

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. А. И. ГЕРЦЕНА»

**ИНСТИТУТ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**
Кафедра информационных технологий и электронного обучения

Основная профессиональная образовательная программа

Направление подготовки 44.04.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) «Корпоративное электронное обучение»
форма обучения – очная

Производственная практика. Педагогическая 2 семестр

Инвариантная Самостоятельная Работа 1.3

Обучающегося 1 курса
Бурякова Ивана Олеговича
Группа: 1ом_КЭО/24

Санкт-Петербург
2025

Схема использования технологий электронного обучения в корпоративном обучении

1. Анализ потребностей

Этот этап направлен на понимание целей обучения и особенностей целевой аудитории. Без глубокого анализа невозможно создать эффективную программу.

- **Определение целей обучения:**
Четкое формулирование, чего компания хочет достичь. Например, повысить производительность сотрудников, улучшить продажи, внедрить новые процессы или обеспечить соблюдение нормативных требований. Цели должны быть измеримыми (например, "увеличить продажи на 15% за 3 месяца").
 - **Идентификация целевой аудитории:**
Кто будет проходить обучение? Это могут быть новые сотрудники, менеджеры, технические специалисты или команда продаж. Учитываются такие параметры, как возраст, уровень опыта, географическое расположение, доступ к технологиям и предпочтения в обучении.
 - **Оценка текущего уровня знаний и навыков:**
Проведение предварительных тестов, опросов или интервью для определения, что сотрудники уже знают и умеют. Например, используются онлайн-опросники или практические задания, чтобы выявить сильные и слабые стороны.
 - **Определение пробелов в знаниях и навыках:**
Сравнение текущего уровня с желаемым. Например, если цель — улучшить продажи, а сотрудники плохо знают продукт, пробелом будет недостаток информации о его характеристиках и преимуществах.
-

2. Разработка контента

На этом этапе создаются учебные материалы, которые будут использоваться в процессе обучения. Контент должен быть интересным, доступным и соответствовать целям.

- **Определение формата контента:**
Выбор подходящих форматов в зависимости от аудитории и целей. Это могут быть короткие видеоуроки (5-15 минут), текстовые инструкции, инфографика, интерактивные модули, подкасты или анимации.
- **Создание учебных материалов:**
Разработка контента с привлечением экспертов (дизайнеров, сценаристов, предметных специалистов). Например, создание видеоролика с демонстрацией продукта или подробного руководства в PDF.
- **Интеграция интерактивных элементов:**
Добавление тестов с выбором ответа, симуляций реальных ситуаций, кейс-стади, ролевых игр или виртуальных тренажеров. Например, симуляция диалога с клиентом для отработки навыков продаж.

- **Обеспечение доступности и адаптивности:**
Контент должен быть доступен на разных устройствах (ПК, планшеты, смартфоны), поддерживать оффлайн-доступ и учитывать потребности людей с ограниченными возможностями (например, субтитры к видео).
-

3. Выбор платформы

Платформа — это техническая основа обучения, поэтому ее выбор критически важен.

- **Определение требований к платформе:**
Составление списка необходимых функций: поддержка видео, тестирование, аналитика, интеграция с корпоративными системами (CRM, HR-платформы), удобство интерфейса, масштабируемость для роста числа пользователей.
 - **Оценка доступных LMS:**
Сравнение популярных систем управления обучением (Learning Management Systems), таких как Moodle, TalentLMS, SAP SuccessFactors, Docebo или Coursera for Business. Учитываются стоимость, функционал, отзывы пользователей.
 - **Выбор платформы:**
Определение наиболее подходящего варианта. Например, TalentLMS может быть выбран за простоту использования и мобильную адаптивность, а Moodle — за бесплатность и гибкость настройки.
 - **Настройка платформы:**
Загрузка контента, создание учетных записей для сотрудников, настройка уведомлений (например, напоминаний о дедлайнах), подключение аналитических инструментов.
-

4. Метод доставки

Этот этап определяет, как обучение будет организовано и доставлено до сотрудников.

- **Выбор модели обучения:**
 - *Самостоятельное обучение:* Сотрудники изучают материалы в удобное время.
 - *Обучение с инструктором:* Проводятся живые сессии с тренером.
 - *Смешанное обучение:* Комбинация самостоятельной работы и живых встреч.
- **Планирование расписания:**
Разработка графика с учетом рабочей нагрузки сотрудников. Например, неделя на самостоятельное изучение и 2-3 сессии с тренером.
- **Организация живых сессий:**
Проведение вебинаров, онлайн-конференций или Q&A-сессий через Zoom, Microsoft Teams или встроенные инструменты LMS. Запись сессий для тех, кто не смог присутствовать.

- **Обеспечение доступа:**
Круглосуточный доступ к материалам через LMS, возможность скачивания контента для оффлайн-изучения.
-

5. Стратегии вовлечения

Чтобы обучение было эффективным, сотрудники должны быть мотивированы участвовать.

- **Использование геймификации:**
Введение баллов за выполнение заданий, значков за достижения (например, "Эксперт по продукту"), таблиц лидеров для конкуренции между командами.
 - **Создание сообществ обучающихся:**
Организация форумов, чатов в LMS или групп в мессенджерах (Slack, WhatsApp) для обмена опытом и обсуждения материалов.
 - **Предоставление обратной связи и поддержки:**
Регулярные комментарии от тренеров, автоматическая обратная связь в тестах, возможность задавать вопросы через платформу.
 - **Организация соревнований и конкурсов:**
Например, конкурс на лучшую презентацию продукта с призами (денежные бонусы, подарочные карты).
-

6. Оценка и анализ

Оценка помогает понять, достигнуты ли цели обучения, и скорректировать процесс при необходимости.

- **Разработка инструментов оценки:**
Создание тестов (множественный выбор, открытые вопросы), практических заданий (например, разработка плана продаж), опросов удовлетворенности.
 - **Сбор данных о прогрессе:**
Автоматический сбор результатов тестов, времени прохождения модулей, активности на платформе через аналитику LMS.
 - **Анализ эффективности:**
Сравнение знаний до и после обучения, оценка влияния на бизнес-показатели (например, рост продаж), выявление слабых мест программы.
 - **Корректировка программы:**
Добавление новых материалов, упрощение сложных тем, изменение формата доставки на основе обратной связи.
-

7. Поддержка и ресурсы

После завершения обучения сотрудники нуждаются в поддержке для закрепления знаний.

- **Обеспечение технической поддержки:**
Круглосуточная помощь по телефону, email или через чат для решения проблем с доступом или платформой.
- **Предоставление дополнительных материалов:**
Руководства, краткие справочники, видеоролики, доступные после курса.
- **Создание базы знаний и FAQ:**
Раздел с ответами на частые вопросы, инструкциями и примерами, доступный через LMS.
- **Организация менторства и коучинга:**
Назначение опытных сотрудников для помощи новичкам, проведение регулярных встреч для обсуждения прогресса.

Конкретный пример: Тренинг команды продаж по новому продукту

Теперь рассмотрим, как эта схема применяется на практике для обучения команды продаж новому продукту.

1. Анализ потребностей

- **Цели обучения:**
Обучить 50 сотрудников отдела продаж из разных регионов особенностям нового продукта, чтобы они могли уверенно презентовать его клиентам и увеличить продажи на 20% за 3 месяца.
 - **Целевая аудитория:**
Команда продаж: 50 человек, возраст 25-45 лет, опыт работы в компании от 6 месяцев до 5 лет, большинство работает удаленно.
 - **Текущий уровень знаний:**
Сотрудники знакомы с предыдущими продуктами компании, но не знают технических деталей нового продукта, его преимуществ и стратегий продаж. Проведен онлайн-опрос, показавший, что 80% не понимают, чем новый продукт отличается от конкурентов.
 - **Пробелы в знаниях:**
Недостаток информации о технических характеристиках, уникальных торговых предложениях (УТП), способах преодоления возражений клиентов.
-

2. Разработка контента

- **Формат контента:**
 - Видеоуроки (5-10 минут).
 - Текстовые материалы в PDF.
 - Интерактивные тесты.
 - Сценарии для ролевых игр.
 - Симуляции диалогов с клиентами.
- **Учебные материалы:**
 - Видео: демонстрация продукта, рассказ об УТП (сняты с участием продакт-менеджера).
 - PDF: технические характеристики, сравнение с конкурентами.
 - Тесты: 20 вопросов с выбором ответа.
 - Сценарии: 5 типичных ситуаций с клиентами (например, "Клиент сомневается в цене").
- **Интерактивные элементы:**
 - Тесты с мгновенной обратной связью ("Правильно! Это ключевое преимущество").

- Симуляция: виртуальный клиент задает вопросы, сотрудник выбирает ответы.
 - **Доступность:**
Контент адаптирован для смартфонов, доступен оффлайн через приложение LMS.
-

3. Выбор платформы

- **Требования:**
Поддержка видео, тестов, мобильного доступа, интеграция с CRM, аналитика прогресса.
 - **Оценка LMS:**
 - *TalentLMS*: удобный интерфейс, мобильное приложение, интеграция с CRM, стоимость \$100/мес.
 - *Moodle*: бесплатный, но требует настройки.
 - *Coursera for Business*: дорогой (\$400/год за пользователя), избыточный функционал.
 - **Выбор:**
TalentLMS — оптимальный баланс цены и возможностей.
 - **Настройка:**
Создание 50 учетных записей, загрузка контента, настройка уведомлений о дедлайнах, подключение к CRM для отслеживания продаж.
-

4. Метод доставки

- **Модель обучения:**
Смешанное: самостоятельное изучение + живые сессии.
 - **Расписание:**
 - *Неделя 1*: Самостоятельное изучение видео и PDF (10 часов).
 - *Неделя 2*: Два вебинара по 1 часу (ролевые игры, разбор кейсов).
 - *Неделя 3*: Завершение тестов и симуляций.
 - **Живые сессии:**
Вебинары через Zoom с тренером, запись доступна в LMS.
 - **Доступ:**
Круглосуточно через TalentLMS, материалы скачиваются для оффлайн-доступа.
-

5. Стратегии вовлечения

- **Геймификация:**
 - Баллы за тесты (10 баллов за 100%).

- Значки: "Знаток продукта" (за 90% в тестах).
 - Таблица лидеров по регионам.
 - **Сообщества:**
Форум в LMS для обсуждения сложных вопросов ("Как отвечать на возражения о цене?").
 - **Обратная связь:**
Автоматические комментарии в тестах, ответы тренера на форуме, опрос после курса.
 - **Соревнования:**
Конкурс на лучшую презентацию продукта (приз — подарочная карта на 5000 рублей).
-

6. Оценка и анализ

- **Инструменты оценки:**
 - Опрос до курса (10 вопросов о продукте).
 - Тесты после модулей (20 вопросов).
 - Ролевые игры на вебинарах (оценка тренером).
 - **Сбор данных:**
TalentLMS фиксирует результаты тестов, время прохождения, участие в вебинарах.
 - **Анализ:**
 - До курса: средний балл 4/10.
 - После курса: средний балл 8/10.
 - Рост продаж через 2 месяца: +15% (данные из CRM).
 - **Корректировка:**
Добавлено видео о преодолении возражений клиентов (по итогам опроса).
-

7. Поддержка и ресурсы

- **Техническая поддержка:**
Чат и email, ответ в течение 1 часа.
 - **Дополнительные материалы:**
PDF-справочник по УТП, 3 коротких видео (по 2 минуты).
 - **База знаний:**
FAQ в LMS: "Что делать, если клиент сравнивает с конкурентами?".
 - **Менторство:**
5 опытных сотрудников проводят еженедельные созвоны с новичками.
-

Итог

Эта схема демонстрирует, как технологии электронного обучения могут быть детально и эффективно внедрены в корпоративное обучение. Пример с тренингом команды продаж показывает пошаговую реализацию каждого этапа, от анализа до поддержки. Схема универсальна и может быть адаптирована для других задач: обучения техническим навыкам, адаптации новичков или повышения квалификации руководителей. Подробное описание этапов и примера позволяет легко применить подход в реальных условиях.