



ПАМЯТКА С РЕКОМЕНДАЦИЯМИ ПО ИТОГАМ  
ОТРАСЛЕВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ЧАСТИ ДИСТАНЦИОННЫХ  
ФОРМАТОВ ОБУЧЕНИЯ, 2022



КОРПОРАТИВНАЯ  
АКАДЕМИЯ  

---

РОСАТОМ



Работайте с целевой аудиторией обучения: выявляйте потребности работников, их “боли”, и при разработке продукта отталкивайтесь от них.

### Что делать:

- Собирать отраслевую потребность в обучении с учетом мнения конечных пользователей (самих работников)

Сбор потребностей – это дополнительный инструмент, который позволит сформировать максимально релевантный план обучения.



- Исследовать ЦА перед разработкой обучающего продукта



### Вопросы, которые нужно уточнить у ЦА перед разработкой обучающего продукта:

- С какими проблемами ЦА сталкивается в работе (в контексте темы обучения)?
- Какие рабочие ситуации можно использовать в учебном продукте (как кейсы, задания)?
- Каких знаний не хватает/что нужно, чтобы не допускать ошибок/быть эффективнее?
- Какие ожидания от обучения?



### Инструменты для выявления потребностей:

- Опросы (например, в отраслевой системе «Мой Голос»)
- Анкетирование
- Интервью с представителями ЦА
- Фокус-группы (вебинар с форматом открытого микрофона)

При коммуникации с ЦА необходимо будет пояснить назначение обучения, и уже на этом этапе можно сформировать **ценностное предложение для работников**. После предварительного исследования ЦА у вас появится набор информации, которую можно будет использовать при продвижении продукта.



**2** Создавайте ценностное предложение для пользователей вашего продукта.

Потребность в смысле, практическая направленность и актуальность информации – одни из принципов обучения взрослых. При размещении продукта в системах или назначении обучения, необходимо **обозначить** работникам его ценность, «продавая» им продукт.

### Что делать:

Если вы разработчик обучения - **писать продающую аннотацию к продуктам**, в которой необходимо:

- Замотивировать к обучению
- Сформировать ожидания



Если вы отраслевой HR и назначаете обучение – **использовать информацию из аннотации в рассылках для работников**, “продавая” им продукт.

### Что включить в аннотацию?

#### Расскажите:



- О чем продукт и на кого он ориентирован
- Почему тема обучения важна/актуальна
- Зачем нужно пройти обучение (проверочный вопрос «чтобы что?») и на что оно повлияет на уровне результатов работы самих работников/функции/предприятия/отрасли
- Что работник узнает и сможет после обучения, что получит и «заберет с собой»
- Какие эффекты/преимущества получит ЦА

\*Среди них могут быть например:

- развитие компетенций / усиление экспертизы для достижения профессиональных/личных целей
- отслеживание трендов и знание актуальной повестки
- развитие мышления / расширение кругозора
- движение вперед: поиск новых смыслов и идей

### Укажите:

- Где будут применяться полученные знания
- Продолжительность обучения
- Уровень сложности продукта
- Является ли продукт самостоятельным или частью обучающей программы
- Экспертов, которые приняли участие в разработке



По этой [ссылке](#) вы можете скачать шаблон аннотации и использовать его в своей работе.



Создавайте продукт с прикладным, концентрированным и доступно изложенным содержанием.

### Что делать:

Соблюдать при разработке продукта 3 ключевых критерия важности:



### Практикоориентированность

- Проводить **исследования** (п.1), в рамках которых собирать проблемные ситуации и потребности ЦА
- С учетом потребностей ЦА **строить обучение от практики, а не от теории** и абстрактных понятий: разрабатывая обучающий продукт, нужно фокусироваться на действиях, которые должен совершать работник, и исходя из них давать теорию. Обучение должно **строиться на работе с инструментами и ситуациями из реальной жизни**
- Подкреплять **теорию примерами из реальной жизни**, наглядно **показывать на практических кейсах** работу теории и **закреплять упражнениями**, в которых работнику требуется проанализировать ситуацию, определить решение и по итогу увидеть причинно-следственные связи (действие-результат). Моделируемые ситуации должны быть узнаваемыми, закономерности – заметными
- Разрабатывать с помощью эксперта кейсы, основанные на реальных событиях

- Приводить **отраслевые примеры и лучшие практики** из различных ситуаций в рамках темы

## **Доступность**

- Излагать **контент доступным и конкретным языком**, без трудных для восприятия фраз
- Объяснять **конкретно и точно все понятия/определения**, сокращения, условные обозначения, термины и бизнес-технологии, расшифровывать аббревиатуры, избегать англицизмов
- Описывать **подходы и алгоритмы четко, понятно, однозначно** и достаточно подробно для самостоятельного использования на рабочем месте; **подходы и алгоритмы должны быть легко применимы**
- **Избегать длинных сложных предложений** и длинных перечислений
- Использовать **средства визуализации**, облегчающие восприятие информации: схемы, графики
- **Избегать информационной перегрузки** слайдов.

## **Актуальность**

- Использовать **материал, корректный с точки зрения современного состояния** науки, отраслевой специфики, точки зрения автора, современных инструментов/подходов
- **Давать ссылки** не на скачивание шаблонов, а на место, **где найти актуальную версию**
- **Закреплять за продуктом куратора-эксперта** с целью проведения мониторинга актуальности информации и своевременной актуализации контента
- **Тестировать продукт на пилотной группе** (все ли понятно, все ли учли)
- **Собирать развернутую обратную связь по итогам обучения** (внедряйте в продукты ссылки на опросы - используйте отраслевой сервис опросов «Мой Голос» или ссылки анкеты обратной связи, размещенные на корпоративном облаке) и при необходимости дорабатывать продукт

В составе электронных обучающих продуктов обязательно должны быть:

1. Памятки, с кратким резюме содержания курса.
2. Пошаговые инструкции, чек-листы и т.п.



Говоря о доступности **видео форматов**, необходимо помнить и про удобство для пользователя. Добавляйте к видео:



### Тайм-коды

Указывайте в описании видео **тайм-коды** - отрезки времени, разбитые на логические блоки по теме. Тайм-коды нужны для **видео-роликов, записей вебинара, лекции и т.п.**, чтобы пользователи смогли взять то, что им нужно



### Субтитры

Добавляйте в видео **субтитры**. Если видео отрисованное (анимация) или состоит из фото-материалов – обязательно используйте в таких видео **типографику** - текст с ключевыми тезисами, поясняющими суть видео.



Создавайте динамичные вовлекающие образовательные продукты в современной упаковке.

**Динамика здесь** – это смена форматов подачи контента, отсутствие монотонности и сочетание различного уровня активности и концентрации внимания.

Современная упаковка – это сочетание приятного визуала и удобства пользователя. Это грамотный UI|UX дизайн\*, подробнее об этом [здесь](#)



*\*UI-дизайн (User Interface – «пользовательский интерфейс») отвечает за то, как интерфейс выглядит.*

*UX-дизайн (User Experience – «пользовательский опыт») отвечает за то, как интерфейс работает.*

## Что делать:



Соблюдать следующие рекомендации при разработке каждого из форматов электронных обучающих продуктов, которые позволят создать динамику:

### Электронный курс

- Использовать различные форматы в курсе (текст, графика, видео, интерактивные задания), соблюдая баланс частоты смены форматов
- Последовательно чередовать элементы с различным уровнем активности и концентрации внимания (текст, интерактивные элементы, видео, графика (иллюстрации, схемы, таблицы), различные упражнения (выбор ответа, распределение по соответствию, заполнение форм, задания на рефлекссию и т.д.)
- Комбинировать форматы подачи контента на слайде (текст + графика, текст + интерактивные кнопки)
- Использовать современные решения в области дизайна и проектировать интуитивно понятный интерфейс продукта

Примеры:

Электронный курс в форме лонгрида "Lean Smart анализ"

Слайдовый электронный курс "Обучающий курс для бадди"

Курс со скринкастами и симуляциями "Работа с организационно распорядительными документами в ЕОСДО"

### Видео

- Выполнять **качественную озвучку** диктором с выразительной речью и интонационными акцентами
- Соблюдать живой **темп речи** (отсутствие монотонности), умеренно добавлять жесты
- Добавлять **разнообразие** в кадре: смена ракурсов съемки, графическое сопровождение
- **Обращаться с открытыми вопросами** к слушателю (для рефлексии)
- Добавлять приглушенную **фоновую музыку**, не перебивающую речь диктора, подходящую по тону к содержанию видео
- Использовать современные решения в области дизайна

Пример динамичного видео вы можете посмотреть [здесь](#).  
По [этой ссылке](#) вы можете посмотреть использование типографики в видеоролике.

А если вы сами будете спикером, рекомендуем перед съемкой видео пройти курс "[Искусство говорить \(Видеокурс\)](#)"

## Аудио

- Выполнять **качественную озвучку** диктором с выразительной речью и интонационными акцентами
- Соблюдать живой **темп речи** (отсутствие монотонности)
- **Обращаться с открытыми вопросами** к слушателю (для рефлексии)
- Добавлять приглушенную **фоновую музыку**, не перебивающую речь диктора, подходящую по тону к содержанию подкаста

Пример подкаста можно послушать [здесь](#).



**5** Добавляйте проверочные задания и тестирования в каждый обучающий продукт.

85% респондентов отметили, что проверочные задания помогают им усвоить материал.

### Что делать:

- Предусматривать практические задания (далее - ПЗ) после каждого тематического раздела/блока
- Разрабатывать ПЗ, соответствующие содержанию раздела/блока/целого курса, которые позволят работнику оценить усвоение полученных знаний. ПЗ должны быть не слишком простыми или сложными
- Разрабатывать ПЗ, которые позволяют работникам проанализировать и осознать информацию курса и/или выполнить операции, которые они будут делать на рабочем месте



- Предусматривать в ПЗ подробную обратную связь работникам после выполнения заданий, указывающую на успешность/неуспешность выполнения. В случае неуспешного результата давать развернутую мотивирующая обратная связь, указав правильный вариант
- Упражнения в формате решения кейсов делать на основе реальных ситуаций



Используйте подход микрообучения - порционного потребления контента.

Короткая информация, «упакованная» в логически завершенные блоки, запоминается лучше!

#### Что делать:

Делить длинный обучающий продукт на смысловые блоки/модули до 30 минут, чтобы сотрудник смог встроить обучение маленькими порциями в свой рабочий график. Это позволит пройти всю тему, не отвлекаясь на другие задачи.

- 1 смысловой блок – 1 цель/задача
- 1 смысловой блок – 15-30 мин



Вовлекайте пользователей, стимулируя их к обучению через систему мотивации.

Дополнительное стимулирование позволит расширить охват обучением и повысить вовлеченность работников в обучение.

#### Что делать:

Использовать дополнительную мотивацию работников для прохождения обучения:

- **Разработать систему поощрения.** Например, ввести внутреннюю валюту, которую можно обменять на подарки



- Включить соревновательный эффект. Рейтинги, турнирные таблицы, доски почета
- Использовать геймификацию. Например, используя модуль «Интеллектуальные битвы» в РЕКОРД mobile
- Предусмотреть сертификаты по итогам обучения. В отрасли есть коллекционеры сертификатов



Поддерживайте пользователей за рамками обучения.

### **Что делать:**

Добавлять в электронное обучение живое общение.



- Создавайте и продвигайте сообщества или чаты для общения. Работники смогут переопыляться опытом и экспертизой, куда смогут прийти за советом или получить ответ на свой вопрос. Нужны поддерживающие коммуникации. Развитие комьюнити вокруг продукта - один из больших фокусов и ценностей обучения
- Оставляйте контакты эксперта, к которому можно обратиться с вопросами. Человеку нужен человек. Вовлекайте работников в диалог с экспертами и друг с другом



## Дополнительные рекомендации.

1. Обратите внимание на **смешанное обучение** – подход, сочетающий разнообразные форматы очного и дистанционного обучения, синхронного и асинхронного.

Так в традиционных очных длительных программах, можно **переложить** теоретический материал в **электронный формат** для асинхронного обучения, а синхронные встречи использовать для отработки практики, взаимодействия, дискуссий, без которых нет ценности обучения.

2. **Вовлекайте внутренних экспертов** в создание образовательных продуктов. Это позволит обогатить ваш продукт **прикладным контентом**, который так **ценят пользователи**. Наличие **отраслевой специфики** в материале, собранном у эксперта, сделает ваш продукт еще ближе к конечному пользователю.

3. Люди хотят быть не слушателями, а соучастниками. **Социальное обучение\*** - тренд, набирающий обороты. Необходимо вовлекать людей и создавать образовательные продукты с **применением пользовательского контента\*\***. Доверие к такому контенту выше, так как он опирается на реальный опыт работников.

**\*Социальное обучение** – это обмен информацией и опытом между участниками обучения. Это коллаборация и совместное создание контента между и внутри сетей (как работников, так и внешних лиц) с использованием интерактивных дискуссий и обсуждений, социальных медиа и основанных на цифровых технологиях обучения.

**\*\*Пользовательский контент** – это контент, созданный пользователями для других пользователей. Им могут быть видео, электронные курсы, текстовые лонгриды, презентации и прочие продукты.

Общедоступные материалы, созданные самими участниками. В этой концепции люди онлайн обмениваются знаниями, кейсами, видео и фото, даже отзывы и мнения в комментариях считаются пользовательским контентом.