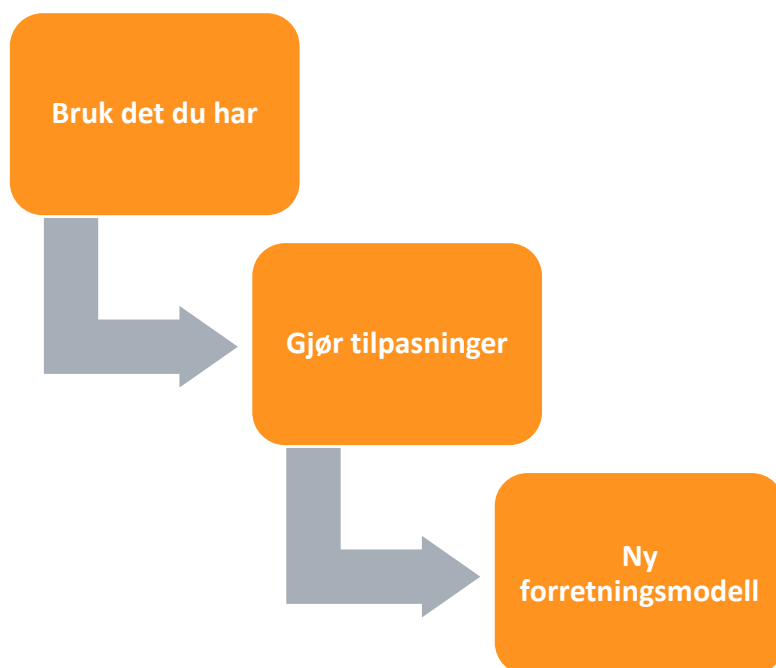
I motsetning til kurs som i utgangspunktet ble designet for å være nettbasert, eller oppmøtebaserte kurs som har vært gjennom en omfattende konverteringsprosess, er Emergency Remote Training et midlertidig skifte av leveransemetode på grunn av en krisesituasjon.

Denne formen for kursleveranse innebærer å levere kurs som ellers ville vært oppmøtebaserte, på en måte som ikke krever at noen møtes ansikt til ansikt. Det er såkalt fjernundervisning som implementeres kun for en periode når det er nødvendig.

Det innebærer at man ikke gjenskaper det oppmøtebaserte kurset i et netttformat, slik som man ville gjort om det var et permanent skifte i leveransemetode. Istedenfor forsøker man, så raskt som mulig, å lage midlertidige løsninger som gjør det mulig å tilby kurset til tross for at det ikke er mulig å møtes ansikt til ansikt.

Så hva nøyaktig gjør du, dersom en krisesituasjon oppstår og du er nødt til å levere det oppmøtebaserte kurset ditt over nett? Vi har laget en tre-fase modell for å hjelpe deg:

¹² (Charles Hodges 2020)



La oss se litt nøyere på de tre fasene.

Fase 1: Flytt det du har og gjør ditt beste

Det første du må gjøre, er å digitalisere alt kursmateriell. Ta det du allerede bruker til det oppmøtebaserte kurstilbudet ditt og gjør det tilgjengelig på nettet. Ikke tenk for mye på å tilpasse formatet og gjøre det perfekt. Nå handler det bare om å få det hele til å fungere.

For mange kurs- og opplæringstilbydere som allerede leverer noen kurs på nett, vil denne fasen innebære å gjøre det de pleide å anse som sideaktiviteten deres om til å bli den nye hovedaktiviteten. Disse leverandørene har allerede teknologien de trenger på plass, nettopp fordi de allerede tilbyr deler av kursene sine på nett. Disse har en stor fordel og vil kunne håndtere denne fasen mye raskere enn de som starter på bar bakke.

De som ikke allerede har testet nettformatet, er i denne fasen nødt til å anskaffe en del ny teknologi. Dette kan være løsninger for virtuelle klasserom, kamera, mikrofoner, og nye læringsplattformer. Befinner du deg i denne gruppen, må du og resten av virksomheten din bruke tid på å lære verktøyene samtidig som dere bruker dem. Her gjelder det å mobilisere de ansatte, bistå hverandre, og optimalisere underveis. Dere har ingen tid å miste.

Uansett om du allerede har erfaring med nettbaserte kurs eller ikke, må du huske å kommunisere og fortelle deltakerne om hva som foregår. Du må vise at du bryr seg om deltakerne og gjør ditt beste, selv om alt kanskje ikke fungerer helt optimalt – enda. I denne første fasen er deltakerne dine veldig tålmodige og har høy grad av forståelse. Dette betyr at du kan prøve ditt beste og forbedre deg underveis. Men husk: Deltakernes tålmodighet er ikke der for alltid.

Fase 2: Tilpass kursene til den nye leveransemetoden

Når du har fått alt over på nett og føler at du har fått hodet over vann, er tiden inne for å gjøre noen justeringer med formatet ditt.

Hvorfor? Fordi det du gjør i det fysiske klasserommet ikke nødvendigvis fungerer like godt på nettet.

En typisk klasseromsøkt ser ofte ut som dette:

- Instruktøren snakker foran deltakerne og bruker vanligvis en PowerPoint-presentasjon.
- Etter presentasjonen er det diskusjon i klasserommet.
- Noen ganger, på slutten av økten, avholdes en quiz eller test.

I stedet for å gjøre nøyaktig det samme i det virtuelle klasserommet, bør du gjøre noen justeringer som passer det nye formatet bedre. Her er noen forslag:

- Del opp innholdet og aktivitetene i mindre deler, slik at du ikke tvinger deltakerne til å sitte foran en dataskjerm time etter time. Muligheten til å kunne gjøre dette er en av fordelene med opplæring på nett: Det er lett å dele den inn i kortere og mer spesifikke økter.
- Instruktøren kan spille inn presentasjonen sin på video. Studentene kan dermed bestemme når og hvor de skal se på presentasjonen, og instruktøren kan gjenbruke videoopptaket senere.
- Ha direktesendte økter med instruktøren og deltakerne, slik at deltakerne får sjansen til å stille spørsmål, samhandle og diskutere med hverandre. På denne måten kan du prøve å gjenskape fellesskapsfølelsen man får av å være i et fysisk klasserom.
- Tenk på «omvendt klasserom»-strategien: Introduser deltakerne for læringsstoffet før felles samling i det virtuelle klasserommet. I det virtuelle klasserommet bruker dere heller tiden på å forbedre deltakernes forståelse gjennom diskusjoner og problemløsningsaktiviteter som instruktøren legger til rette for.

Og husk: Hva slags justeringer du bør gjøre, avhenger av hva slags kurs du leverer, hvem deltakerne dine er, og hva slags nettformat du bruker. Dessuten er det også viktig å forstå at heller ikke denne fasen krever at du går gjennom vår steg-for-steg modell for å lage et nettbasert kurs. Det er noe du må vurdere å gjøre først når du går over i fase 3.

Fase 3: Endre forretningsmodellen din

Dersom krisesituasjonen vedvarer, eller du finner ut av at fremtiden til virksomheten din ligger i nettformatet, bør du vurdere å gjøre en ordentlig konvertering av kurstilbudet ditt. Dette innebærer å redesigne kursene dine fullstendig, slik at de går fra å være kurs som kan leveres på nett, til å bli konkurransedyktige, etterspurte nettbaserte kurs. Skal du gjøre dette, anbefaler vi deg selvfølgelig å følge vår steg-for-steg guide for hvordan å lage nettbaserte kurs.

Konverterer du alle, eller mesteparten av kursene dine til det nye nettformatet, må du også gjenoppfinne forretningsmodellen din slik at den passer til den nye normalen til virksomheten din. Kostnadene dine, måten du markedsfører tilbudet ditt, hvem målgruppen din er, hvordan du setter prisene dine og hvordan hele organisasjonen din fungerer, er jo nå blitt helt annerledes.

For eksempel: Hvis bedriften din betaler instruktørene dine basert på antall timer i klasserommet, er ikke dette en like fornuftig modell i den digitale verdenen. Selv om en instruktør lager en 30 minutter lang video til et nettkurs, tar det instruktøren sannsynligvis flere dager å lage videoen. Og når videoen først er blitt laget, kan instruktøren bruke den om og om igjen.

En krise kan altså føre til mer enn en midlertidig endring. Og vedvarende endringer kan endre måten du driver business på fullstendig. Uansett hva som er tilfelle for din virksomhet, ønsker vi deg masse lykke til gjennom de fasene du har foran deg.

Avslutning

I denne guiden har du ikke bare lært hvilke steg du må gjennom for å lage et vellykket nettbasert kurs. Du har også lært hvordan du konverterer et oppmøtebasert kurs, samt hvordan du flytter kurs på nett under en krise.

Kjenner du likevel at du trenger mer veiledning knyttet til dette eller andre ting relatert til kursvirksomheten din, er du alltid velkommen til å kontakte oss i FrontCore for veiledning. Vi har samarbeidet med kurs- og opplæringstilbydere i over 20 år og kan hjelpe virksomheten din med å oppnå både mer effektiv drift og høyere inntekter.

Lær mer om hvordan vi kan hjelpe deg på www.frontcore.no, eller send en e-post til info@frontcore.com. Du når oss også på telefonnummeret +47 23227200.

Referanser

- 360 Learning Research Institute. 2018. *elearningindustries.com*. 08 04. Funnet 05 05, 2020. <https://elearningindustry.com/5-online-course-formats-content-digitization>.
- Alexander, Moira. 2018. <https://www.techrepublic.com/>. 01 06. Funnet 04 20, 2020. <https://www.techrepublic.com/article/why-planning-is-the-most-critical-step-in-project-management/>.
- Alias, Abd Karm. 2020. Funnet 05 01, 2020. https://drive.google.com/file/d/1pj_uWvAn3IFBEDl16CzoPAHh5L3JT1AP/view.
- BI Norwegian business school. 2018. *BI.no*. Funnet 04 20, 2020. <https://programmeinfo.bi.no/nb/course/BIK-2914/2018-autumn>.
- Charles Hodges, Stephanie Moore, Barb Lockee, Torrey Trust, Aaron Bond. 2020. *er.educause.edu*. 27 03. Funnet 04 01, 2020. <https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-difference-between-emergency-remote-teaching-and-online-learning>.
- Gutierrez, Karla. 2016. «shiftelearning.com.» 01 12. Funnet 05 02, 2020. <https://www.shiftelearning.com/blog/bid/331987/mobile-learning-stats-that-will-make-you-rethink-your-training-strategy>.
- Hagene, Eline. 2020. *frontcore.no*. 21 02. Funnet 04 20, 20. <https://frontcore.no/blogg/kursevalueringer-hvordan-lage-evalueringsskjemaer-som-gir-verdifull-innsikt/>.
- . 2020. *frontcore.no*. 25 02. Funnet 04 20, 2020. <https://frontcore.no/blogg/kursevalueringer-hvordan-tolker-du-dem-riktig/>.
- Roberson, Rbin. 2013. *American Psychological Association*. 09. Funnet 04 05, 2020. <https://www.apa.org/ed/precollege/ptn/2013/09/students-relevance>.
- Sanniè, Corentin. 2018. *elearningindustry.com*. 08 04. Funnet 04 20, 2020. <https://elearningindustry.com/5-online-course-formats-content-digitization>.
- Talent LMS. 2020. «talentlms.com.» Funnet 05 05, 2020. <https://www.talentlms.com/what-is-an-lms>.