

**Занятие: Методика и технологии дистанционного обучения для корпоративного обучения**

**Целевая аудитория:** преподаватели системы повышения квалификации, методисты корпоративного обучения, HR-специалисты, организующие внутреннее обучение сотрудников.

**Форма проведения:** лекционно-практическое занятие (возможно онлайн)

**Цель занятия:**

Ознакомить слушателей с методическими подходами, принципами и современными технологиями дистанционного обучения в корпоративной среде, а также научить проектировать эффективные дистанционные курсы под задачи бизнеса и профессионального развития сотрудников.

**Текст выступления**

**Вступление**

Добрый день, уважаемые коллеги.

Сегодня мы с вами поговорим о методике и технологиях дистанционного обучения в контексте корпоративного обучения. Почему это важно? Потому что формат «дистанта» уже давно вышел за рамки временной меры или тренда — он стал стабильной и неотъемлемой частью современного образовательного ландшафта, особенно в корпоративной среде.

Компании — от малого бизнеса до международных корпораций — всё чаще делают ставку на дистанционные форматы. Причины понятны: мобильность, экономия ресурсов, скорость внедрения изменений. Но здесь возникает вопрос: как организовать

обучение так, чтобы оно было не просто «удалённым», а действительно эффективным, полезным, ориентированным на взрослого обучающегося и реальные задачи бизнеса?

Об этом мы и поговорим — начиная от методологических основ и заканчивая конкретными цифровыми инструментами.

## **1. Особенности корпоративного дистанционного обучения**

Прежде всего, давайте уточним, чем корпоративное обучение отличается от академического.

Во-первых, здесь иная мотивация. Слушатель корпоративного курса — это, как правило, взрослый человек с рабочими обязанностями, дедлайнами, семьёй. У него нет времени «просто учиться ради диплома». Он приходит за конкретным навыком, который поможет ему справляться с задачами быстрее, эффективнее, а иногда — сохранить или получить работу.

Во-вторых, иная цель у организации. Если в академическом образовании на первом месте — личностное развитие, формирование научного мышления, то бизнес заинтересован в изменении поведения сотрудников. То есть знания ради действия. Курсы оцениваются не по количеству лекций, а по тому, что изменилось после обучения: повысилась ли продуктивность, снизились ли ошибки, улучшилась ли коммуникация в команде и так далее.

А это значит, что методика должна быть другой. Мы не просто переносим университетский подход в онлайн, а адаптируем содержание и формы обучения под взрослую, занятую, прагматично настроенную аудиторию.

## **2. Методические подходы: от андрогогики до результат-ориентированного дизайна**

И здесь нам на помощь приходит теория андрогогики — обучения взрослых.

Давайте вспомним ключевые принципы:

- Взрослый человек учится, когда он осознаёт необходимость.
- Он хочет участвовать в планировании обучения.
- Учёба должна быть практикоориентированной, применимой здесь и сейчас.
- Обучающийся обладает собственным опытом, который нужно уважать и учитывать.
- А ещё — взрослый склонен самостоятельно контролировать своё обучение.

Все эти принципы становятся фундаментом для построения методики корпоративного дистанционного обучения. Мы строим обучение не вокруг контента, а вокруг задачи: «Что должен уметь делать человек в результате?»

Таким образом, мы говорим о result-based подходе. Сначала определяется результат — измеримый, связанный с рабочими KPI. Потом проектируется маршрут: какие знания, умения и в каком объёме нужны, чтобы к этому результату прийти.

И только после этого подбираются технологии и платформы.

### **3. Технологии и цифровые платформы**

Вопрос, который задают почти на каждом семинаре: какие платформы использовать для корпоративного дистанционного обучения?

Всё зависит от масштаба, бюджета, целей.

**Классические LMS** — системы управления обучением — позволяют загружать курсы, отслеживать прогресс, выдавать сертификаты. Примеры:

- **Moodle** — популярна в образовательной среде, гибкая и бесплатная.

- **iSpring Learn** — удобна для бизнеса, особенно в сочетании с PowerPoint-контентом.
- **Teachbase, WebTutor, GetCourse** — российские решения с хорошей локализацией.

Для более персонализированного подхода используются **LXP** — Learning Experience Platforms: EdCast, Degreed, 360Learning. Они строят образовательные траектории на основе предпочтений и поведения сотрудника, добавляют аналитику, мотивационные элементы.

Также широко используются:

- Мессенджеры (Telegram, MS Teams) — для напоминаний, поддержки, общения.
- Онлайн-доски (Miro, Jamboard) — для совместной работы.
- Инструменты геймификации (Classcraft, Kahoot, Quizizz) — для мотивации.

В идеале — обучение «встраивается» в рабочие процессы: человек получает доступ к обучающим модулям прямо из интерфейса, с которым он работает каждый день.

#### **4. Форматы контента и взаимодействия**

Каким может быть дистанционный корпоративный курс?

Во-первых, **структура**. Чаще всего используется модульный подход: курс разбивается на блоки по 5–15 минут. Это удобно для busy-профессионалов, позволяет учиться в паузах между задачами.

Во-вторых, **форматы**:

- Видеоуроки (короткие, с субтитрами и визуализацией).
- Интерактивные слайды (iSpring, Articulate).
- Онлайн-тесты и кейсы.
- Симуляции и тренажёры (например, симуляция переговоров или CRM).

- Вебинары с обсуждением практик.
- Микрообучение — когда обучающийся получает 1–2 задания в день на 5 минут.

Важно понимать, что одного контента мало. Важно **взаимодействие** — человек не должен чувствовать себя одиноким.

Поэтому необходимо:

- Создавать чаты с поддержкой, возможностью задать вопрос.
- Привлекать кураторов, менторов.
- Давать живую обратную связь, даже если курс полностью автоматизирован.

## **5. Проектирование курса: этапы и инструменты**

Процесс проектирования дистанционного корпоративного курса можно условно разделить на несколько этапов:

1. **Диагностика запроса:** какие бизнес- или HR-задачи стоят перед организацией?  
Что мешает сотрудникам работать эффективнее?
2. **Формулировка целей обучения:** они должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми.
3. **Портрет обучающегося:** какой опыт, какой уровень цифровой грамотности, какие ограничения по времени?
4. **Выбор содержания:** что включать, а что — нет? Чем меньше, тем лучше.
5. **Определение форматов и инструментов.**
6. **Разработка контента:** текст, видео, задания.
7. **Пилотирование:** тест на фокус-группе.
8. **Оценка эффективности:** можно использовать, например, модель Киркпатрика:
  - Реакция: понравилось ли?

- Обучение: что усвоили?
- Поведение: изменилось ли поведение на работе?
- Результаты: есть ли эффект для бизнеса?

## **6. Заключение**

Коллеги, мы видим, что дистанционное обучение в корпоративной среде — это не просто способ сэкономить. Это мощный инструмент развития, повышения эффективности, адаптации под изменения.

Но, чтобы этот инструмент работал, его нужно правильно «настроить»: с учётом психологии взрослого обучающегося, специфики работы, бизнес-задач, мотивации и, конечно, технологических возможностей.

Мы, как преподаватели, методисты, организаторы обучения, должны быть не просто проводниками контента, а архитекторами образовательной среды. Именно от нас зависит, будет ли курс скучным обязательством или драйвером профессионального роста.

Благодарю вас за внимание и с удовольствием отвечу на ваши вопросы.