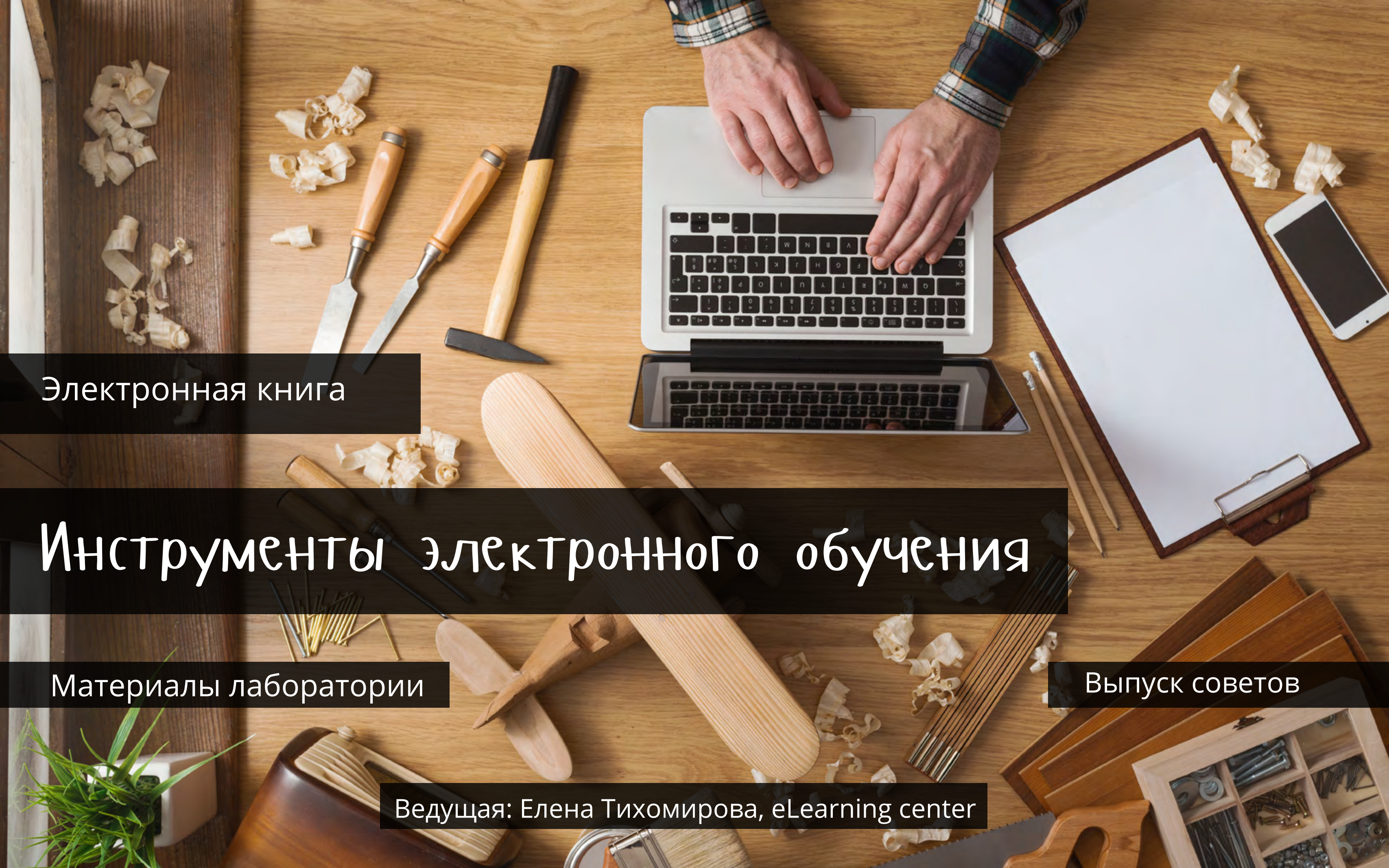




Электронная книга

Инструменты электронного обучения

Материалы лаборатории

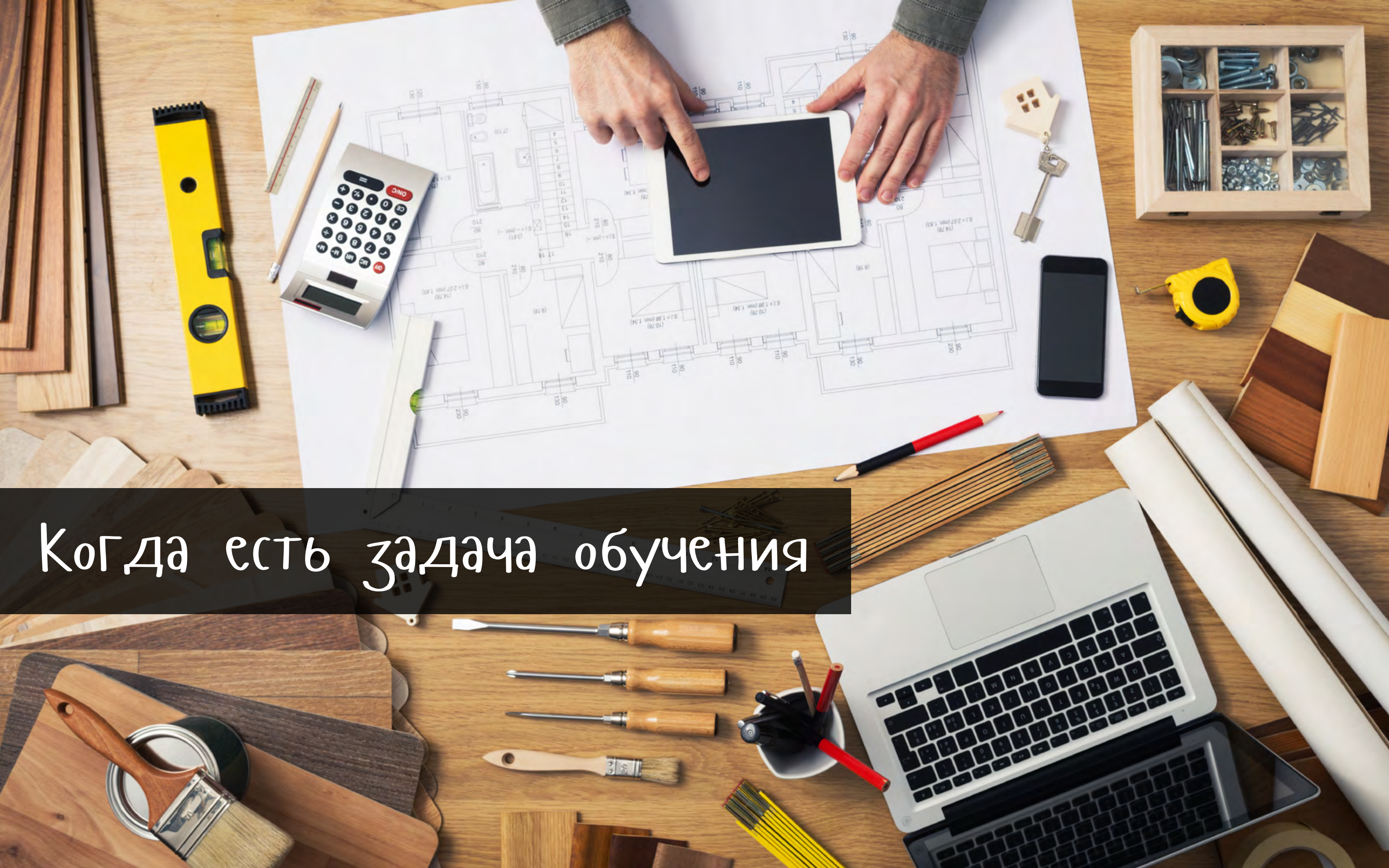
Выпуск советов

Ведущая: Елена Тихомирова, eLearning center



Какие инструменты и как использовать для обучения?

Каждая из технологий кажется нам очевидной и понятной. Но как наиболее эффективно ее можно использовать в обучении, мы рассмотрим в этой электронной книге. Благодаря совместной работе на “Лаборатории технологий обучения”, мы смогли выработать нужные и полезные подходы к использованию каждой из вышеперечисленных помощников в доставке знаний.



Когда есть задача обучения

Цель

Самое главное, определить цель обучения, что должно быть в итоге, когда сотрудник пройдет его: что он должен уметь делать или понимать. Именно цель помогает решить, какую технологию для доставки использовать: видео, аудио, игра или еще что-то. Никогда не стоит исходить из принципа: сейчас модно делать игры, а давайте сделаем по теме бурения скважин игру.

Примеры:

Курс по мерчендайзингу предполагает научить сотрудников правильно размещать на полках товар, так как он лучше будет продаваться. В таком случае абсолютно не нужно делать курс со звуком, это никак не поможет обучающемуся лучше научиться выполнять раскладку.

Курс для сотрудников колл-центров можно и нужно делать с аудио-тренажерами, потому что именно эти сотрудники все свое время проводят в аудио-контакте. Они разговаривают сами и слышат речь на другом конце телефона.

Любой инструмент должен помогать
слушателю достичь результата.

Условия

Всегда надо отвечать на вопрос: та или иная технология может помочь слушателю в обучении? Не усложнит ли она ему этот процесс?

Миф:

Люди хотят и будут учиться дома. Нет, все хотят дома отдохнуть, пообщаться с семьей, посмотреть сериал или просто погулять на улице с собакой. Люди вынуждены часто учиться дома, потому что на работе у них нет времени, поэтому обучение для них должно быть комфортным.

Давайте людям возможность учиться дома,
но не оставляйте это единственным путем
получения знаний.

Аудитория

Если курс сделан в формате аудио-книги, не забывайте, что прослушивая ее за рулем или в метро, нет возможности сделать какие-то заметки.

Например, делая в курсе аудио, не забывайте выяснить, в каких условиях работают сотрудники и какое обучение будет удобнее - быстрое или медленное.

Пример:

Сотрудник магазина, который часто презентует ту или иную модель телефона, предпочтет на своем планшете иметь курс по моделям телефона, куда он может в любой момент обратиться за информацией.

Заранее оцените аудиторию - хотят ли, а главное могут ли ваши сотрудники пользоваться тем или иным инструментом.

Спросите аудиторию:

- Проведите опрос среди всей группы обучающихся. Только сделайте его с обычными, с простыми вопросами. Например, слушаете ли вы аудио-книги? И нравится ли вам их слушать? И тд.
- Поговорите с несколькими представителями группы выборочно.

Любая разработка курса
состоит из условий:
СРОК + ДЕНЬГИ + ТЕХНОЛОГИЯ + ОБНОВЛЕНИЕ
→ не перетягивает эффективность
и бюджет

Если курс предполагается часто обновлять,
скажите НЕТ видео, аудио, геймификации.



Мобильное обучение

Использование любых технологий для доставки знаний

Пример:

Есть настройщик различных проекторов для конференций. У него на планшете могут быть детальные курсы по настройке для всех моделей, с которыми он работает. Он всегда, в любой момент может обратиться к курсу и найти нужную информацию. Курс в формате “возврата”.

Мобильное обучение подходит топ-менеджерам, которые всегда в дороге и которым удобнее проходить небольшие обучающие модули.

Рассылка по e-mail или через какие-то приложения - сопровождение обучения.

Книга является инструментом мобильного обучения, но она не является интерактивной.

Лучшее решение: web-приложение, работающее на смартфоне (слушатель открывает сайт, скачивает себе приложение на телефон). Сайт проще обновлять, поэтому и приложение будет более простым для актуализации.

Человек проходит обучение «на ходу». То есть по ходу дела, в процессе другого занятия, он может использовать учебный курс. Именно поэтому курсы для мобильных устройств должны быть адаптированы.

Мобильное обучение - это не только обучение, но еще и помощник.

Курсы на мобильных устройствах - это своего рода поддержка принятия решений.

Мобильно не обучение –
мобилен слушатель.

Push-технология - это хорошо, но в меру, иначе может раздражать. Лучше всего делать разные напоминания (подсказки, уведомления и др.). Позвольте слушателю почувствовать, что он сам делает выбор - установить приложение, настроить push-уведомления, подписаться на рассылку.

При выборе инструмента, просчитать альтернативные возможности. Например, можно закупить сотрудникам недорогие корпоративные планшеты по оптовой цене и сделать модульное мобильное обучение по нескольким темам, а не расходовать большую часть бюджета на кросс-платформенное приложение.

Мобильное обучение эффективнее работает только в сочетании с другими инструментами. Лучше сочетается с бумажными и электронными книгами (в особенности, если книга адаптирована/подготовлена под мобильное приложение, например, на полях есть подсказки: "прочитайте текст и пройдите упражнения в приложении", "посмотрите видео-ролик в приложении").

Подводные камни:

- защита информации (конфиденциальной, защита авторских прав);
- объем модулей;
- оффлайн;
- нет обратной связи;
- сертификация;
- кросс-платформенность;
- сложно сделать обучение обязательным.



- для быстрого обновления информации;
- для коротких сообщений, коротких модулей;
- для быстрой доставки и обновлений;
- обратная связь для больших групп;
- запоминание и заучивание;
- технология push (постоянные напоминания);
- корпоративная социальная сеть;
- корпоративная электронная библиотека;
- диалоговые симуляторы;
- мотивация к получению новой информации;
- справочник;
- быстрая оценка;
- консультация специалистов (вопрос-ответ).



- не может быть тренажером компьютерного ПО;
- не может быть симулятором оборудования (моторный навык на смартфоне не наработать);
- отсутствие детализации изображений и объектов (объем материала, неудобство небольшого экрана);
- отсутствие интернета или плохое соединение в регионах;
- психологический раздражитель (в частности, про push-технологии);
- не всем темам можно обучить без очного обучения (или без сочетания с каким-либо другим инструментом);
- слушатель остается тет-а-тет с устройством и в процессе обучения отсутствуют эмоции и возможный стресс, как следствие другой результат обучения;
- кросс-платформенность (не всегда хорошо).



Геймификация

Игровые механики и техники в обучении

Бывают такие игровые механики:

- начисление баллов
- выдача значков
- присвоение статусов
- назначение аватаров
- переход по уровням
- использование персонажей
- достижения
- обмен накопленного

Это не сама игра, а именно подходы, которые в играх используются. Геймификация - хорошее дополнение к другим инструментам обучения. Ни бейджики, ни значки, ни баллы не работают сами по себе.

Любые механики геймификации не работают сами по себе. Они должны быть хорошо продуманы и не перевешивать в курсе.

Большая цель геймификации - повышение мотивации сотрудников, вовлеченность в процесс обучения. Но часто геймификация ограничивается только обменом накопленных баллов на что-то физическое.

Хорошо использовать статусы: профессионал, эксперт, гуру, новичок.

Часто геймификация стимулирует не учиться, а набирать баллы.

Опасности геймификации:

1. Геймификация надоедает! Она живет не более 6 месяцев, потому что в итоге все становится понятно, больше не интригует.
2. Игровая компонента в серьезных темах работает как фактор несерьезности.

Игра должна иметь выводы, последствия и показывать слушателю причинно-следственную связь. Периодически отражать достижения и победы физически - наклейки и медальки, бейджики, которые сотрудник может разместить физически на рабочем месте.

Использовать геймификацию можно в 2 направлениях:

- геймификация уровня процесса (начисление баллов за количество тестов, заданий, пройденных курсов)
- геймификация внутри курса (получение бонусов за какие-то действия внутри курса - прохождение тем, выполнение заданий)





Серьезные игры

Серьезные игры подходят для:

- нахождения в реальном пространстве (виртуальная реальность)
- больше подходит вузам
- хорошо показывать имитацию оборудования
- диалоги, онлайн-встречи

НО имеют мало возможностей для бизнеса...

Из игры невозможно вытащить информацию. Игра - процесс, она есть только "в моменте". Выводы, полученные в процессе, сложно запомнить, зафиксировать.

Иногда перед игрой нужен нормальный теоретический курс. Учебная игра должна иметь выводы и подводки под каждую часть игры.

В играх должно быть отражение достижений: победы.

Как помочь слушателю лучше запомнить полученную информацию:

- памятки
- схемы
- инфографика
- любые дополнительные материалы по теме курса

Надо, чтобы у сотрудника после прохождения игры что-то осталось на руках.

Рабочая тетрадь, которую надо заполнить в процессе участия в игре. Заранее ее скачать и распечатать. Наполнить ее данными по результатам уровней или частей игры.

Играют не все!



- возможность социального взаимодействия;
- заучивание небольшого материала;
- отработка теории;
- выявление талантов;
- получение реальных навыков;
- поиск новых решений;
- концентрация внимания в начале;
- вовлечение молодой ЦА;
- снятие психологического барьера;
- вводные курсы;
- смягчение неудачи / самооценка;
- сопровождение инноваций в компании;
- поднятие тонуса и эмоциональной вовлеченности;
- увеличение времени в обучении;
- моделирование реальных ситуаций.



- отсутствие психологического стресса;
- нецелевое использование рабочего времени (пожиратель времени);
- упрощает реальность;
- моделирует только типовые ситуации;
- сложно создавать;
- сложно обновлять;
- быстрое привыкание;
- кросс-платформенность;
- сложность связки с реальностью.



Аудио

Ответьте на вопрос: зачем нужен звук в курсе?

- расставить акценты
- максимально имитировать реальность
- сопровождать экранную информацию.

Условие успешного звукового оформления курса - хорошо проработанный текст под озвучку. Текст озвучки отличается от текста учебника или теоретического материала.

Лучше между каждым предложением делать паузы (интервалы), чтобы потом было проще смонтировать. Но тогда теряется интонация диктора и теряются акценты в тексте, от чего происходит нагрузка на сознание при восприятии текста на экране и в наушниках. Мы вгоняем слушателя в траекторию прохождения курса (будь то озвучка курса или аудио-книга).

- работа с аудио-каналом;
- умение запоминать, слушать и правильно говорить;
- иностранные языки и музыка;
- ограниченность зрения.



Не забывайте про условия, в которых сотрудник будет проходить курс и слушать озвученные фрагменты. Курс нельзя проходить, если у сотрудника нет:

- наушников
- звуковой карты
- шумный open-space
- сотрудник постоянно находится “в полях”

Когда нужно аудио:

- научиться правильно произносить слова, звуки, названия
- общаться с клиентами по телефону

—

- не подходит, если нет возможности слушать;
- оборудование дополнительное;
- большой объем;
- может не подходить ЦА;
- дубликат экранного текста.



Видео

Видео - хорошая замена 3D-моделированию.

Видео и аудио, в отличие от текста, являются длинным и сложным форматом, так как требуют погружения слушателя и пассивны для него. Хорошо использовать в начале и в конце элементы для активации внимания, в начале текстовое вступление /напутствие, а в конце - задание.

Аккуратно использовать инструмент, доверие слушателя теряется, когда он видит постановку и неискренность актеров. Актер/тренер должен уметь расставлять акценты.

Если видео-ролик снят на производстве или использовано чье-то видео с телефона (с рабочим процессом), можно добавить подпись "Видео снято в рабочем процессе".

Видео должно быть отличного качества.

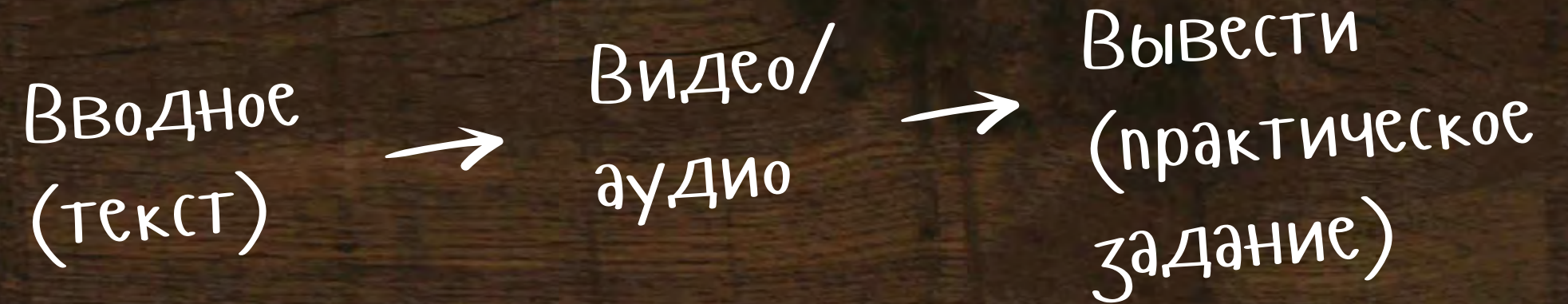
— видео может утомить. Длинные лекции со статичным спикером через 3 минуты уже наскучат.



Скрайбинг - прекрасная альтернатива видео, если надо объяснить что-то.

Любой технологии
должно быть в меру.
Не делайте скрайбинг
или видео в каждом
курсе, скоро слушателям
это наскучит.

Лучше объединить видео с интерактивными заданиями, сделать на чем-то акцент внутри видео ("Обратите внимание..").



НЕ ЗАБЫВАЙТЕ!

Восприятие содержания видео происходит не сразу - сначала слушатель считывает мимику актера и окружающие предметы, привыкание происходит в первые 40-60 секунд, затем уже материал видео воспринимается эффективно.

- работа с ПО;
- когда нужна визуализация и нельзя передать словами;
- документальное видео;
- мотивационные ролики;
- уникальные спикеры;
- самоанализ;
- ролик для процесса, общей картины;
- реальный процесс;
- теле-медицина;
- при ограниченности слуха.



- стоит дополнить текстом;
- большой объем;
- стоимость / бюджет;
- когда нечего показывать;
- плохой интернет - помеха;
- частое обновление невозможно;
- пассивная роль слушателя;
- не единственный формат;
- нужен дополнительный контроль (отвлекаешься, сложно вернуться к обучению).



MOOCs

MOOCs - комбинация источников, форматов и взаимодействия.

Чем MOOCs отличаются от обычных курсов?

состоят сразу из разных форматов подачи данных

слушатели могут подключаться к обучению на любом этапе

Наиболее частый формат: видео и текст.

MOOCs подходит, когда:

- в одной теме много экспертов
- весь имеющийся контент курса сложно привести в один формат
- можно строить траекторию из разных форматов и из внешних источников

Для чего не подходят?

Не надо использовать MOOCs для новичков в электронном обучении или для базовых знаний. Очень обширный формат утяжеляет процесс обучения человеку, который не имел опыта обучения в e-learning.

Важно понимать, как вы свяжете все части MOOCs по теме. Он должен иметь логику.



- расширение кругозора
- углубление знаний
- социальная активность
- пополнение библиотеки
- широкий набор ресурсов
- ориентация
- совмещается с другими видами обучения
- сопровождает обучение
- работа с разными точками зрения
- пре- и пост- тренинг



- постоянный контроль качества
- самостоятельный процесс обучения (надо понимать, насколько ваши сотрудники к этому готовы)
- не подходит для новичков
- механизмы скрытых затрат
- сложность контроля актуальности
- низкая мотивация дойти до конца



Вебинары

Самый быстрый способ доставки знаний.

Вебинары не подходят для проведения лекций. Формат предполагает активное вовлечение аудитории. Ведущий вебинара должен задавать вопросы, организовывать опросы, пользоваться чатом, приглашать участников дать комментарии онлайн.

Ведущий должен быть хорошо подготовлен и иметь сценарий мероприятия, кроме того очень важно знать функционал инструмента, на котором проводится вебинар.

Те темы, которые вызывают наибольшее количество вопросов отлично подходят для вебинаров. Это позволит сделать мероприятие активным и живым.

Длительность вебинара - не больше 60 минут. Если предполагается делать долгий вебинар, организуйте перерывы.

Не забывайте про качество интернета!

По аналогии с серьезными играми используйте рабочую тетрадь, которую перед вебинаром получают все участники. В течение вебинара заполняйте тетрадь полезной информацией.

Когда мы организуем то или иное обучение, мы должны понимать, что люди, которые будут проходить его, умеют учиться.

Обучение требует внимания, концентрации и “сидячего положения”. Учиться на ходу невозможно. Поэтому, перед началом обучения обратите внимание слушателя на особенности прохождения курса.

Когда курс мультимедийный, нужно научить людей учиться и работать с источниками. Проинструктируйте людей, как лучше смотреть видео в курсе: по частям, записывая или как-то еще.

Если курс большой, сообщите слушателям, что проходить его будет эффективней поэтапно, а не за один присест.

Кратко и важно:

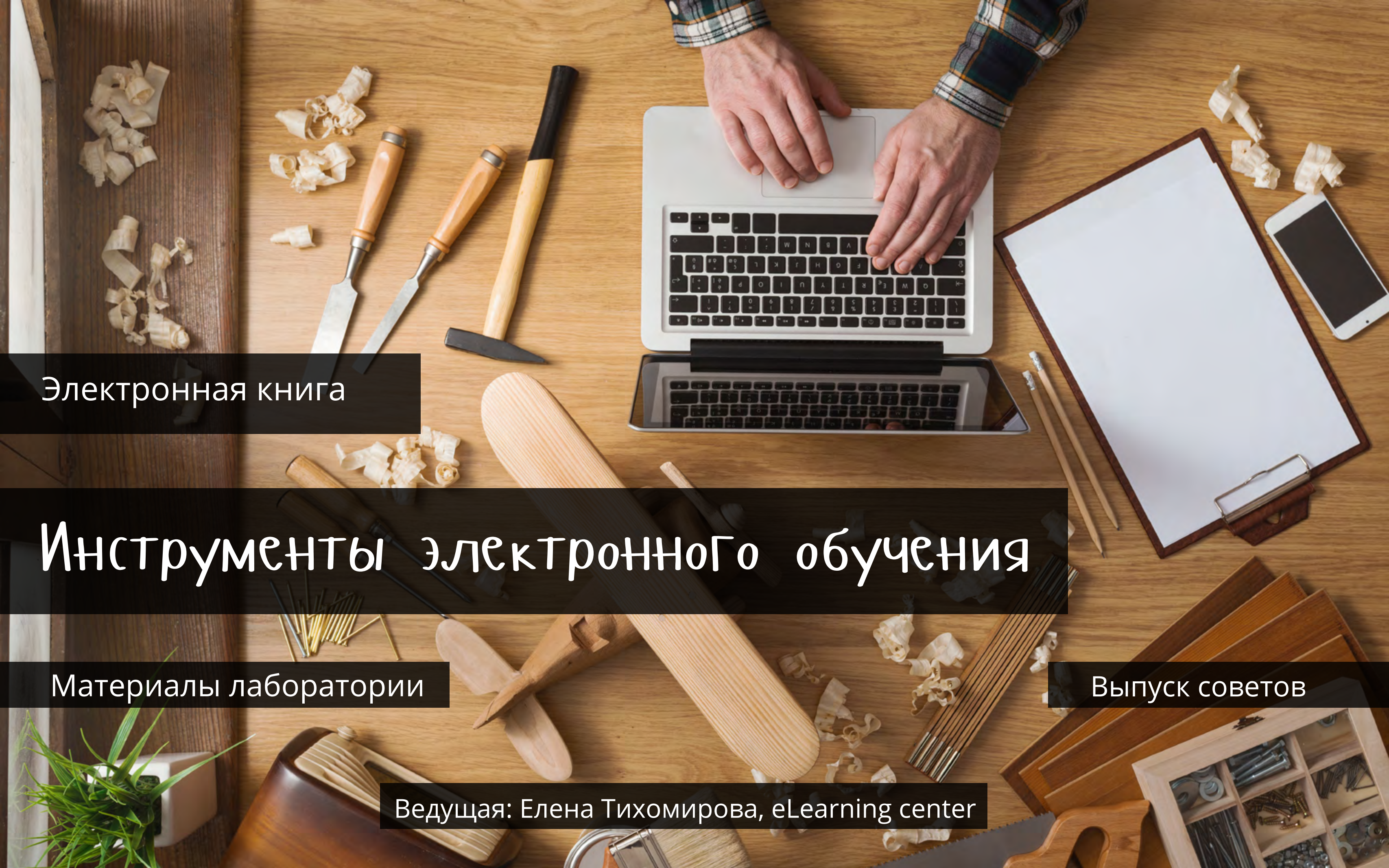
- Видео должно быть отличного качества.
- Геймификация не должна глючить.
- Ведущий вебинара не должен сидеть на кухне и заунывно читать лекцию.
- MOOCs не должен быть просто сборником всего подряд.
- В курсе не должно быть многоголосье дикторов, если это не диалог.
- Курсы для мобильных устройств должны быть адаптированы.

Делаем Выводы

3 совета, как помочь

- В начале курса можно дать мини-инструкцию. Например, “Найдите 30 минут свободного времени и в спокойной обстановке, где вас никто не отвлечет, пройдите 1 модуль курса”.
- После каждого модуля можно предложить отвлечься: пройтись, попить чай, сделать зарядку.
- Сделайте отдельные кнопки: “Запишите, пожалуйста”, “Обратите внимание”.

**Помогайте слушателям
запомнить полученную
информацию. Любыми
способами.**



Электронная книга

Инструменты электронного обучения

Материалы лаборатории

Выпуск советов

Ведущая: Елена Тихомирова, eLearning center