

Kodeks Dobrych Praktyk Polskiej Izby Firm Szkoleniowych

Preambuła

Uczenie się jest warunkiem rozwoju i zwiększania konkurencyjności każdej firmy. Ważnym elementem procesu uczenia się są szkolenia. Szkolenia, czyli przemyślane, profesjonalnie prowadzone, efektywne sytuacje edukacyjne, po których ludzie więcej **wiedzą**, **umieją** i mają **motywację** do wprowadzania zdobytej wiedzy i umiejętności w codzienną praktykę.

Nowoczesne szkolenie posługuje się metodami aktywnymi, opiera na profesjonalnych materiałach, odpowiada na realne potrzeby osób i organizacji. Prowadzący szkolenia muszą mieć zarówno wiedzę ekspercką, jak i umiejętność uczenia oraz inspirowania uczestników do stosowania zdobytej wiedzy i umiejętności w praktyce. Muszą umieć tworzyć sytuację, w której uczestnicy analizują, eksperymentują, doświadczają, rozwiązują problemy i motywują się. Celem szkolenia jest doprowadzenie do zrozumienia, albo wyćwiczenia nowych umiejętności oraz inspiracja do zmiany.

Na rynku usług szkoleniowych jest już dużo firm, które tak właśnie pracują. Jednocześnie, zgodnie z zasadą „uczyć każdy może”, pojawia się bardzo dużo propozycji złej jakości. Kilka tysięcy firm szkoleniowych, gąszcz informacji, brak możliwości weryfikacji ofert to realia firm pragnących szkolić swoich pracowników. Dokonanie właściwego wyboru nie jest rzeczą łatwą dla decydenta ani sytuacją komfortową dla firmy szkolącej.

Polska Izba Firm Szkoleniowych proponuje Kodeks Dobrych Praktyk. Zawiera on wszystkie elementy niezbędne do identyfikacji profesjonalnej firmy szkoleniowej. Jest on dokumentem upowszechniającym profesjonalne zachowania w środowisku szkoleniowym, a jego stosowanie stanowi dobrowolną formę poddania się rygorom etycznym i merytorycznym.

W tym celu określone zostały następujące główne zasady wykonywania zawodu:

- Firma szkoleniowa stawia swoje doświadczenie i umiejętności w służbie Klienta. Podejmuje się wykonania jedynie takich szkoleń, do których przeprowadzenia może zapewnić kompetencje i zagwarantować profesjonalizm dostarczanych przez siebie rozwiązań, trenerów, metod i narzędzi.
- Każda usługa szkoleniowa wykonana zostanie z uczciwością i należytą starannością, której oczekuje Klient od firmy zrzeszonej w PIFS
- Firma szkoleniowa będzie wykonywać usługę szkoleniową kierując się interesem i dobrem Klienta oraz uczestników szkolenia
- Warunki wykonania usługi szkoleniowej będą zawarte w umowie z Klientem, a umowa będzie realizowana obustronnie w zgodzie z zasadami KDP i etyką zawodową
- Wszelkie informacje uzyskane od Klienta przez firmę szkoleniową są poufne. Nie mogą być użyte w żadnym wypadku dla celów firmy szkoleniowej ani rozpowszechniane bez wiedzy i zgody Klienta.

Zasady postępowania firmy szkoleniowej

1. Informacje o firmie

- a) Podaje informacje zgodnie z zasadą nie wprowadzania w błąd
- b) Rzetelnie informuje o firmie w zakresie:
 - wielkości obrotów
 - zasobów
 - możliwości wykonania usługi
 - doświadczenia
 - referencji
 - ilości i kwalifikacji osób zatrudnionych
- c) Prezentuje trenerów (wykonawców) podając ich:
 - doświadczenie
 - kompetencje
 - wykształcenie

2. Oferta i promocja ofert (pozyskiwanie zleceń)

- a) Przedstawia metodologię działania dobraną do rodzaju usługi.
- b) Posługuje się wzorcem pełnego procesu szkoleniowego
- c) Powołując się na referencje podaje precyzyjne informacje o własnych referencjach, oddzielając je od:
 - referencji trenera uzyskanych poza jego organizacją,
 - referencji wynikających z projektów realizowanych jako podwykonawca.
- d) Formułuje cele, działania, prezentuje efekty realne i możliwe do osiągnięcia
- e) Rzetelnie informuje o możliwości osiągnięcia celów biznesowych drogą działań szkoleniowych
- f) Przedstawia jasne i rzetelne informacje na temat stosowanych narzędzi i celów ewaluacji

3. Wykonanie (sposoby realizacji)

- a) Weryfikuje i troszczy się o przygotowanie trenerów realizujących szkolenie
- b) Starannie dobiera trenerów o kompetencjach adekwatnych do potrzeb i działających według Kodeksu Dobrych Praktyk, gwarantując zgodność ich wykształcenia i kwalifikacji z tematyką szkoleń
- c) Rekomenduje miejsca wykonania usługi zapewniające realizację przyjętych celów i uzgodniony standard wykonania
- d) Dąży do określenia rzeczywistych potrzeb szkoleniowych organizacji, zamawiającego i uczestników
- e) Dobiera i realizuje odpowiednie do szkolenia metody, formy i narzędzia szkoleniowe
- f) Dbą o przejrzystość celów działań
- g) Nie łączy w jednym szkoleniu procesu uczenia się z ocenianiem czy selekcją uczestników bez ich wiedzy.
- h) Proponuje ewaluacje swoich działań i gotowy jest poddać się takiej ewaluacji.

4. Relacje z: otoczeniem, Klientem, Izbą (praktyki)

- a) Zawiera umowy na zasadach partnerskich
- b) Rzetelnie przedstawia Klientowi warunki wykonania usługi
- c) Umieszcza Klientów na liście referencyjnej wyłącznie po uzyskaniu ich zgody
- d) Zapewnia poufność informacji uzyskanych na wszystkich etapach współpracy z Klientem
- e) Wystawia certyfikaty zgodne z rzeczywistą usługą
- f) Reguluje zobowiązania wobec:
 - dostawców
 - pracowników
 - odbiorców
 - partnerów
- g) Przestrzega praw autorskich i nie wykorzystuje know-how, do którego nie ma prawa
- h) Nie stosuje działań dumpingowych
- i) Przeciwdziała praktykom korupcyjnym
- j) Nie narusza dobrego imienia innych podmiotów lub osób (konkurencji)
- k) Nie stosuje reklamy negatywnej
- l) Nie stawia Klienta w gorszej sytuacji (stosuje zasady win-win)
- m) Nie wysyła informacji zakwalifikowanej jako spam

Członkowie PIFS działają solidarnie w swoim otoczeniu biznesowym, w oparciu o zasady Kodeksu Dobrych Praktyk