

EduTech

Технологические платформы обучения

№3 (26) | Апрель 2019



ВСТУПЛЕНИЕ. В ПОИСКАХ ФИЛОСОФ- СКОГО КАМНЯ

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление. В поисках философского камня	стр. 2
Универсальная платформа: быть или не быть?	стр. 4
Корпоративное обучение и техноло- гии: делаем ставку на пользу	стр. 6
Чек-лист: критерии выбора онлайн-платформы обучения	стр. 8
Каждый год — новая платформа онлайн-обучения. Опыт Microsoft Russia	стр. 10
Self-developed platform или коробочное решение?	стр. 12
VR как необходимость	стр. 15
Как мотивировать сотрудников пользоваться платформами обучения?	стр. 18
Разная LMS для разных поколений?	стр. 21
Как запустить онлайн-курс за 24 часа	стр. 24
Мировые технологические платформы — 2019	стр. 26
10 вопросов и ответов о технологи- ческих платформах обучения	стр. 29
Дополнительное чтение	стр. 31

В конце 2018 г. компания ATD (Association for Talent Development) опубликовала исследование рынка LMS с провокационным названием *Is the LMS Dead? Learning Management Technology in Today's Organizations* («Умерла ли LMS? Технологии управления обучением в современной организации»).¹

В исследовании приняли участие 388 профессионалов сферы развития персонала.

83% организаций, в которых работают участники, используют LMS. 23% опрошенных организаций пользуются LMS длительное время — более пяти лет. 58% организаций недовольны используемыми системами управления обучением.

4 из 10 организаций жалуются на нехватку у сотрудников времени и мотивации на обучение. Треть респондентов отмечает, что возможности LMS не соответствуют потребностям организации, их интерфейс оказывается слишком сложным для сотрудников, либо они не хотят делиться своими личными данными при использовании систем.

Результаты этого исследования ожидаемо вызвали в профессиональном L&D-сообществе шквал дискуссий: неужели всё настолько плохо, что ни одно из существующих сотен решений на рынке не способно удовлетворить вполне предсказуемые корпоративные нужды?

Возможно, от мрачных мыслей нас отвлекут данные из еще одного любопытного отчета — *E-Learning Trends 2019*², подготовленного компанией Docebo. Согласно данным этого отчета, крупные организации желают поменять LMS почти в два раза чаще, чем небольшие компании.

С чем это может быть связано? Может быть, с тем, что малый бизнес более непривередлив, его ожидания не столь высоки, а потребности — не столь комплексны?

Чтобы ответить на этот вопрос, можно изучить основные причины недовольства существующими системами управления обучением. Самыми популярными называемыми недостатками LMS вне зависимости от размера организации оказались:

СПРАВКА

LMS (Learning Management System, система управления обучением)

— платформа или программное приложение, предназначенное для интеграции инструментов обучения, а также администрирования, управления и распространения учебных программ, формирования аналитики и отчетности обучения.

¹Электронная публикация "Is the LMS Dead? Learning Management Technology in Today's Organizations", декабрь 2018 г. bit.ly/2ITh7Sp

E-learning (electronic learning, электронное обучение)

— организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников.

²Электронная публикация "E-Learning Trends 2019", 2019 г. bit.ly/2vddPBI

- невозможность интеграции с другими системами;
- неудобство для пользователя;
- высокая стоимость;
- непродвинутая аналитика и отчетность.

Перечисленные выше недовольства — проблема ли это именно LMS как системы? Или, возможно, проблема лежит в банальной человеческой уверенности в том, что «у соседа трава зеленее»? Либо же в неумении грамотно определять бизнес-потребности, исследовать рынок, выявлять критерии выбора и наконец этот выбор совершать.

В конце концов, непонимание между рынком технологических платформ и потребителями может скрываться и в терминологии: когда принимающее решение лицо ищет систему для хранения учебного контента, выбор может остановиться совсем не на самом оптимальном варианте, а на самом популярном или имеющем самую широкую функциональность. Как итог — впустую потраченные деньги за набор не пользующихся спросом внутри компании опций и недовольство сложным интерфейсом.

А ведь сегодняшние технологические платформы, связанные с обучением, могут, как перочинный ножик, совмещать в себе множество разных функций:

- дать пользователю всё нужное для обучения (предоставить индивидуальную траекторию обучения, расписание, связь с группой и преподавателем, доступ к интерактивным заданиям и так далее);
- дать преподавателю всё нужное для донесения учебного материала (инструменты для оценивания, тестирования, выдачи сертификатов, разработки образовательного решения, библиотеки контента и так далее);
- дать заказчику обучения всё необходимое для организации процесса и анализа его эффективности (инструменты администрирования, отчетности, аналитики, обеспечения безопасности и конфиденциальности и так далее).

Если не разбираться в предлагаемых сегодня возможностях, вполне можно приобрести по цене самолета продукт с замечательно реализованным хранилищем учебных записей (LRS), но без возможности создать простейшую викторину.

Сегодня много говорят о том, что на смену LMS должна прийти целая экосистема — обучающая среда нового поколения, которая благодаря элегантно встроенным технологиям должна решить многие наболевшие проблемы корпораций, выстраивающих систему дистанционного обучения своих сотрудников.

Мы мечтаем, что такая обучающая среда следующего поколения:

- удобна для пользователей;
- легко интегрируется с различными сервисами;
- безопасно собирает данные о пользователях и анализирует их;
- мобильна;
- включает социальное обучение;
- содержит полноценные системы тестирования, оценивания и отчетности.

Есть ли сегодня на рынке технологических образовательных решений такой философский камень? Можно ли его создать самим? Как безболезненно преодолеть рубеж выбора нужного решения для своей компании? О каких возможных недостатках технологической платформы нужно знать? Сам философский камень мы найти не надемся, но ответы на эти вопросы постараемся получить.

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ПЛАТФОРМА: БЫТЬ ИЛИ НЕ БЫТЬ?

Мы давно привыкли к миру многофункциональных вещей и сервисов, в котором гаджет с одной функцией — это аксессуар, а не инструмент. И говоря об универсальной платформе для образования, мы ждем всё той же привычной многофункциональности, которую на деле осуществить не так просто.

СЛИШКОМ УНИВЕРСАЛЬНАЯ ПЛАТФОРМА — ЭТО НЕ ВСЕГДА ХОРОШО

Устремления к универсальности могут быть неожиданные последствия. Если в компании большая вовлеченность в дистанционное обучение и платформа хорошо воспринимается пользователями, то она начинает использоваться для не связанного с обучением функционала: информирования, опросов, анкет, справок. И через какое-то время пользователь, заходя на такую универсальную платформу, теряет: что происходит и почему он здесь оказался?

Для разработчиков универсальность — тоже своеобразный вызов. С одной стороны, пожелания заказчика по расширению функционала позволяют прокачать продукт. С другой стороны, иногда для их удовлетворения приходится пересматривать всю архитектуру платформы, а это связано с большими затратами времени и денег.

Как найти решение, которое будет гибко адаптироваться под нужды пользователей, не теряя структуры и не требуя при этом постоянной перестройки готового продукта?

СТРОИМ ГОРОД, А НЕ ЗДАНИЕ — РЕШЕНИЕ «МЕГАФОН РИТЕЙЛ»

Идеальное IT-решение — это строить не одно здание с функционалом города, а целый город с разными модулями, с развитой инфраструктурой. Создавая платформу дистанционного обучения, нужно думать о пространстве дистанционного обучения и не ограничиваться одним универсальным инструментом.

Такое решение сейчас внедряется в «МегаФон Ритейл».

«МегаФон Драйв» — мобильное приложение, в котором сотрудники могут получать информацию и отрабатывать навыки в SCORM-курсах. Но мы не останавливаемся на приложении: чтобы не ограничиваться архитектурой одной платформы и одним подрядчиком, мы создаем хаб сбора и хранения данных. Сначала данные о сотрудниках идут на платформу, а дальше платформа передает их кубу данных HR на нашей стороне, к которому в дальнейшем будет подключен софт для формирования дашбордов. То есть мы полностью забираем у платформы часть функций (в том числе создание аналитики), а себе развязываем руки, чтобы подключать новые решения, критерием для которых будет интегрированность — передача данных между собой и с платформой.



Наталья Обидина
Эксперт

Менеджер по управлению обучающими платформами «МегаФон Ритейл»

НЕМНОГО О ЧУДЕ КОРЕЙСКОЙ БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ

Решение «МегаФон Ритейл» позволяет оставаться открытым для работы с разными IT-продуктами и подрядчиками. Это должно позитивно сказаться на IT-рынке в целом. У себя в компании мы проводим аналогию со взрывным развитием бьюти-индустрии в Южной Корее. Это был бум, когда качество корейской косметики переросло и затмило дорогие европейские бренды. Почему? Были созданы условия, когда любая маленькая компания могла предлагать клиентам свой продукт, если он был инновационным и соответствовал философии ухода за собой.

Создавая хаб данных, мы, как Южная Корея, стимулируем IT-рынок разрабатывать инновационные маленькие и большие решения.

ВЫВОД

Наш вариант ответа на вопрос в заголовке: универсальной платформе не быть, но единому пространству для обучения — существовать.

SCORM (Sharable Content Object Reference Model) —

международный стандарт для создания электронного курса, который позволяет упаковать учебный контент так, чтобы он был прочитан любой системой дистанционного обучения. Согласно требованиям стандарта, учебный материал компонуется в небольшие блоки — модули, из которых можно конструировать разные курсы.

Куб данных — модель базы данных или электронной таблицы, построенная с использованием трех и более измерений.

Дашборд — это визуальное представление аналитических данных в виде интерфейса или документа. Один из популярных примеров дашборда — отчеты в Google Analytics и «Яндекс.Метрике».

ТЕРМИНЫ

ПОСМОТРЕТЬ МАТЕРИАЛЫ

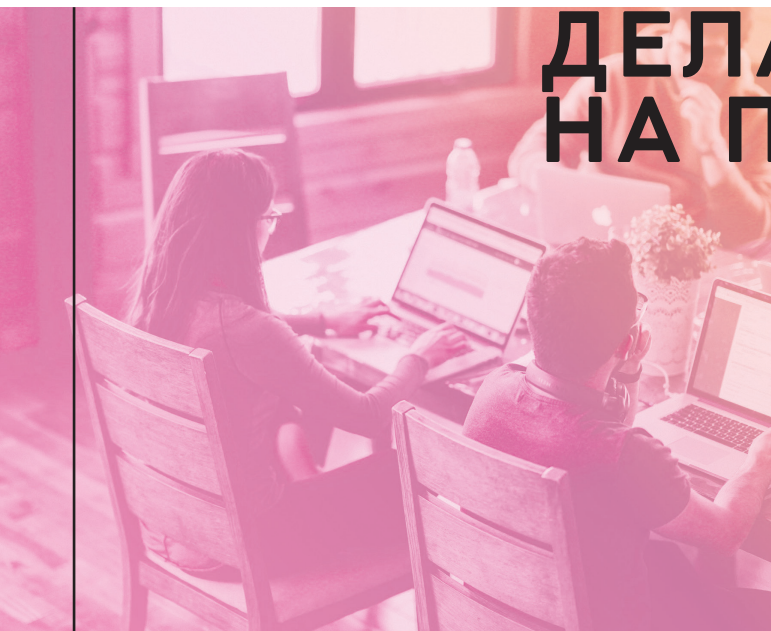


Презентация



Выступление

КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ: ДЕЛАЕМ СТАВКУ НА ПОЛЬЗУ



На начало 2019 года в мире существовало более 600 готовых платформ для обучения, и примерно раз в неделю появляется новая. А среднее количество технологий, которые использует одна компания для обучения сотрудников, за последние 5 лет выросло вдвое. Возникает вопрос: зачем столько?

Дело в том, что каждая платформа наилучшим образом решает какие-то определенные бизнес-задачи в конкретной ситуации. Поэтому каждый раз, когда перед вами возникает новая задача, имеет смысл просмотреть другие инструменты, наиболее подходящие для ее решения. Но как найти «ту самую» технологию среди сотен вариантов, которые есть на рынке?

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ К СЕБЕ ПРИ ВЫБОРЕ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Когда мы в Competentum Group помогаем клиенту подобрать платформу, мы задаем много вопросов и просим заполнить разные опросники. Они помогают достичь понимания по нескольким самым важным вопросам, без которых нужный инструмент не найти.

Вопросы при выборе технологии:

- Каковы задачи бизнеса?
- Какова аудитория?
- Каковы процессы?
- В каком виде существует контент?
- Как оценим результат?

Первый и самый главный вопрос: для какой бизнес-задачи будем применять платформу?

Обратите внимание: не для учебной, а для бизнес-задачи. Они могут быть совершенно разные, и каждая из них диктует свои требования к платформе.

Если нужно закрыть пробелы высшего образования, обучить недостающим навыкам, то важно иметь возможность создавать макро- и микро-учебные модули, составлять смешанные программы, развивать компетенции, обмениваться опытом, пользоваться базой знаний.

Если обучение призвано снизить риски бизнеса (юридические, финансовые и так далее), то платформа должна обеспечить своевременную и релевантную доставку контента, составление точной отчетности для аудита.

Бизнес-задача по сокращению операционных издержек (уменьшение ошибок, сокращение периода адаптации сотрудников) диктует формат микрообучения с часто изменяемым контентом быстрого производства и с быстрой аналитикой.

Если нужно массово информировать и вовлекать сотрудников, то платформа должна обеспечивать мобильность, простоту создания и доставки контента и использование различных инструментов для привлечения внимания.

ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ ВАМ НУЖНО ВСЁ И СРАЗУ

Во-первых, всегда можно выбрать приоритеты — две-три задачи — и под них подобрать платформы.

Во-вторых, это нормально — иметь несколько платформ под разные задачи и их интегрировать.

В-третьих, в некоторых случаях, особенно в очень крупных компаниях, оправдано написание собственной платформы с нуля.

НАБОР ПОЛЕЗНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ, ПРОВЕРЕННЫХ COMPETENTUM GROUP

Вот несколько надежных платформ, которые демонстрируют разнообразие функций и решаемых задач.

01

SHAREKNOWLEDGE — LMS на платформе SHAREPOINT. Может автоматизировать всё обучение в компании.

Сильные стороны:

- отчетность и аналитика;
- здесь можно делегировать функции обучения разным сотрудникам. Например, назначить тренера по определенному направлению.

02

DOCEBO — LMS с функциями социального обучения.

Сильные стороны:

- персонализированный учебный опыт и в части треков, и в части интерфейса для определенных групп сотрудников;
- социальное обучение: любой пользователь может создавать свой контент, брать на себя функцию эксперта в своей сфере и отвечать на вопросы своих коллег; так как ответы сохраняются и выдаются в поиске, за счет компетентных сотрудников создается корпоративная база знаний;
- широкий набор функций API для интеграции.

03

MOBILE LEARNING — мобильная платформа, которая действительно хорошо работает на разных устройствах (в отличие от многих других платформ).

Сильные стороны:

- одинаково быстрая работа на любых смартфонах и планшетах;
- поддержка любых версий ПО;
- возможность офлайн-обучения и тестирования.

04

HINTED — платформа интерактивных подсказок, встраивает обучающие подсказки в интерфейсы. Например, вы работаете в CRM-системе, в банковских системах со сложным интерфейсом и получаете подсказки прямо на рабочем месте. Это пример технологии для микрообучения.

ВЫВОДЫ: ДЕЛАЕМ СТАВКУ НА ПОЛЬЗУ

Как быть, когда возникает вопрос: делать ли ставку на разнообразие систем или предпочесть путь качества и доступности «всего и сразу» в одном?

Нужно делать ставку на пользу. Вы можете найти пользу в деньгах от ста платформ или пользу в разработке одной большой платформы, которая закрывает сразу ряд задач, даже с учетом заведомо больших стартовых вложений.

Поэтому, принимая решение:

- продумываем и фиксируем бизнес-задачи;
- расставляем их в порядке значимости;
- оцениваем предполагаемый эффект от каждой подобранной технологии.



Евгений Сандомирский
Эксперт

Генеральный директор
Competentum в России

ПОСМОТРЕТЬ МАТЕРИАЛЫ



Презентация



Выступление

ЧЕК-ЛИСТ: КРИТЕРИИ ВЫБОРА ОНЛАЙН- ПЛАТФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

В предыдущих статьях мы обсуждали, как требования к платформе зависят от бизнес-задач, и говорили о том, что невозможно выбрать одну платформу раз и навсегда. Среди сотен предложений нелегко найти то, которое будет полностью удовлетворять вашим потребностям.

Наш гид поможет вам ничего не забыть, чтобы найти самый подходящий инструмент.

Предлагаем подумать о ресурсах, которые у вас есть для организации обучения.

ЗАДАЕМ СЕБЕ ВОПРОСЫ

- 01** Определитесь с целью своего бизнеса, которую вы хотите достичь, организовав обучение.
- 02** Сформулируйте ключевые задачи, которые будете решать. Вам нужно обучать своих сотрудников или клиентов? Создавать обязательные траектории обучения или делать каталог курсов по выбору?
- 03** Какой бюджет вы готовы выделить на онлайн-платформу? Имейте в виду, что траты могут быть не только прямыми (например, ежемесячный платеж за использование сервиса, который зависит от функционала и количества пользователей), но и скрытыми (такие как время на обучение персонала работе с платформой, техническая поддержка, обновления).
- 04** Сколько времени вы хотите выделять на подготовку и упаковку контента? От этого зависит, нужна ли вам платформа с большой библиотекой шаблонов для создания учебных материалов или достаточно возможности интегрировать в курсы контент разного формата.
- 05** Кто будет заниматься размещением материалов, администрированием, контролем прохождения курса? Будет ли это специально обученный человек, или эти обязанности делегируются любому сотруднику? Ответы на эти вопросы тоже определяют необходимый функционал платформы: возможности персонализации интерфейса, форум для коммуникации и так далее.

ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ О ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМАХ ОБУЧЕНИЯ

01

В зависимости от размещения данных платформы делятся на стационарные, которые устанавливаются на серверы организации, и онлайн-, которые хранят информацию в облаке. Онлайн-платформа позволяет быстро запускать курсы, экономя время и деньги: вам не нужно иметь сервер для установки ПО, платить специалистам за его настройку и ждать, когда всё заработает. Платформа с установкой на сервер требует немалых ресурсов для обслуживания, зато данные компании не выходят за ее пределы.

02

В зависимости от решаемых задач платформы могут быть универсальными или узкоспециализированными. Универсальные предлагают стандартный набор инструментов для бизнеса в любой отрасли, специализированные позволяют делать более тонкую настройку.

ЧЕК-ЛИСТ ПО ВЫБОРУ LMS

ПРОВЕРЯЕМ ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- Интегрируется с корпоративными системами через API
- Справляется с нужным количеством входящих пользователей
- Персональные данные хранятся в соответствии с законодательством РФ
- Совместима с приложениями по разработке дистанционных курсов в разных стандартах (SCORM, xAPI и т. д.)
- Есть возможность назначать разные роли и уровни доступа пользователям
- Обладает достаточным хранилищем для загрузки курсов, не ограниченных размером
- Поддерживает мобильное обучение: курс воспроизводится на различных устройствах (в том числе офлайн)
- Совместима с современными браузерами и ОС
- Поддерживает нужные языки
- Дизайн системы и ее элементов можно адаптировать под нужды компании (например, под фирменный стиль)

ПРОВЕРЯЕМ УДОБСТВО СОЗДАНИЯ И АДМИНИСТРИРОВАНИЯ КОНТЕНТА

- Поддерживает необходимые форматы контента, например, курсы SCORM, видео, аудио, PowerPoint, HTML5, Word, PDF, курсы с элементами микрообучения и адаптивное обучение
- Предлагает качественную аналитику и отчеты, которые можно точно настроить под потребности компании
- Позволяет проводить и записывать вебинары
- Содержит элементы геймификации
- Поддерживает социальные инструменты: форумы, чаты, комментарии
- Предлагает функции обратной связи с преподавателями и администраторами курса
- Предлагает инструменты тестирования пользователей
- Можно создать базу знаний: книги, видеоуроки, статьи, справочные материалы
- Позволяет рассылать уведомления пользователям
- Курсы можно объединять в различные траектории обучения
- Курсы можно назначать или делать открытыми

КАЖДЫЙ ГОД – НОВАЯ ПЛАТФОРМА ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ. ОПЫТ MICROSOFT RUSSIA



Дарья Назарова
Эксперт

Исполнительный директор
CloudPro 2020, программы
обучения и сертификации
Microsoft Russia для
технической аудитории

Россия входит в топ-5 стран
по количеству
IT-специалистов в мире
(2 миллиона человек).

ФАКТ

Современным IT-специалистам необходимо быть в курсе самых актуальных технологий. Поэтому, как правило, они много учатся и потребляют много образовательного контента. Под рукой у них имеется множество онлайн-платформ, на которых можно учиться — начиная с видео на YouTube и заканчивая курсами на различных LMS, например, Coursera, Open edX или Pluralsight. Кроме этого, корпорации регулярно запускают новые курсы и программы повышения квалификации для технических специалистов — это хороший маркетинговый инструмент, средство поддержания бренда и способ рассказать о продуктах и их обновлениях.

Поэтому часто именно маркетологи выбирают онлайн-платформу, на которой будет размещен образовательный контент, с помощью которого будет учиться их целевая аудитория.

СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ КАК МАРКЕТИНГОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ

К примеру, одной компании необходимо повысить показатели использования своего продукта на рынке — скажем, облачного сервиса. Как правило, лучшим способом донести все новые возможности сервиса технической аудитории является обучение. А если вы хотите рассказать о новом сервисе как можно большему количеству людей, то лучшим инструментом станет онлайн-обучение.

КАЧЕСТВО ИЛИ СКОРОСТЬ?

По моему мнению, маркетологи в крупных компаниях являются движущей силой для выбора и создания новых систем обучения.

Маркетологи используют онлайн-платформы для внешнего обучения аудитории, а HR-специалисты — для внутреннего обучения. Поэтому и к процессу выбора, использования, развертывания и работы с онлайн-платформой эти категории специалистов подходят по-разному.

Для маркетологов важно быстро запускать маркетинговые инструменты, поэтому при выборе платформы для обучения технической аудитории принимать во внимание стоит не столько ее функциональные особенности, сколько возможность следовать концепции time-to-market.

ПОСМОТРЕТЬ МАТЕРИАЛЫ

Презентация



Выступление

СПРАВКА**Концепция time-to-market (время вывода на рынок)**

— это важный показатель конкурентоспособности продукта, временной интервал от начала проекта по его разработке до его поставки на рынок. В данном контексте концепция time-to-market применяется для обозначения времени от формирования потребности по разработке обучающего курса до выхода курса на какой-либо платформе.

Обновление контента в IT-сфере происходит раз в неделю — выходят новые релизы, меняются интерфейсы продуктов. Через полгода курс по облачным сервисам устаревает на 50%; через год он будет совсем непригодным.

ФАКТ**ДОСЬЕ ОДНОГО ТЕХНИЧЕСКОГО КУРСА**

Рассмотрим реальный пример.

Маркетологам поставлена задача увеличить использование современных облачных сервисов среди IT-специалистов в сегменте среднего и малого бизнеса. Анализ существующих образовательных инструментов, которые создает и поддерживает в актуальном состоянии корпорация Microsoft, показал, что подобного контента на русском языке нет. Большинству IT-специалистов в сегменте среднего и малого бизнеса сложно изучать новые технологии на английском языке. Поэтому и было решено разработать свою локальную линейку курсов на русском языке по самым базовым сценариям использования облачных технологий. Этот набор курсов получил название «Школа современного IT-администратора».

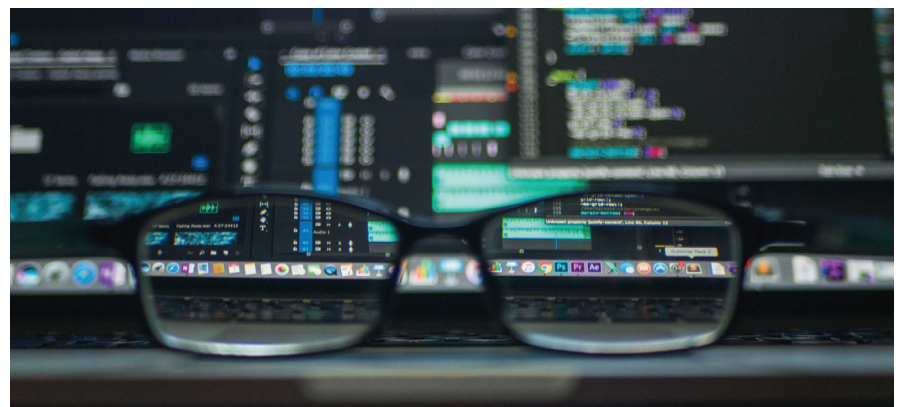
При выборе платформы для размещения курсов маркетологи учитывали такие факторы, как узнаваемость платформы среди технической аудитории и удобство ее использования для слушателей. В список кандидатов попали такие платформы, как Open EdX, YouTube, Нетология и PluralSight.

После небольшого сравнительного анализа была выбрана платформа Нетология, в основном за удобство интерфейса для студентов и быструю разработку. Здесь вступает в силу приоритет концепции time-to-market.

ВЫВОДЫ

Что важно учесть при выборе онлайн-платформы для размещения учебного контента, если вы — IT-компания?

- Очень важна скорость запуска образовательной платформы и периодичность обновления контента. Чем проще и быстрее вы сможете загружать на платформу образовательный контент, тем лучше.
- Профессиональные учебные центры имеют большую методологическую базу в организации обучения взрослых. Но им может быть очень сложно и дорого разработать современную систему онлайн-обучения.
- У образовательных стартапов быстро получается разработать удобную для пользователей систему. Но им может быть сложно с методологией и удержанием слушателей.
- До старта вашего проекта необходимо решить, нужна ли интеграция с внутренними системами компании. Для крупной компании этот вопрос может быть важен.



SELF-DEVELOPED PLATFORM ИЛИ КОРОБОЧНОЕ РЕШЕНИЕ?

И на российском, и на международном рынке существует много систем управления человеческим капиталом. В условиях ограниченного бюджета перед компаниями встают важные вопросы:

- Какую систему выбрать для поддержки своего HR-цикла?
- Остановиться на коробочном решении или разработать собственное?
- Как правильно рассчитать затраты на внедрение и поддержку системы?

На примере простой аналогии поговорим о непростом выборе.

ЧТО БУДЕМ АВТОМАТИЗИРОВАТЬ?

Для начала необходимо решить, какую часть HR-цикла компании вы будете автоматизировать в первую очередь.

Все предлагаемые рынком решения по целям применения к человеческому капиталу в компании можно разделить на следующие:

- **HCM** (human capital management — управление человеческим капиталом) — система управления HR-циклом в полном объеме;
- **Core HR** — это сервисы по учету рабочего времени, больничных, отпусков, отгулов и фонда оплаты труда;
- **LMS** (learning management system — система управления обучением) — всё, что нужно для обучения сотрудников, развития их корпоративных и профессиональных компетенций, статистика и аналитика;
- **TMS** (talent management system) — всё, что нужно для привлечения и удержания сотрудников, а также управления их карьерой.

IAAS, PAAS, SAAS: РАСШИФРОВЫВАЕМ АББРЕВИАТУРЫ

Предположим, вы знаете, какой тип системы вам нужен. Самое время определиться с тем, какую систему вы будете разворачивать, коробочную или self-developed.

Вам известны аббревиатуры IaaS, PaaS, SaaS? Давайте ознакомимся с ними до принятия решения о выборе системы.

- **IaaS** — Infrastructure as a Service — инфраструктура как услуга, например, виртуальные серверы и виртуальная сеть; клиент может устанавливать любое программное обеспечение и приложения;
- **PaaS** — Platform as a Service — платформа как услуга, например, веб-сервер или база данных; клиент управляет приложениями, операционной системой управляет провайдер;
- **SaaS** — Software as a Service — программное обеспечение как услуга, например, электронная почта или иное офисное приложение; клиент пользуется приложением, базовыми настройками приложения управляет провайдер;
- **On-Premise** — использование собственных ресурсов компании для разворачивания программного обеспечения, включая сервера, сети, хостинг, базы данных, администрирование и наполнение контентом.

Что-то прояснилось? Нет? Тогда продолжим.

В двух словах, любая из вышеперечисленных услуг призвана снять определенную часть временных и финансовых затрат на развертывание и поддержку вашей IT-системы. Вся разница заключается в том, какую часть забот вы оставите себе, а какую — отдадите в управление провайдеру услуги.

ГОТОВИМ ОЛИВЬЕ AS A SERVICE

Давайте рассмотрим эти модели на примере приготовления новогоднего оливье. Пожалуй, так будет нагляднее.

Что нужно для приготовления новогоднего оливье?

- ингредиенты: докторская колбаса, соленые огурцы, зеленый горошек, вареные картофель, морковь и яйца, майонез, соль (возможно, авторские секретные ингредиенты);
- смешать ингредиенты в нужной пропорции;
- добавить майонез;
- сервировать стол;
- подать шампанское и мандарины;
- разложить оливье по тарелкам.

Оливье в модели IaaS. Вы получаете готовые ингредиенты (как если бы вы купили их в магазине): сваренные и нарезанные. Вам остается смешать их в нужной пропорции, добавить майонез, сервировать стол и подать готовый салат с шампанским и мандаринами.

Оливье в модели PaaS. Можно сказать, что вы покупаете уже готовый оливье в отделе кулинарии. Вам остается лишь подготовить стол с шампанским и мандаринами и подать готовый салат.

Оливье в модели SaaS. Это ресторан: вы ничего не готовите, а только потребляете. Официант приглашает вас за красиво сервированный стол, где вам остается лишь наслаждаться шампанским, мандаринами и желанным новогодним салатом от шеф-повара.

С оливье, конечно, всё несколько проще, чем с корпоративной системой управления. Оливье мы можем съесть и забыть, а с системой так не получится. Когда вы выбираете, разрабатывать ее самостоятельно или брать коробочное решение, нужно помнить не только об этапе внедрения системы, но и о необходимости ее последующего администрирования.

Если вы выбираете решение On-Premise, помните, что всё будет лежать на ваших плечах: и наполнение сайта, и разработка ПО, и администрирование базы данных, и настройка системы, и поддержка оборудования.

Если вы не готовы ни к одному из вышеперечисленного, вы не так богаты или у вас нет готовой инфраструктуры, ваше решение — SaaS.

Если решения вендоров SaaS кажутся слишком ограниченными, почему бы не попробовать решение IaaS или PaaS? Не у всех есть собственные центры обработки данных и полноценный IT-департамент, но многим вполне по силам поддерживать учебный портал и наполнять его контентом.

НЕБОЛЬШОЙ СОВЕТ ДЛЯ КОМАНДЫ ВНЕДРЕНИЯ HR-СИСТЕМЫ

Помните: что бы вы ни выбрали, всегда найдутся недовольные выбранным решением. Чем больше ваша компания, тем больше будет



Елена Луценко
Эксперт

Руководитель «Виртуальной школы» Корпоративного университета Сбербанка

ПОСМОТРЕТЬ МАТЕРИАЛЫ



Презентация



Выступление

недовольных. К этому следует быть готовым. Тем не менее, есть пара действительно важных причин для недовольства пользователей.

- Отсутствие мобильной версии платформы. Мобильный телефон сегодня всегда под рукой. Если сайт не работает на мобильных (например, написан на Flash или работает только в Internet Explorer), ваше решение не будет пользоваться спросом.
- Система не собирает статистические данные, и вы не можете анализировать прогресс и результаты, а значит, не будете знать, насколько эффективна ваша система.

КАК ОПРЕДЕЛИТЬ БЮДЖЕТ?

При определении бюджета можно ориентироваться на знаменитый треугольник «Быстро. Качественно. Дешево». Главный принцип треугольника: выбрать можно только две стороны. Все три фактора совместить невозможно и всегда приходится идти на компромисс.

Пример

Рассмотрим, например, вариант «Быстро и дешево». Можно нанять знакомого программиста, который быстренько соберет платформу, разместит на своем сервере и покажет вам, как это работает. Минус такого решения — скрытые затраты. К примеру, что вы будете делать при обновлении версии браузера? Есть вероятность, что менять придется и платформу. Вы будете вынуждены снова обращаться за помощью к знакомому или искать нового программиста в сжатые сроки.

Совет

При покупке коробочного решения (с быстрым и качественным внедрением с помощью вендора) помните о скрытых затратах на обучение персонала работе с новой системой, миграцию контента из старой системы и его адаптацию для новой системы, регулярное обновление системы до новых версий, совместимых с новыми версиями браузеров и контента.

КАК СОБИРАТЬ СТАТИСТИКУ И АНАЛИТИКУ?

Когда вы внедряете какую-либо систему, объективно рассказать о правильности или неправильности вашего выбора может только статистика. Что происходит на вашей платформе? Пользуется ли она спросом? Открывают ли пользователи контент? Как они с ним работают? Для этого необходима **LRS-система (Learning Record Store)** — система, которая отслеживает все действия поль-

зователей: открыл видеофайл, поставил на паузу, перемотал видео до конца, повторно просмотрел видеофрагмент, открыл тест, правильно или неправильно ответил на тестовый вопрос и так далее.

Например, в LRS «Виртуальной школы» Корпоративного университета Сбербанка ежедневно собирается до миллиона таких записей. Разумеется, поднимается вопрос о хранении этих данных, ведь на их основе впоследствии создается потрясающая поведенческая аналитика.

ВЫВОДЫ

Весь этот материал был посвящен головной боли, с которой сталкивается компания при выборе или создании своей системы обучения. Как бы тщательно вы ни готовились, внедрение подобной системы в любом случае окажется весьма непростым. Однако уже в начале этого пути необходимо помнить о самом главном — о конечном пользователе.

Если ваша система получится интуитивно понятной, стильной, удобной и функциональной, она непременно придется по душе вашим сотрудникам.

СПРАВКА

Виртуальная школа Корпоративного университета Сбербанка — инновационная digital-платформа, которая использует современные инструменты и сервисы, например:

- персонализированные рекомендации по развитию компетенций, основанные на истории обучения пользователей и ранее изученных материалах;
- автоматическое назначение сотрудникам динамической траектории обучения с первого дня приема на работу, виртуальный алгоритм сопровождения новичка на всех этапах первичного обучения;
- конструктор Small Private Online Courses (SPOC), который позволяет методологам программ формировать образовательные траектории из материалов разного формата с возможностью последующего анализа поведения пользователей;
- киберпрокторинг — инструмент, позволяющий осуществлять удаленную идентификацию личности сотрудника и контроль над его действиями во время сдачи экзамена;
- многое другое.

Платформа разработана на открытом программном коде, поддерживает современный стек технологий, позволяет получить максимально гибкое решение.

VR КАК НЕОБХОДИМОСТЬ



Многие считают, что VR — это просто хайп, раздутый мыльный пузырь, которому в бизнес-практике найти применение крайне сложно. Поспорим с этим мнением на примере уникальной платформы «Виртуальный кампус» и расскажем о процессе ее создания.

КОГДА ОПРАВДАНО ПРИМЕНЕНИЕ VR-РЕШЕНИЙ?

VR-решения созданы для отработки практических навыков.

Применение VR оправдано там, где тренируемый навык очень сложно развивается. Как развивается навык обратной связи в традиционном очном тренинге? Слушатели разбиваются по парам, тренер присваивает роли руководителя и сотрудника, дальше следует отработка в каждой паре. О чем говорит каждая пара, какие ошибки они совершили, насколько им удалось воспроизвести алгоритм, тренер понятия не имеет. Технологические форматы позволяют отработать и проанализировать отработку таких сложно воспроизводимых и сложно анализируемых мягких навыков.

ПОЧЕМУ ВОЗНИКЛА НЕОБХОДИМОСТЬ В VR-КАМПУСЕ?

Одно дело — находиться в одной физической аудитории, всем вместе надеть очки и отправиться в симуляцию. Сложнее становится, когда слушатели распределены по стране. Как доставить VR-контент из Корпоративного университета Сбербанка во Владивосток? Переслать очки через транспортную компанию? Очки будут идти долго, а обновления контента не стоят на месте.

С помощью единого «Виртуального кампуса» пользователи в разных частях страны могут надеть очки виртуальной реальности и встретиться с коллегами, войдя через учебный портал пользователя.

Единая виртуальная платформа позволяет не только связать дистанционных слушателей, но и не думать о совместимости их устройств с платформой.

Технологии VR, так же, как и мобильные телефоны, обновляются практически каждый день — постоянно происходят усовершенствования и вносятся изменения.

Сегодня к виртуальной реальности Корпоративного университета Сбербанка подключено пять банков. Проведены первые в России лекции в виртуальном пространстве.

КАК РАБОТАЕТ «ВИРТУАЛЬНЫЙ КАМПУС»?

«Виртуальный кампус» — это ISP-система с огромным количеством подключенных модулей. Эта система кросс-платформенна, то есть поддерживает разные модели и версии устройств.

Когда VR-решения стали приобретать популярность, необходимо было задуматься о том, как облегчить жизнь создателям обучающего VR-контента: стандартизировать форматы, обеспечить единообразие, разработать типичные сценарии.

ISP-платформа позволяет:

- быстро создавать, доставлять и администрировать контент;
- своевременно обновлять систему;
- использовать библиотеку готовых моделей;
- контролировать результаты;
- пользоваться системой на разных платформах (не только через VR-устройства, но и через веб, и через мобильные ОС).

КАК ОБЕСПЕЧИВАЕТСЯ БЫСТРОЕ СОЗДАНИЕ VR-КОНТЕНТА?

Платформа микромодульная, то есть содержит в себе множество различных модулей, из которых можно собирать необходимые механики.

Когда-то над созданием VR-симуляций трудились огромные штаты программистов. Сегодня существующих наработок и сущностей вполне достаточно для того, чтобы быстро собирать симуляции.

Встроенные сервисы и механики:

- сценарии;
- аватары;
- диалоговые боты;
- библиотека 3D-объектов;
- анимации;
- трекинг;
- UI-модуль;
- передача голоса;
- распознавание речи.

Кроме технических модулей, VR-платформе нужна и административная экосистема, ведь этой платформой нужно еще и как-то управлять. Управление VR-платформой обычно происходит в веб-интерфейсе.

Элементы административной экосистемы:

- регистрация и авторизация;
- система прав и доступа;
- сбор информации;
- аналитика;
- организация VR-встреч;
- управление устройствами.

КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ФОРМАТЫ VR-РЕШЕНИЙ?

При обучении в «Виртуальном кампусе» Корпоративного университета Сбербанка используется четыре формата VR-продуктов:

- фильмы 360°;
- VR-симуляции и тренажеры;
- VR-курсы;
- VR-коллаборативные пространства.

Фильмы 360°

Как правило, это виртуальные экскурсии, часть модуля в очном учебном процессе. В режиме VR-кинотеатра, встроенного в очный модуль обучения, демонстрируется фильм длительностью 10 – 15 минут, а затем собирается обратная связь от зрителей.

Примеры применения: клиентский сервис (работа с пожилым человеком или клиентом с ограниченными возможностями здоровья), адаптация новичка, обнаружение мошенничества.

ФАКТ

Стоимость создания VR-контента на настоящий момент достаточно высока, но постепенно снижается за счет стандартизации. Скажем, создание непостоянного фильма 360° обойдется в сумму от 200 000 рублей. Чем сложнее контент (много различных функциональных модулей), тем дороже.

СПРАВКА

ISP-платформа — это клиент-серверный программный комплекс, который позволяет оперировать уже существующими функциональными блоками-модулями и на их основе создавать собственные.

UI — User Interface, пользовательский интерфейс, система, которая позволяет пользователю взаимодействовать с ПО.

Аватар — трехмерный анимированный персонаж с базовыми движениями тела, мимикой, эмоциональными состояниями. Аватаром в симуляции управляет пользователь.



Кирилл Стеценко
Эксперт

Руководитель Студии виртуальной реальности и медиаконтента Корпоративного университета Сбербанка



Дмитрий Кириллов
Эксперт

Президент компании Modum Lab

Существуют медицинские рекомендации нахождения в VR-пространстве: длительность одного сеанса не должна превышать 15 минут. Поэтому, как правило, VR-контент — это микроконтент (не превышает 7-10 минут). Однако подобные рекомендации можно считать устаревшими: современные VR-устройства далеко шагнули вперед по сравнению с предшественниками, а разработчики научились создавать контент, от которого не страдают зрение и вестибулярный аппарат.

ФАКТ

VR-симуляции и тренажеры

Тренажеры используются в смешанном обучении после очного дня обучения. Слушателям выдаются VR-шлемы, с помощью которых они самостоятельно изучают материал в VR-кампусе.

Примеры применения: навыки презентации и публичных выступлений, навыки предоставления обратной связи сотруднику.

VR-курсы

Это полностью дистанционный метод обучения, полноценные лекции в VR-пространстве.

Коллаборативные VR-пространства

Этот полностью дистанционный метод позволяет присутствовать на дискуссии, лекции или совещании, а также принимать в происходящем активное участие, например, пройти квест или решить какой-либо кейс.

ЧЕМ ВСТРЕЧА В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ЛУЧШЕ ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИИ?

Как правило, в ходе видеоконференции участников встречи окружает большое количество отвлекающих факторов: сообщения в мессенджере, рабочая почта, комментарии коллеги. В виртуальной реальности влияние раздражающих факторов сведено к минимуму, участник полностью погружен в контент. Еще один плюс: в виртуальной реальности возможно отслеживание всех действий пользователей, например, поворота головы или снятия VR-шлема. Это помогает понять слабые стороны учебного материала, а пользователям предоставляется подробная статистика прохождения курса.

Например, пользователь курса по публичным выступлениям после окончания учебного процесса получит на почту аналитику своих выступлений: список слов-паразитов, анализ своего поведения при выступлении перед аудиторией, количество своих обращений к презентации при выступлении.

Преимущества «Виртуального кампуса»

- Возможность массовых демонстраций фильмов 360°;
- Кросс-платформенность;
- Быстрое масштабирование обновленного учебного контента;
- Встречи, лекции и тренинги в виртуальном пространстве;
- Совместная работа над бизнес-кейсами;
- Сбор статистики и аналитики по каждому пользователю;
- Протоколирование всех происходящих на платформе активностей (конспекты ведутся с помощью модуля распознавания речи).

ПОСМОТРЕТЬ МАТЕРИАЛЫ



Презентация



Выступление

КАК МОТИВИРОВАТЬ СОТРУДНИКОВ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПЛАТФОРМАМИ ОБУЧЕНИЯ?

Почему компании вынуждены менять обучающие платформы? Возможно, один из ответов на этот вопрос кроется не в недостатках самой платформы, а в недостаточной мотивации ее пользователей.

Какой должна быть платформа e-learning, чтобы сотрудники видели ее ценность? На примере нескольких кейсов разберемся в способах повышения мотивации и вовлеченности пользователей в учебный контент.

МОТИВАЦИЯ К РАЗГОВОРУ О МОТИВАЦИИ

Для того чтобы измерить эффективность обучающей платформы, возможно, требуется всего один параметр — пользуются ли ей люди. Процесс обучения можно построить и на Google Диске, просто загрузив в папки настолько потрясающие учебные материалы, что многие будут мечтать получить туда доступ. Когда ваш контент, как легенда, переходит из уст в уста, вы достигли успеха.

Свою платформу мы создавали с прицелом на построение максимально вовлекающего обучающего процесса. Мы верим, что человек, проходящий обучение, должен получать от него удовольствие: счастливый, довольный человек наиболее эффективен на работе.

ПРОДУКТОВОЕ ОБУЧЕНИЕ В НОКИА: НАЧАЛО

10 лет назад компания Nokia перешла от электронных обучающих PDF-документов к интерактивным гидам. Мобильные устройства всё усложнялись, и пользователей необходимо было обучать работе с ними: как сделать фото с помощью нового телефона, как выложить изображение в социальную сеть и так далее.

Компания рассчитывала решить проблему доступности этих важных знаний с помощью мини-интерактивных гидов: пользователь мог нажать на картинку, прочитать текст подсказки, перейти на следующую страницу обучения — складывался весьма вовлекающий процесс.

Когда компания приступила к запуску устройства на платформе Windows Phone, нужно было придумать для пользователей нечто из ряда вон выходящее, ведь времена менялись, конкуренты не стояли на месте и тоже придумывали способы завоевания внимания аудитории. Предыдущая версия интерактивного обучения уже не могла решить усложненную задачу: в этот раз пользователю нужно было последовательно пройти несколько курсов по одной теме, и нам было крайне важно не потерять его внимание на полпути.

Для решения этой задачи мы предложили геймификацию: представить путь обучения по нескольким курсам и учебным активностям (курсы, видео, творческое задание, аттестация) в форме единой игры, которая мотивировала бы пользователя пройти ее от начала до конца. Миссия — удержать внимание аудитории, а потом наградить ее за старания (с помощью системы рейтингов и вознаграждений).

ПОЧЕМУ ГЕЙМИФИКАЦИЯ НЕ ВСЕГДА РАБОТАЕТ?

Можно ли применять этот подход из раза в раз и рассчитывать на такой же хороший результат? Нет. Любое обновление в продукте в этом случае выливается в достаточно дорогостоящее и ресурсозатратное обновление учебного контента.

Подобная игра не подойдет организации, которой необходим регулярно обновляющийся материал.

Значит, необходима такая интерактивная форма, которая удовлетворяла бы следующим условиям:

- а) была бы интересна для сотрудников;
- б) не была бы разовой историей и работала в долгосрочной перспективе.

КАК МЫ ПОМОГЛИ СОТРУДНИКАМ NOKIA ПОГРУЗИТЬСЯ В ПРОДУКТ?

Мы создали профессиональное сообщество розничных экспертов вокруг бренда Nokia — это обучающая социальная сеть. Участники изучали новые технологии и устройства, делали обзоры, делились своими результатами с коллегами.

Сравните мотивацию в двух случаях.

Мотивация № 1. Вы работаете с легендарным брендом, и у вас есть возможность поработать с новым продуктом раньше, чем кто-либо другой. Ваша задача — познакомиться с ним максимально глубоко и продемонстрировать свои новые знания.

Мотивация № 2. Вы работаете в этой компании и обязаны пройти обучение для ознакомления с новым продуктом. По итогам обучения вы можете получить бонусы.

Какая мотивация, внешняя или внутренняя, сработает эффективнее?

Сравнению подверглись две группы сотрудников продаж. Одна группа обучалась формально, по учебным материалам, с перспективой получения бонусов за продажи — грубо говоря, людям сказали просто выполнять свою работу. Другая группа обучалась по вовлекающей системе с помощью внутренней социальной сети. Объем продаж второй группы превысил объем продаж первой группы на 35%.

Такая система обучения в Nokia просуществовала 7,5 лет до тех пор, пока бренд не был продан Foxconn. Это решение для корпоративного обучения стало одной из лучших практик компании на глобальном уровне.

СЕКРЕТЫ МОТИВАЦИИ

Когда вы приходите в сообщество социальной сети, например, Instagram, она рассказывает вам о своих ценностях. Тот же Instagram призывает вас делать креативные снимки. Если эти ценности находят в вашей душе отклик, вы принимаете правила этого сообщества, начинаете делать всё более красивые и творческие фотографии и, возможно, даже приобретаете новый телефон с хорошей камерой. Вы начинаете искать возможности соответствовать стандартам того сообщества, частью которого хотите быть. Ваш мозг подсознательно ищет возможности, потому что хочет вознаграждения в виде дофамина.

Поэтому вы делаете креативные фотографии, дополняете профиль в LinkedIn на английском языке, выбираете актуальные темы для постов в Facebook.

АКАДЕМИЧЕСКАЯ МОТИВАЦИЯ

Эффективность
15%

ВНУТРЕННЯЯ МОТИВАЦИЯ

(на основе крепких
убеждений)

Эффективность
85%

Путь обучения (learning path, learning journey) — последовательность действий, которые должен совершить пользователь для достижения индивидуальных учебных целей.

ТЕРМИНЫ

Механики корпоративных социальных сетей помогут сделать так, чтобы выполненные действия, имеющие ценность для сотрудника и компании, вознаграждались и оказывали влияние на его работу и карьеру.

Сотрудник в организации нацелен на достижение каких-либо результатов. Благотворной средой для поддержания и развития мотивации этого сотрудника должно стать единое профессиональное сообщество. Именно оно говорит сотруднику: «Мы первоклассные профессионалы, и если ты разделяешь наши ценности, если соответствуешь, ты тоже классный профессионал».

Мостиком между желанием сотрудника стать профессионалом и реальными результатами его работы становятся измеряемые показатели и средства их достижения. К таким средствам относятся и обучение в компании: инструкции, лучшие практики, книги и любые другие помощники в достижении желаемого результата. Корпоративная обучающая среда может состоять из множества элементов (курсы, библиотеки, инструменты социального обучения, платформы микрообучения и т. д.), но в конечном итоге цель не в создании переполненной контентом и инструментами системы обучения, а в том, чтобы сотрудник сам захотел использовать предоставляемые компанией возможности профессионального роста.

Обучение — средство стать профессионалом, профессионализм — средство достижения результата, всё вместе — ценности сообщества, с которым сотрудник себя идентифицирует.

Еще примеры

Кейс компании adidas. Результаты обучения можно представить и в виде командного зачета, когда сотрудник знает, что его результат повлияет на общий результат всей команды. Например, показатели подготовки и продаж региональных представителей могут повлиять на показатели федерального представителя.

Кейс компании AGC. На обучающей платформе компании представлены варианты развития сотрудника, как вертикального, так и горизонтального, а также план развития по каждому пути с помощью курсов, тренингов и других учебных материалов.

ТРИ ПРИНЦИПА СОЗДАНИЯ ВОВЛЕКАЮЩЕЙ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ

- Начинать с системы ценностей. Превратите внешнюю академическую мотивацию во внутреннюю: убедите сотрудника в том, что обучение сделает его жизнь лучше, а карьерный рост — быстрее.
- Делать результаты видимыми. Сотрудник должен понимать, как его личные результаты влияют на компанию и на его коллег.
- Сделать обучение средством достижения цели. У сотрудников должна быть возможность выбирать свой путь и контролировать свою карьеру.



Данила Жаров
Эксперт

Основатель motivity.digital

ПОСМОТРЕТЬ МАТЕРИАЛЫ



Презентация



Выступление

РАЗНАЯ LMS ДЛЯ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ?



Возрастной состав сотрудников большинства компаний неоднороден: в более-менее крупной организации можно встретить и пятидесятилетних экономистов, и двадцатилетних IT-стажеров. А в отделе обслуживания клиентов можно обнаружить максимальный разброс в возрасте.

Замечательно, когда представители разных поколений работают рука об руку, но не могут ли возникнуть некоторые затруднения в деле корпоративного обучения? Вполне возможно, более молодые сотрудники ожидают от обучающей платформы большей гибкости, мобильности и геймификации, а более старшее поколение предпочитает традиционные интерфейсы и учебные материалы.

БЫСТРЫЕ ПОРТРЕТЫ ПОКОЛЕНИЙ И ИХ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С ОБУЧЕНИЕМ

- Поколение «бэби-бумеров» (рожденные с 1945 по 1964 гг.). Поскольку это поколение застало широкое распространение технологий уже совсем в зрелом возрасте, на их стиль обучения технологии не оказали почти никакого влияния: им приписывается высокая способность к концентрации, усидчивость и дотошность.
- Поколение X (рожденные с 1964 по 1984 гг.). Теория поколений связывает эту группу с индивидуализмом и привычкой полагаться только на себя, стараясь не прибегать к помощи коллектива. Им необходима возможность самостоятельного изучения материала в своем собственном темпе. Они, скорее всего, предпочтут сами составить план своего обучения, поставить себе сроки и цели и добиться их.
- Поколение Y (рожденные с 1985 по 2003 гг.). Юность и молодость этого поколения пришлись на эпоху широкого распространения информационных технологий. Технологии — важная часть их повседневной жизни, ассоциируются среди них со свободой и противопоставляются с традиционными методами обучения и работы. Им нужно, чтобы обучение минимально походило на школьный класс. Геймификация, edutainment, чаты и обсуждения — это для них.
- Поколение Z (рожденные с 2003 г. по настоящее время). Это поколение цифровых аборигенов — людей, не знающих мир без информационных технологий. Естественно, это поколение плохо изучено, но считается¹, что они ценят предсказуемость результата, мобильность, командную работу и оригинальность контента или его подачи — все новые технологии в обучении идеальны для них.

СПРАВКА

Теория поколений была разработана Уильямом Штраусом и Нилом Хау для описания поколенческих циклов в истории США и получила широкое распространение по всему миру. Эта теория неоднократно подвергалась критике из-за недостатка эмпирических данных и излишних обобщений, но она удобна для практического применения в бизнесе.

Можно выделить 4 основных поколения на сегодня. **ПОКОЛЕНИЕ «БЭБИ-БУМЕРОВ»** (рожденные с 1945 по 1964 гг.). В большинстве своем это либо нынешние пенсионеры, либо люди предпенсионного возраста. **Свойства:** коллективизм, командный дух.

ПОКОЛЕНИЕ X (рожденные с 1964 по 1984 гг.). Это «возрастные сотрудники».

Свойства: прагматизм, индивидуализм, стремление получить практически применимые навыки, ценят стабильность.

ПОКОЛЕНИЕ Y, или миллениалы (рожденные с 1985 по 2003 гг.). Основная рабочая сила на сегодня. **Свойства:** высокий уровень ответственности, высокие адаптационные свойства, любовь к переменам, социальная активность.

ПОКОЛЕНИЕ Z (рожденные с 2003 г. по настоящее время). Это поколение начинает выходить на рынок труда. Первое поколение, которое не знает мира без массовых технологий.

Свойства: расчетливы и практичны, ценят безопасность, социальное равенство, нуждаются в признании.

ПРАВДА ЛИ, ЧТО СТАРШЕМУ ПОКОЛЕНИЮ СЛОЖНЕЕ ОСВОИТЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ?

Это миф. Известно, что старшие работники часто проявляют больше энтузиазма в изучении новых технологий, чем их более молодые коллеги². Мобильных устройств, вопреки расхожему мнению, старшее поколение тоже не боится, а обращается с ними даже успешнее, чем с привычными, казалось бы, ПК. Главной причиной, которая может притормаживать их прогресс, становится их же собственное стереотипное восприятие своей способности к освоению новых технологий («ой, нет, это для молодежи»).

Более того, некоторые поколенческие различия могут даже сыграть на руку: студенты старшего возраста могут больше преуспеть в освоении учебного материала даже без наличия внутренней мотивации³ (грубо говоря, у них есть некоторые навыки работы «из-под палки»).

То, что будет неудобно представителю поколения Z, будет неудобно и его старшему коллеге. Вот только старшего коллегу неудобство с меньшей вероятностью отпугнет от контента. Возможно, это станет для вас причиной, по которой при выборе и тестировании новых решений стоит ориентироваться на молодых сотрудников.

СПРАВКА

¹ Электронная публикация "Generation Z Learning and Development". bit.ly/2UwEnYj

² Rod P. Githens. "Older adults and e-learning: Opportunities and Barriers". bit.ly/2lvzoFK

³ Коллектив авторов "Enhancing e-learning in old age". bit.ly/2VljtQr

НУЖНЫ ЛИ СОТРУДНИКАМ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ РАЗНЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАТФОРМЫ?

Здесь решение за компанией. Главное, чтобы найденная технологическая платформа отвечала главным современным требованиям к обучающему решению:

- Адаптивность (платформа подстраивается под конкретного пользователя)
- Мультиплатформенность (платформа доступна с любого устройства)
- Продвинутая аналитика (платформа позволяет отслеживать эффективность контента и процесса обучения)

Если есть одно хорошее решение, которое отвечает всем трем ключевым требованиям, — замечательно. Если для этого необходимо использовать несколько сервисов, решение опять же за компанией, но поколенческие различия здесь учитывать вряд ли стоит.

ВЫВОДЫ

Если технологическую платформу в вашей компании используют разновозрастные сотрудники, необходимо учесть несколько параметров:

- **Мотивация.** Несмотря на то, что более старшее поколение может успешно закончить обучение и с использованием внешней мотивации, внутренняя мотивация приводит к более эффективным результатам вне зависимости

от поколения. Однако это вопрос не выбора технологической платформы, а коммуникации и позиционирования.

- **Гибкость и адаптивность.** Платформа должна предоставлять возможность персонализации контента и расписания. Материал необходимо предоставлять в максимальном количестве форматов (аудио, видео, текст, графика, ссылки на дополнительные материалы).
- **Вызовы и награды.** Кому-то нужны звездочки, а кому-то — трудные задачки. Есть мнение, что старшему поколению больше нравится справляться с вызовами, чем получать награды, а младшему по душе заслуженная похвала.
- **Поддержка.** Поддержка необходима как техническая, в случае возникновения трудностей, так и содержательная, например, помощь коллектива или наставника.



КАК ЗАПУСТИТЬ ОНЛАЙН-КУРС ЗА 24 ЧАСА

ОПЫТ ISPRING: ДАЕМ ОТТОЧЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Бизнес всегда находится в агрессивной среде, в которой выживают те, кто может адекватно отвечать на внешние вызовы. В этом смысле возможность сделать онлайн-курс за 24 часа — это залог выживания. Насколько внутри компаний быстро распространяются знания и информация, настолько быстро бизнес может адаптироваться к новым условиям.

iSpring — международный провайдер и платформа системы дистанционного обучения. Дает инструментарий, который позволяет очень быстро, силами небольшого отдела T&D упаковать важную информацию и нести ее сотрудникам, партнерам и клиентам.

ЧТО НУЖНО ДЛЯ БЫСТРОГО ЗАПУСКА КАЧЕСТВЕННОГО КУРСА?

- Проверенные шаблоны, чтобы сконцентрироваться на контенте, а не на его подаче.
- Интерактивные элементы: тесты, диалоговые тренажеры.
- Инструменты интеграции в курс любого контента — от записей действий с экрана до внутренних документов компании.
- Совместимость с любыми устройствами.

« В БИЗНЕСЕ ДАЮТ РЕЗУЛЬТАТ
ПРОСТЫЕ И ЧЕТКИЕ ВЕЩИ,
КАК ТОПОР У ДРОВОСЕКА.
ДАВАЙТЕ ПРЕДЛАГАТЬ
ПРОСТЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
ДЛЯ РАБОТЫ С ЛЮБЫМ
СОВРЕМЕННЫМ КОНТЕНТОМ »



Михаил Кречин
Эксперт

Руководитель направления
компании iSpring

ПОСМОТРЕТЬ МАТЕРИАЛЫ

 Презентация

 Выступление

T&D (Training & Development)
— это деятельность компании, связанная с обучением и развитием персонала, может быть самостоятельным направлением работы HR-службы.

ТЕРМИНЫ

ОПЫТ TEACHBASE: МЫСЛИМ ПРОЕКТАМИ

Мы, LMS, работаем с более чем 500 компаниями. Чем дальше, тем чаще клиенту нужно решать глобальную задачу запуска целой системы, и всё чаще LMS не может решить те локальные задачи, которые перед нами ставит клиент. Поэтому мы поменяли свой подход в сторону конструктора образовательных проектов. Реализация образовательного проекта характеризуется тремя ключевыми факторами:

- одна задача;
- конечные сроки;
- измеримые результаты.

ПРЕИМУЩЕСТВА ПОДХОДА

Интеграция в любую корпоративную среду. Даже когда компании работают постоянно с одной платформой, им необходимо запускать новые проекты, под которые эта платформа, оказывается, не подходит. Образовательный проект можно вписать в интерактивный интерфейс, с которым люди уже работают, не заставляя сотрудников привыкать к еще одному внутреннему сервису. Например, если система обучения встраивается в личный кабинет, в нем всего лишь появляется новая строчка.

Решение локальных задач без изменений всей корпоративной системы. Например, мы часто используем карты для организации входного обучения. Можно отправить нового сотрудника на карту Маленького Принца, где планеты — это этапы прохождения курса. Вместе с картой мы продвигаем корпоративные ценности, при этом с самим бизнесом этот Маленький Принц может никак не ассоциироваться. А данные о прохождении обучения подгружаются в другие рабочие системы компании, где их видят руководители и HR.

Гибкость в работе с привычными инструментами создания контента. Мы, в зависимости от задачи, подключаем внешние системы, которыми люди привыкли пользоваться. Для аналитики это Power BI, «Яндекс.Метрика», Google Аналитика. Для создания и презентации контента — Tilda, YouTube, сервисы Google и так далее.

Измеримые результаты. Когда мы говорим об эффективности запуска новой LMS, нужно учесть столько факторов, что о точном измерении не может быть и речи. Когда дело касается одного образовательного проекта, мы можем оценить, насколько удалось выполнить его задачу, потому что она у нас была одна. Наша функция — собрать данные из всех используемых в рамках проекта сервисов для аналитики.



**ПЛАТФОРМЫ-ГИГАНТЫ НЕ ВСЕГДА
СПОСОБНЫ РЕШИТЬ УЗКИЕ ЗАДАЧИ.
ПОЭТОМУ ДАВАЙТЕ РАБОТАТЬ
С ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ПРОЕКТАМИ**



Владимир Щербаков
Эксперт

Сооснователь и директор
по развитию Teachbase

ПОСМОТРЕТЬ МАТЕРИАЛЫ



Презентация



Выступление

МИРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПЛАТФОРМЫ — 2019

СПРАВКА

Технологические платформы e-learning, созданные для корпоративных нужд, имеют свои отличительные особенности. Для таких решений, помимо кросс-платформенности и поддержки различных видов контента, важны такие критерии, как простота внедрения, надежность использования и администрирования, соответствие стандартам безопасности, поддержка разных потоков пользователей.

В этом обзоре собраны самые популярные мировые облачные платформы, заслужившие высокие оценки экспертов и пользователей. Оценки пользователей компания Finances Online собирала с помощью отслеживания упоминаний в социальных сетях и анализируя их окраску с помощью алгоритмов (негативный/позитивный/нейтральный отзыв). Упомянутые здесь системы упорядочены по убыванию рейтинга, присвоенного экспертами Finances Online (а не по показателю удовлетворенности пользователей).

Важно помнить, что не существует универсального решения, которое подошло бы каждой организации: небольшой компании важны одни вещи, а крупной корпорации — уже другие. Поэтому при выборе платформы всегда стоит ознакомиться с характеристиками платформы на сайте, изучить существующие платформы и пообщаться с менеджерами, чтобы уточнить важные для вашей компании детали.

По материалам Finances Online

ILT — Instructor-Led Training, обучение с помощью наставника, процесс которого схож с традиционным обучением в классе.

MOOC — Massive Open Online Course, массовые открытые онлайн-курсы, формат обучения, отличительной особенностью которого является большое количество студентов, необходимое для запуска, а также открытый доступ к контенту через интернет.

CRM-система — Customer Relationship Management, система автоматизированного управления процессами взаимодействия с клиентами.

AICC — Aviation Industry Computer-Based Training Committee, самый первый стандарт электронного обучения. Более современной версией является стандарт SCORM.

SCORM — Sharable Content Object Reference Model, сборник сертификаций и стандартов для систем дистанционного обучения. Позволяет обеспечить совместимость компонентов и возможность их многократного использования: учебный материал представлен отдельными небольшими блоками, которые могут включаться в разные учебные программы и использоваться системой дистанционного обучения независимо от того, кем, где и с помощью каких средств они были созданы.

xAPI, Tin Can API, experience API — стандарт нового поколения, представляющий собой спецификацию программ в сфере дистанционного обучения, которая позволяет обучающим системам общаться между собой путем отслеживания и записи учебных занятий всех видов. Информация об учебной деятельности сохраняется в специальной базе — хранилище учебных записей LRS.

TALENTLMS

Удовлетворенность пользователей: 99%

Поддержка русского языка: нет

Бесплатная версия: есть (до 5 пользователей и 10 курсов)

Виды оплаты: месячная подписка, годовая подписка

Кросс-платформенность: Windows, Linux, Android, iOS, MacOS, Windows Mobile

Краткое описание

Это облачная платформа, поэтому вы платите сразу за всё. Есть нативные мобильные приложения iOS и Android. Возможность брендинга и персонализации платформы, интеграция с доменом компании. Интуитивно понятный интерфейс как для создателей и редакторов учебного контента, так и для пользователей. Редкое решение корпоративной LMS, которая подойдет и самозанятым, и огромной корпорации.

Основные функции

- полнофункциональная отчетность с возможностью создания собственных отчетов
- аналитика
- автоматизированные действия
- поддержка SCORM, xAPI
- управление сертификатами
- полнофункциональный редактор курса
- каталог курсов
- магазин курсов
- брендинг
- настраиваемые поля
- настраиваемая домашняя страница
- права доступа
- субтитры
- экзаменационный движок
- обмен файлами
- система выставления оценок
- индивидуальный план обучения
- поддержка нескольких порталов
- поддержка обучения с наставником (ILT)
- мобильная версия
- уведомления
- управление регистрациями
- система тестирования
- веб-конференции

DOCEBO

Удовлетворенность пользователей: 100%

Поддержка русского языка: есть

Бесплатная версия: есть (пробный период — 14 дней)

Виды оплаты: подписка, по количеству пользователей

Кросс-платформенность: Windows, Linux, Android, iOS, MacOS, Windows Mobile

Краткое описание

Возможность заводить несколько каналов для разных видов пользователей: реселлеров, дилеров, внутренних сотрудников и внешних студентов и так далее. Поддержка нескольких учебных порталов, видов авторизаций, развернутая сеть администрирования, интеграция с CRM.

Основные функции

- полнофункциональная отчетность с возможностью создания собственных отчетов
- управление сертификатами
- поддержка SCORM, xAPI
- каталог курсов
- создание правил регистрации
- учебный план
- конструктор MOOC
- возможность обучения внешних студентов
- блог
- магазин курсов
- возможность подключения нескольких доменов
- геймификация
- уведомления
- права доступа

SAP LITMOS

Удовлетворенность пользователей: 100%

Поддержка русского языка: нет

Бесплатная версия: есть (пробный период)

Виды оплаты: подписка, по количеству пользователей

Кросс-платформенность: Windows, Android, iOS, MacOS

Краткое описание

Сильная сторона этого решения — широкий спектр инструментов для быстрого создания геймифицированного контента, а также сквозная система организации файлов и модулей.

Безопасность и доступность контента обеспечивается стандартами SCORM и xAPI. Еще одно преимущество — глубоко настраиваемая аналитика.

Основные функции

- множество инструментов для создания контента
- интуитивно понятный интерфейс
- брендинг
- викторины/опросы/тесты
- магазин курсов
- поддержка SCORM, xAPI, AICC
- поддержка обучения с наставником
- отчетность в реальном времени
- геймификация
- сообщения и уведомления
- управление сертификатами

ISPRING LEARN

Удовлетворенность пользователей: 98%

Поддержка русского языка: есть

Бесплатная версия: есть (пробный период)

Виды оплаты: месячная подписка, годовая подписка, по количеству пользователей

Кросс-платформенность: Windows, Linux, Android, iOS, MacOS, Windows Mobile

Краткое описание

Коробочное решение для организаций с понятным интерфейсом и возможностью персонализации и брендирования. Удобный календарь для составления расписаний, простая система загрузки курсов, поддержка множества форматов (включая Flash/HTML5, аудио/видео, документы). Полный контроль над учебным процессом, развернутая аналитика. Готовый магазин для продажи курсов и безлимитное хранилище.

Основные функции

- соответствует требованиям SCORM
- управление контентом
- управление пользователями
- управление сертификатами
- календарь событий
- управление заданиями
- отслеживание заданий
- расширенная отчетность
- учебная аналитика
- отслеживание прогресса и завершения
- данные в реальном времени
- уведомления
- контроль доступа и пользовательские роли
- брендирование
- каталог курсов
- геймификация
- офлайн-доступ
- магазин курсов
- чат и веб-конференции

LEARNUPON

Удовлетворенность пользователей: 100%

Поддержка русского языка: есть

Бесплатная версия: есть (пробный период)

Виды оплаты: месячная подписка, годовая подписка, по количеству пользователей

Кросс-платформенность: Windows, Android, iOS, MacOS

Краткое описание

Мощное, практичное, настраиваемое решение, удобное и для создателей контента, и для его администраторов. Поддержка большого количества форматов и способов проверки и оценивания знаний. Расширенная аналитика и система прав доступа пользователей.

Основные функции

- геймификация
- поддержка нескольких учебных порталов
- соответствие стандартам SCORM и xAPI
- вебинары
- группы пользователей
- инструменты отчетности
- автоматизация выдачи сертификатов
- викторины, опросы, тестирование
- инструменты продажи курсов
- новости и объявления
- субтитры
- вопросы с таймером
- рейтинги и доски лидеров
- форумы
- автоматизация задач
- интеграция с CRM

10 ВОПРОСОВ И ОТВЕТОВ О ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМАХ ОБУЧЕНИЯ

Последняя страница — для самых ленивых или самых занятых. Здесь мы собрали десять вопросов, на которые искали ответы в этом выпуске. Однозначных ответов найти невозможно, но мы можем предложить подсказки — как в хорошем квесте.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАЗРАБОТКА ИЛИ КОРОБОЧНОЕ РЕШЕНИЕ?

Когда вы выбираете, разрабатывать систему самостоятельно или брать коробочное решение, помните не только о реализации системы, но и о необходимости ее впоследствии администрировать.

- Решения On-Premise = всё ложится на ваши плечи.
- Решения SaaS = всё ложится на плечи поставщика: вам не нужно иметь сервер для установки ПО, платить специалистам за его настройку и ждать, когда всё заработает.
- Решения IaaS и PaaS = промежуточные варианты: требуют немалых ресурсов для обслуживания, зато данные компании не выходят за ее пределы.

ПОДОРОЖЕ ИЛИ ПОДЕШЕВЛЕ?

Помните о знаменитом треугольнике «быстро/качественно/дешево». Главный принцип треугольника: выбрать можно только две стороны. Все три фактора совместить невозможно, всегда придется идти на компромисс.

При определении бюджета задайте себе три вопроса:

- Сколько компания готова заплатить сразу?
- Какую сумму компания готова выкладывать на регулярной основе?
- Понимает ли компания, что именно входит в стоимость услуг платформы?

Имейте в виду, что затраты могут быть не только прямыми (например, ежемесячный платеж за использование сервиса, который зависит от функ-

ционала и количества пользователей), но и скрытыми (такие как время на обучение персонала работе с платформой, техническая поддержка, обновления).

КОГДА СРАЗУ СКАЗАТЬ ПЛАТФОРМЕ «НЕТ»?

Нужно помнить: что бы вы ни выбрали, всегда найдутся те, кто останутся недовольны найденным решением. Чем больше ваша компания, тем больше будет недовольных. Но есть пара моментов, на которые стоит обратить внимание.

- Не адаптировано под мобильные устройства. Мобильный телефон сегодня всегда под рукой. Если платформа не работает на мобильных (например, написана на Flash или работает только в Internet Explorer), ваше решение не будет пользоваться спросом.
- Приложение не собирает данные. В таком случае вы не сможете анализировать прогресс и результаты, а значит, не будете знать, насколько результативна ваша система.

РЕШАТЬ ОДНУ ЗАДАЧУ ИЛИ МНОГО РАЗНЫХ?

Делать ставку нужно на пользу. Самый главный вопрос при выборе технологической платформы обучения: для решения какой бизнес-задачи вы хотите ее применять?

Задачи могут быть совершенно разные: закрыть пробелы высшего образования, снизить риски бизнеса, сократить операционные издержки, массово информировать и вовлекать сотрудников. Каждая из них диктует свои требования к функциональности платформ.

Если задач у вас много, выбирайте 2–3 приоритет-

ные. Нет ничего страшного в том, чтобы использовать несколько платформ под разные задачи.

ОДНА БОЛЬШАЯ ПЛАТФОРМА ИЛИ МНОГО МАЛЕНЬКИХ ИНСТРУМЕНТОВ?

Универсальность платформы (многофункциональность и всеохватность) имеет свои слабые стороны. Пользователям бывает очень легко запутаться в функциях, а разработчикам приходится в погоне за желаниями клиента постоянно менять архитектуру продукта.

Чтобы избежать ловушки универсальности, нужно создавать не платформу, а пространство для работы с разными инструментами для взаимодействия разных платформ.

КАЧЕСТВО ИЛИ СКОРОСТЬ?

При выборе платформы принимать во внимание стоит не только ее функциональные особенности, но и возможность следовать концепции time-to-market.

Если обновление контента происходит часто и регулярно, приходится жертвовать многоэтапным процессом согласования и отрисовки уникальных дизайнерских решений во имя скорости публикации. Иначе информация устареет до выхода учебного материала.

НУЖНО ЗАПУСТИТЬ КУРС ПОБЫСТРЕЕ. НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ?

В бизнесе дают результат простые и четкие вещи, как топор у дровосека. Самое важное для вас — простые инструменты для работы с любым современным контентом, быстрой его упаковки и безопасной доставки.

- Проверенные шаблоны, чтобы сконцентрироваться на контенте, а не на его подаче.
- Интерактивные элементы: тесты, диалоговые тренажеры.
- Инструменты интеграции в курс любого контента — от записей действий с экрана до внутренних документов компании.
- Совместимость с любыми устройствами.

КОГДА ОПРАВДАНО ПРИМЕНЕНИЕ VR-РЕШЕНИЙ?

VR-решения созданы для отработки практических навыков.

Применение VR оправдано там, где тренируемый навык очень сложно развивается. Как развивается навык обратной связи в традиционном очном тренинге? Слушатели разбиваются по парам, тренер присваивает роли руководителя и сотрудника, дальше следует отработка в каждой паре. О чем говорит каждая пара, какие ошибки они совершили, насколько им удалось воспроизвести алгоритм, тренер понятия не имеет. Технологические форматы позволяют отработать и проанализировать отработку таких сложно воспроизводимых и анализируемых мягких навыков.

Однако следует учесть, что VR-решения дороги в разработке, поэтому для их успешной реализации необходима специальная модульная платформа, позволяющая быстро собирать необходимые механики.

ЕСЛИ СОТРУДНИКАМ «ЗА... ЛЕТ», БУДЕТ ЛИ ИМ СЛОЖНО?

Это миф. Известно, что старшие работники часто имеют больше энтузиазма к изучению новых технологий, чем их более молодые коллеги. Мобильных устройств, вопреки расхожему мнению, старшее поколение тоже не боится, а обращается с ними даже успешнее, чем с ПК. Главной причиной, которая может притормаживать их прогресс, становятся их же собственное стереотипное восприятие своей способности к освоению новых технологий («ой, нет, это для молодежи»).

Более того, некоторые поколенческие различия могут даже сыграть на руку: слушатели старшего возраста могут больше преуспеть в освоении учебного материала даже без наличия внутренней мотивации (грубо говоря, у них есть некоторые навыки работы «из-под палки»).

КАК ВЫСТРОИТЬ МОТИВАЦИЮ СОТРУДНИКОВ?

Корпоративное обучение не должно преследовать цели «изучить, потому что так надо компании». Целью обучения должно стать не обучение само по себе, а достижение цели — стать частью профессионального сообщества, «изучить, потому что так надо и мне, и компании». Обучение становится средством увеличения своего собственного профессионального капитала и интеграции в профессиональную среду.

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ЧТЕНИЕ

ОТЧЕТЫ И ИССЛЕДОВАНИЯ

Association for Talent Development
Исследование "Is the LMS Dead?"
от Association for Talent Development.
🌐 bit.ly/2PqLfwf

Docebo
Отчеты и исследования о рынке L&D от крупнейшего поставщика технологического решения для обучения Docebo.
🌐 bit.ly/2UzmV5q

ГИДЫ И СЕРВИСЫ

LMS Guidebook от ATD
Гид по LMS от Association for Talent Development. В книге описывается принцип работы LMS и рассматриваются лайфхаки по ее успешному внедрению.
🌐 bit.ly/2XvEWn7

Elearninglearning
Гид по подбору LMS для бизнеса.
🌐 bit.ly/2lOQFJA

Find an LMS
Сервис по подбору LMS для корпоративных целей с пошаговой системой выявления потребностей организации. Создан аналитиком Крейгом Вейсом (Craig Weiss).
🌐 bit.ly/2ZqVqyH

ОБЗОРЫ

Finances Online
20 лучших LMS по версии Finances Online.
🌐 bit.ly/2PIU57T

LMSList
Русскоязычные обзоры систем дистанционного обучения, редакторов курсов и других сервисов для организации обучения в компании.
🌐 bit.ly/2UwSaxY

E-learning Industry
Обзоры LMS от elearningindustry, самого популярного ресурса по e-learning в интернете.
🌐 bit.ly/2Zpi7mO

БЛОГИ

TalentLMS
Блог крупнейшего поставщика технологических решений для обучения TalentLMS.
🌐 bit.ly/2DvaGRY

E-learning Info
Блог Крейга Вейсса, влиятельного аналитика в сфере e-learning и LMS в частности.
🌐 bit.ly/2PqsnqC

ПОРТАЛЫ

Talented Learning
Портал независимой частной организации, занимающейся L&D для бизнеса. Полезен блог. Есть платные вебинары и большое количество платной аналитики.
🌐 bit.ly/2GzqtAQ

Association for Talent Development
Международное сообщество профессионалов в сфере развития персонала: множество подкастов, статей, книг, исследований и курсов.
🌐 bit.ly/2VhE7AT

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИИ

Редакторы

Люся Ширшова, Екатерина Толкачева

Корректор

Татьяна Соловьева

Дизайнер-верстальщик

Мария Попова

Арт-директор

Михаил Челяденков

Менеджмент

Мария Челяденкова, Елена Головастова

Фотограф

Максим Шустров

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА

Дмитрий Волков, директор по развитию образовательных технологий, Корпоративный университет Сбербанка

КОМАНДА EDUTECH

Юлия Шустрова, главный специалист, Корпоративный университет Сбербанка

Вячеслав Юрченков, руководитель направления, Корпоративный университет Сбербанка

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Комментарии, вопросы, предложения о сотрудничестве
cu-conference@sberbank.ru

Корпоративный университет Сбербанка
ул. Университетская, вл. 11
д. Аносино, Истринский р-н
Московская обл., 143581

О EDUTECH

EduTech — журнал об инновационных образовательных технологиях по материалам методического семинара Корпоративного университета Сбербанка. В течение года на регулярных сессиях эксперты в области Learning and Development, HR-специалисты крупнейших компаний, преподаватели вузов и бизнес-школ, поставщики образовательных решений делятся своим взглядом, как сделать обучение эффективным. Миссия журнала — сделать опыт экспертов доступным для всех, кто интересуется современными подходами в образовании. В каждом номере по результатам сессии собраны статьи на основе выступлений экспертов, дополнительные материалы по теме и ответы на самые популярные вопросы. Цифровую версию журнала можно скачать в сообществе EduTech Club.

МЫ В ИНТЕРНЕТЕ

Сайт Корпоративного университета Сбербанка
sberbank-university.ru



Сообщество EduTech Club
edutechclub.sberbank-school.ru



 [sberbankuniversity](https://www.facebook.com/sberbankuniversity)

 [sberbank_university](https://www.instagram.com/sberbank_university)

