

01 '10

- e-learning: итоги 2009, тренды 2010
- Особенности разработки электронного учебного контента в вузах
- Создание интерактивных блоков в дистанционных курсах внутренними специалистами компании
- e-learning-проект в Компании Broco

СЛОВО РЕДАКТОРА

e-learning: ИТОГИ 2009, ТРЕНДЫ 2010

2009 год был очень интересным. Именно потому, что он был трудный. Иногда нам всем полезна небольшая встряска, чтобы внимательно посмотреть на то, что мы делаем и как мы делаем. Для e-learning этот год был важным — значимость технологий для передачи знаний в очередной раз была оценена по достоинству. Стало понятно, что они действительно помогают сократить расходы на обучение без потери эффективности. И хотя в начале года многие компании заморозили бюджеты на развитие своих систем, а ВУЗы просто стали очень осторожными, к лету настала оттепель, и появились новые интересные проекты.

СОБЫТИЯ 2009

Наверное, самым ярким событием в мире e-learning в этом году стало стремительное развитие вебинаров. Так быстро у нас, на рынке e-learning России, не росла и не приживалась ещё ни одна технология. Сегодня практически в любой рассылке есть приглашение на вебинар, а многие уже начали зарабатывать на онлайн-семинарах. Большинство компаний уже оценили возможности вебинаров для обучения сотрудников. Конечно, технология новая, бывают сбои, но всё же, результаты весьма неплохие.

В 2009 году новое значение приобрели инструменты самостоятельной разработки курсов. Такое развитие в первую очередь обусловлено сокращением бюджетов на разработку курсов. И, конечно, удобство внутренней разработки — быстро сделали, быстро запустили, быстро внесли правки. Конкурс, который провела компания WebSoft, на лучший курс, сделанный с помощью их средства разработки, показал, что внутри компаний создаются очень интересные, симпатичные и креативные курсы.

Активно обсуждался сам подход быстрой разработки. Действительно ли можно сделать хороший курс быстро? Когда это применимо? Единого ответа дано не было, но стало ясно, что в ряде случаев - это единственный правильный вариант для доставки знаний сотрудникам в нужное время и в нужное место.

Естественно, что финансовый кризис заставил нас всех подумать о сокращении расходов и мы активно изучали возможности для бесплатного e-learning. Обсуждали и пробовали Moodle, средства для самостоятельной разработки игр, бесплатные инструменты для вебинаров, сервисы Google и многое другое. Оказалось, что и у открытых инструментов есть масса возможностей, которые стоит использовать.

Были в этом году и разочарования. Для меня лично их было несколько.

Во-первых, я увидела непонимание ВУЗами того, что образование меняется, потому что меняются студенты, меняются люди, которых мы учим. Мне жаль, что пока нет активного использования групповых заданий, общения, групповой работы с ресурсами. И пока мы даже онлайн учимся по старым, формальным методикам, которые, как показывает мнение студентов, уже неинтересны.

Во-вторых, это использование - открытых образовательных ресурсов. Я начала составлять небольшие инструкции по их применению в учебном процессе и поняла, что сегодня - это отрывочные видео-лекции и электронные книги, с которыми трудно работать для создания новых учебных материалов. Не хватает комплексных руководств для преподавателей, ссылок на иные источники, тестов и практикумов. А ведь на создание баз открытых образовательных ресурсов выделяются немалые средства во всем мире.

Но эти разочарования не испортили моего общего положительного впечатления от 2009 года. И в 2010 год я смотрю с большим оптимизмом. Каким он будет?

ПЕРСПЕКТИВЫ 2010

Очевидно развитие самостоятельной разработки курсов внутри компаний и ВУЗов. Начнется активный обмен опытом и мнением, возможно даже создание общих баз учебных объектов для более быстрой разработки. Разработчики будут все больше совершенствовать свои знания и навыки, захотят пройти обучение, а результаты их работы станут еще более интересными, стильными и эффективными.

Курсы, которые будут создаваться в 2010 году, будут отличаться более узкими темами и краткостью. То есть мы будем четче фокусироваться на проблемных областях и более точно попадать в потребности. Тут мы будем постоянно вспоминать про педагогический дизайн и учиться применять его так, чтобы наши небольшие целевые курсы были увлекательными и эффективными.

В Новом году мы также будем уделять внимание бесплатным инструментам для обучения и будем учиться эффективно встраивать их в учебный процесс. Будем искать свою «точку приложения» каждого инструмента и каждой возможности. Я полагаю, что мы сможем строить персональные учебные среды, в которых есть множество инструментов дополняющих и развивающих друг друга.

Будем и дальше учиться использовать вебинары и пробовать комбинировать почти «живое» общение и другие учебные мероприятия. Уже ясно видно, что вебинары станут частью нашей профессиональной деятельности, и в 2010 году наша главная задача — научиться правильно их использовать.

Наверное, самым новым трендом 2010 года, который совсем немного проявил себя в 2009 году, будет использование социальных сетей в обучении. В Новом году мы будем смотреть, как это можно сделать, что из имеющихся возможностей социальных сетей можно использовать, как включить их в процесс обучения. Но совершенно очевидно, что столь бурный рост использования социальных сетей в личных целях уже не позволит нам не замечать и не применять их в обучении.

Имея хороший опыт использования технологий, в 2010 году мы обратим внимание на методику применения инструментов. Я бы даже назвала этот год годом методик электронного обучения. В планах многих компании и ВУЗов на 2010 год - создание методической базы по e-learning, инструкций и регламентов, описаний процессов и многое другое, что требуется для включения электронного обучения в процессы ежедневной деятельности.

Итак, в 2010 году мы будем учиться создавать еще более интересные курсы, структурировать e-learning-процессы и пробовать новые, социальные, инструменты. И, конечно, мы будем создавать новые и креативные e-learning проекты, набираться нового опыта и знаний, активно общаться с коллегами.

Я от всей души желаю вам, чтобы 2010 e-learning-год был для Вас интересным, творческим и успешным!

Желаю Вам хороших новостей!

Елена Тихомирова,
Основатель Сообщества eLearning PRO



Павел Каллиников, руководитель центра дистанционных образовательных технологий МИЭМП

Электронный учебный контент — понятие широкое. Настолько широкое, что даже сужение его до понятия «электронный учебный курс», распространенного в практике e-Learning, не позволяет четко расставить акценты. Первый раз я задумался над этим во время дебатов с моими коллегами, занимающимися разработкой электронных курсов для корпоративных клиентов. Оказалось, что, говоря об одном и том же, мы понимаем под этим разные вещи.

К примеру, говоря о «среднем по величине курсе», я подразумевал средний вузовский семестровый курс, общим объемом около 100 акад. часов, в то время как коллеги имели в виду курс на 5–10 часов (а то и меньше). Начав сравнивать другие параметры, цели и свойства электронных курсов, вузовских и корпоративных, я пришел к выводу, что это вообще два разных жанра электронного контента, которые похожи только на первый взгляд.

Есть и другие виды электронных учебных курсов, например, курсы для поддержки очных и заочных тренингов, курсы широкого профиля для коммерческой продажи на CD/DVD, курсы от вендоров типа «Основы фотошопа» и т.д. Все это совершенно разный контент, строящийся всякий раз по своим законам и живущий своей собственной жизнью.

Описать особенности каждого вида разработки было бы полезно и увлекательно, но, наверное, это задача не одной статьи, а нескольких, и привлечь к написанию этих статей надо специалистов в каждом жанре.

Я же здесь попробую подробнее остановиться на одном виде электронного учебного контента — вузовском, т.е. на том, чем занимаюсь последние 10 лет.

ОСОБЕННОСТЬ 1: объемы

Электронный курс, чтобы полностью, по Государственному образовательному стандарту (ГОСу), покрывать семестровую учебную дисциплину, должен иметь объем текстовой части около 10 авторских листов или (с учетом дополнительных материалов, тестов, глоссария и т.п.) — около 0,5 млн знаков. Если в вузе ставится задача полного покрытия электронным контентом всего учебного процесса, то это означает, что необходимо покрыть 300–500 дисциплин в небольшом вузе или 1000 и более дисциплин — в классическом университете.

Это означает объем только первоначальной работы — около 5 тыс. авторских листов, что

превышает объем 86-томного словаря Брокгауза и Ефрона. И это для небольшого вуза. Хорошая задача для средней руки классического издательства, не правда ли?..

Отсюда первый вывод: те, кто занимаются разработкой электронного контента в вузе, должны понимать, что им предстоит организовать настоящий издательский процесс — по всем правилам, с четким разделением бизнес-процессов, с технологическим потоком. Иначе они захлебнутся в потоках, и не смогут выполнить задачу.

ОСОБЕННОСТЬ 2: время

Время смены ГОСов — 5 лет. Во время смены стандартов меняется 30–50% состава дисциплин в каждой специальности. А во времена, когда меняются общие подходы, как, например, сейчас, при переходе от «специалитета» к системе «бакалавриат — магистратура» степень сменяемости может быть еще выше. Добавим к этому естественное устаревание материалов курсов и стремительное моральное старение электронных издательских технологий и интерфейсов.

Таким образом, к первому пункту можно добавить следующий тезис: ваше электронное издательство — это не просто «разовое мероприятие», это всерьез и надолго, т.е. на весь период, когда вуз рассчитывает заниматься электронным обучением.

ОСОБЕННОСТЬ 3: бюджет

Нет нужды говорить о том, что бюджет разработки электронного курса в банке или, например, в крупной телекоммуникационной компании и в вузе различаются. Хотя крупный престижный вуз мог бы себе позволить создать несколько электронных курсов с бюджетом банковского сектора, но если это делается — только для того, чтобы показать: «мы тоже умеем». На тех же объемах, о которых сказано в п. 1, держать бюджет корпоративного сектора просто нереально.

Вывод: надо учиться делать то же, что и корпоративные разработчики, но на порядок дешевле. Или — делать по-другому.

К сожалению, «по-другому» — часто трактуется как «не такое качественное». Часто разработчики загружают авторский текст в конструктор курсов путем элементарного копирования и вставки и считают свою задачу выполненной («что вы хотите при таком бюджете»), а то и вообще конвертируют текст в PDF и называют гордо «электронным курсом». Хорошо еще, если текст подвергается процедурам вычитки и редактирования, а то ведь часто в дело идет просто «сырец».

Такие решения нельзя называть приемлемыми, а их результат — достойным упоминания в контексте e-Learning.

ОСОБЕННОСТЬ 4: цели обучения

С одной стороны, первой и непосредственной целью любого обучения является передача учащемуся определенных знаний, формирование на их основе умений и навыков. Я сознательно говорю здесь о непосредственной цели, т.к. цели опосредованные или «конечные» могут быть совершенно разными, т.е. разными до такой степени, что никакое их сравнение невозможно.

Итак, знания, умения и навыки... Однако многое зависит от того, какие это знания, какие умения и какие навыки. Знание алфавита — это одно, а знания теоретической физики — другое. Умение продать товар или услугу — одно, а умение решать системы дифференциальных уравнений — другое. В каждом случае присутствуют свои дидактические приемы и свой подход к

электронному контенту (его форме, структуре, подаче).

Ну, и если уж говорить по большому счету, у обучения в вузе есть своя сверхзадача — получение студентом высшего образования. Традиционно в русском языке под образованием понимают формирование полученных знаний в цельную структуру (образ), имеющую собственную ценность. Есть даже такое парадоксальное определение: высшее образование — это то, что остается, когда знания забываются.

Должен ли электронный курс учитывать вышесказанное? На мой взгляд, должен, но об этом — ниже.

ОСОБЕННОСТЬ 5: дидактика

Здесь мы касаемся области, лишь частично связанной с электронным контентом. Задачи дидактики электронного обучения влияют на разработку электронного контента, но не исчерпываются этой областью.

С одной стороны, в высшем образовании существуют свои, давно сложившиеся формы учебного процесса: «лекция — семинар — лабораторная работа — консультация — зачет — экзамен — защита». С другой стороны, именно электронное обучение предлагает изменить эти формы и/или наполнить их новым содержанием.

Логика традиционной дисциплины высшего образования не всегда соответствует (чаще — не соответствует) логике подачи материала в виде последовательности кадров (как это принято в корпоративном электронном обучении). Отчасти из-за большего объема, отчасти из-за внутридисциплинарных особенностей подачи материала контент вузовского электронного курса имеет более сложную структуру, чем «курс — тема — кадр», и механическое разбиение на кадры может рассматриваться как дидактический промах, т.к. нарушает плавное изложение материала, не делимое на отдельные тезисы стандартного размера. Здесь надо либо реализовывать более сложную древовидную структуру курса «курс — тема — тезис — подтезис», либо не трогать текст вообще, оставляя его неразделенным на уровне темы. В последнем случае разработчик действует по принципу «не навреди», подразумевая, что студент сам из контекста разберется в структуре материала. Впрочем, такой подход не сильно отличается от традиционного печатного учебника. Зачем же тогда e-Learning?

Есть еще один подход, которого придерживаемся мы в своих электронных курсах. Это подход к структуре курса как к сетевой структуре. Основная идея этого подхода заключается в том, что традиционная иерархическая структура (рис. 1) вовсе не единственный путь студента к цели — усвоению материала курса. Более того, не всегда лучший. Структура типа «тема — тезис — субтезис» заменяется на структуру «сеть тезисов» (рис. 2) или «сеть семантических единиц» (рис. 3).

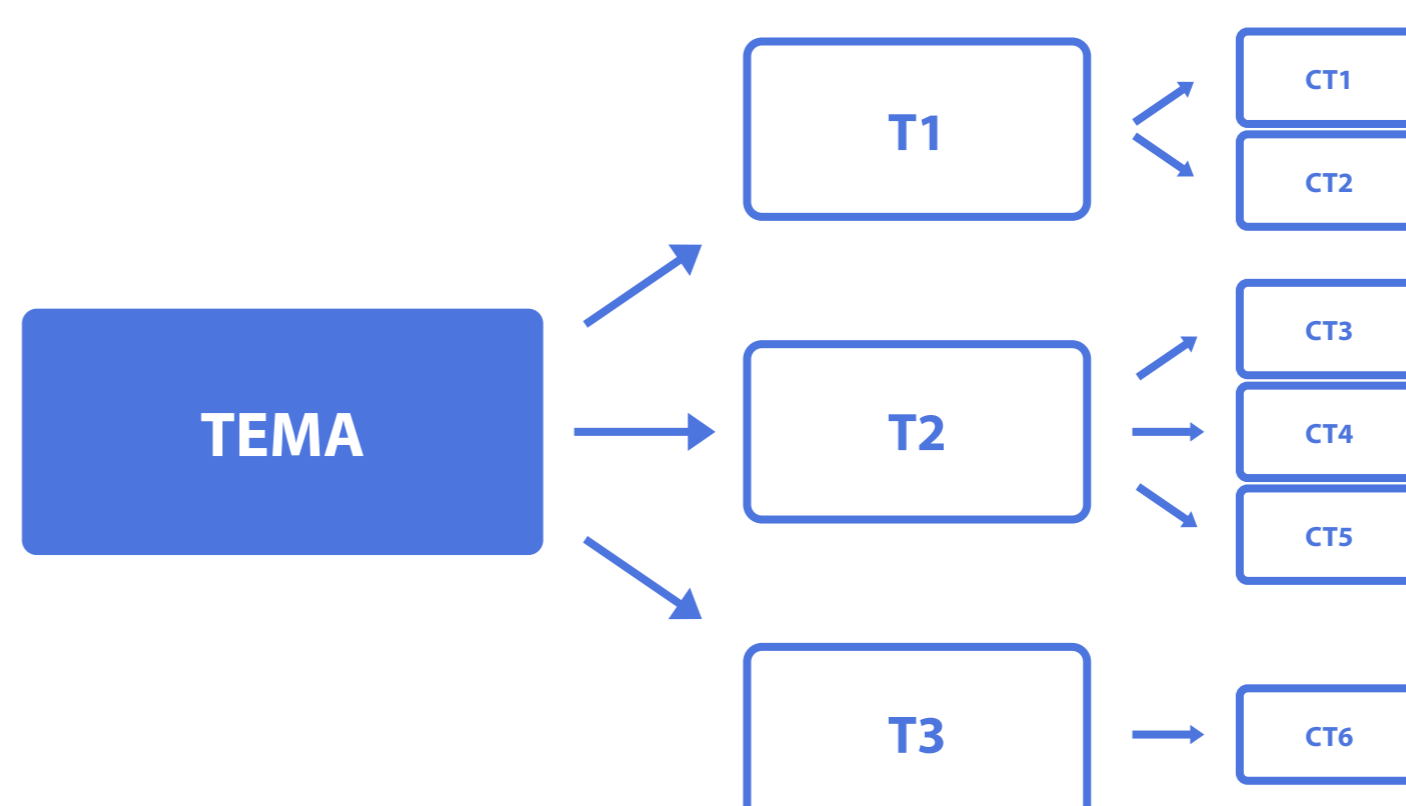


рис. 1. Иерархическая структура курса (Т — тезис, СТ — субтезис)

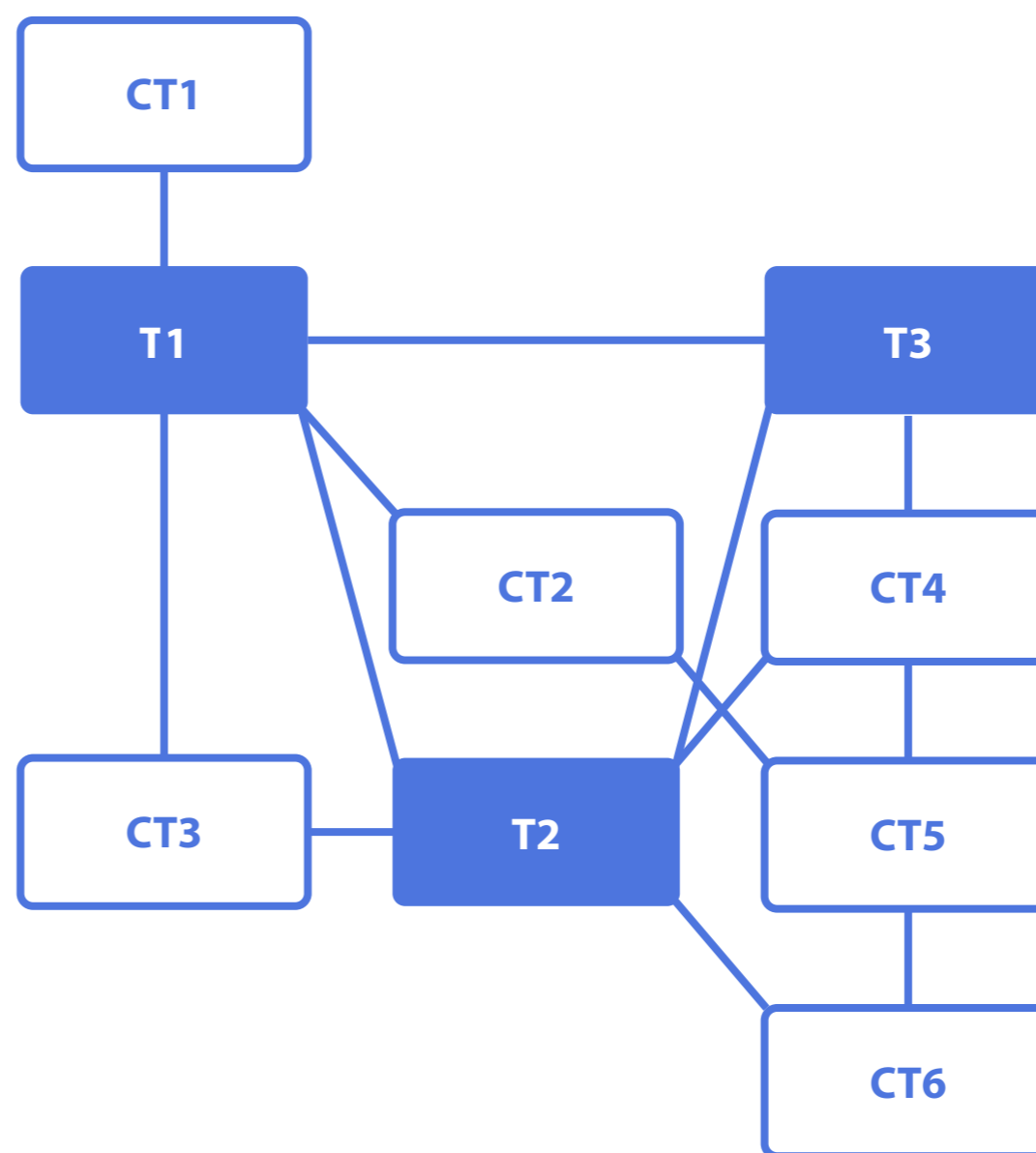


рис. 2. Сеть тезисов (Т — тезис, СТ — субтезис)

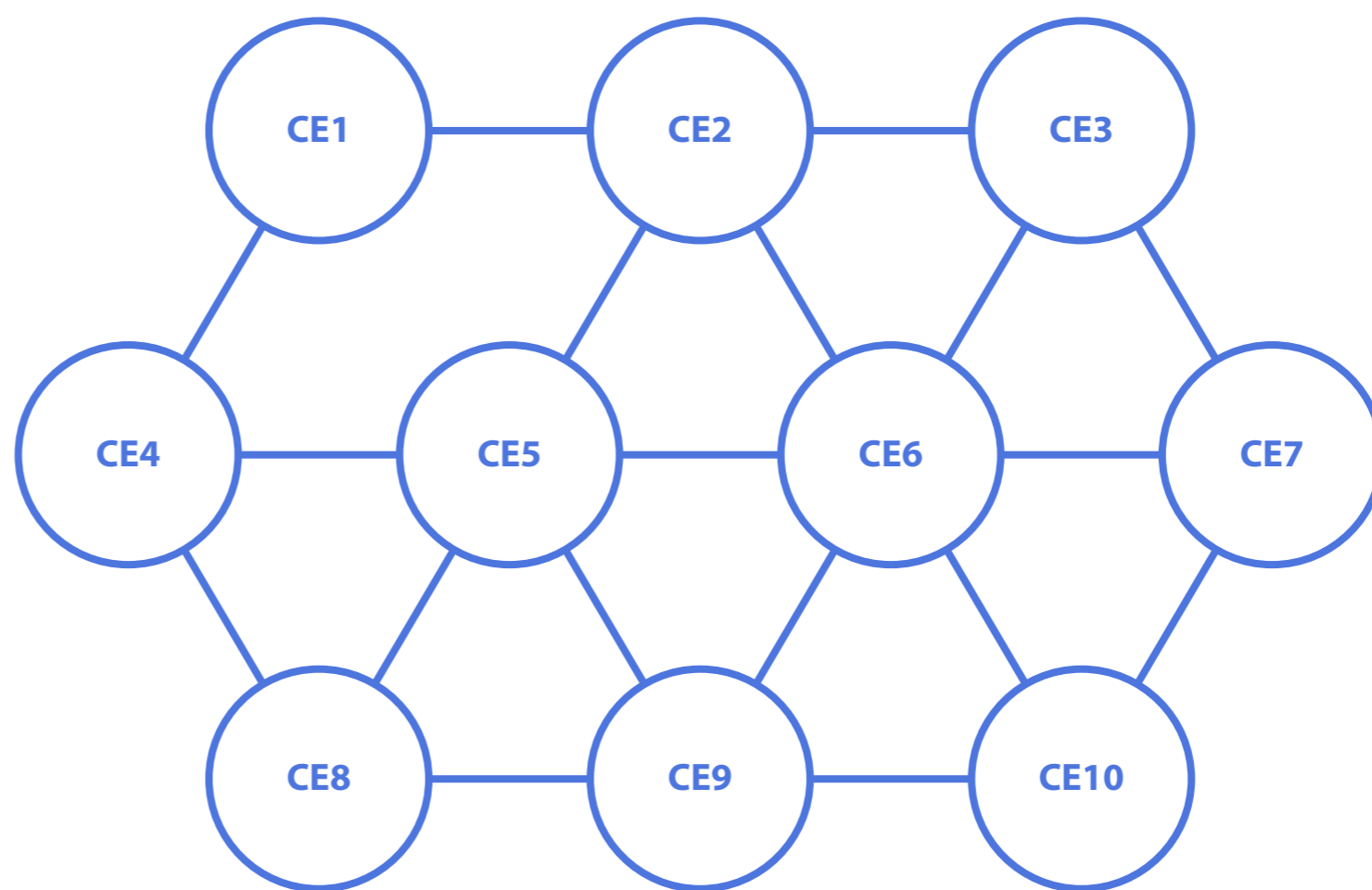


рис. 3. Сеть семантических единиц (СЕ — семантическая единица)

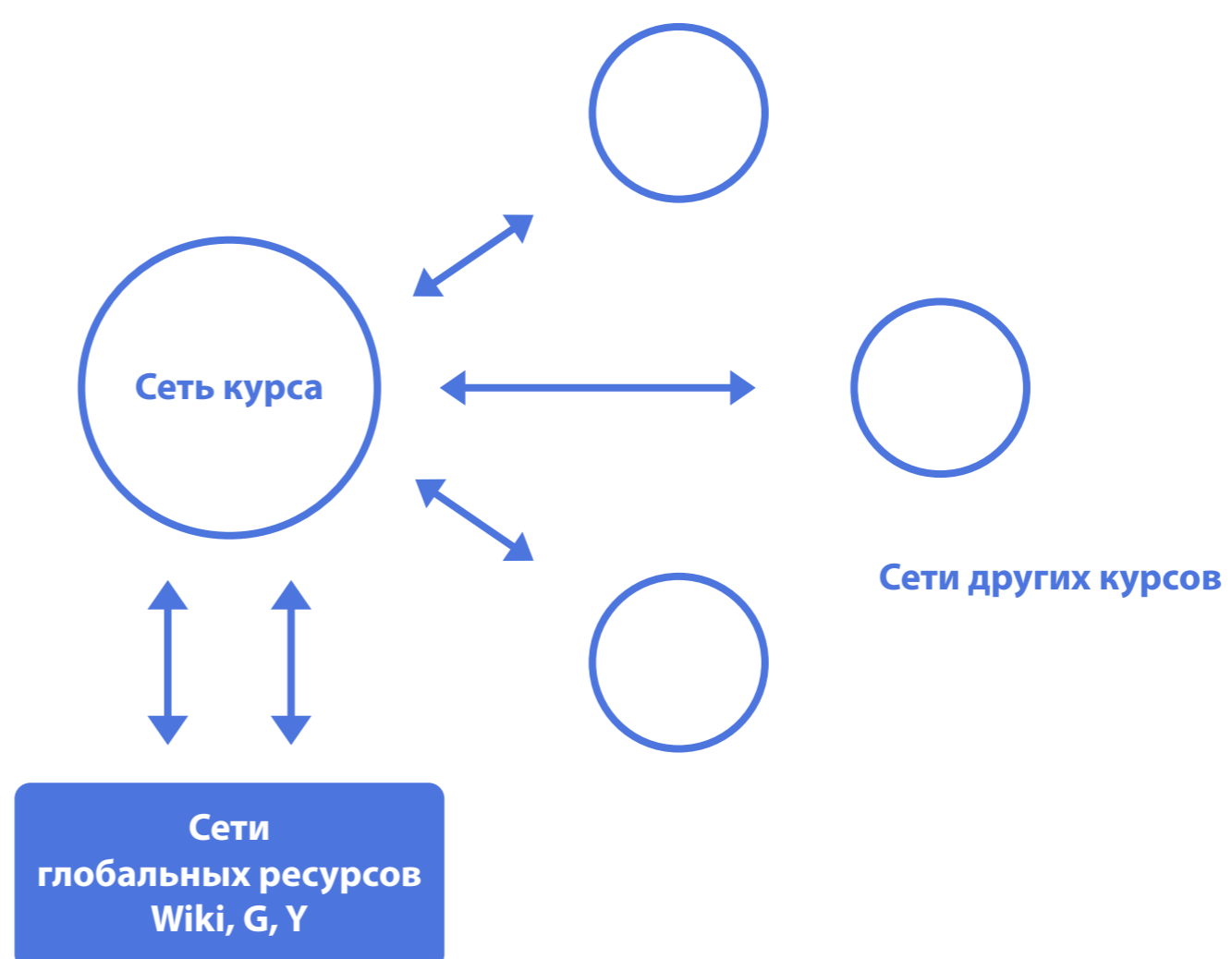


рис. 4. Структура курса с открытым контентом

В такой структуре можно придумать любое количество иерархий, произвольно назначив нужный узел сети корневым и разорвав ненужные связи. Такая структура легко может становиться открытой (рис. 4), встраиваясь в другие сети — сеть библиотеки других электронных курсов и сети внешних ресурсов знаний — таких как Википедия, картографические сервисы, другие общеобразовательные и специализированные энциклопедические ресурсы Интернета.

Возможно, дидактическая ценность этой модели построения контента многим покажется спорной из-за своей избыточности и аморфности. Но у нас есть глубокое убеждение, что рождение новой цельности в голове студента, не есть перенесение этой цельности из головы автора курса, через структуру курса, соответствующую этой цельности. Этот процесс более сложен, он соответствует качественному переходу, связанному с усвоением фактов наличия связей между различными тезисами и семантическими единицами курса.

Представление курса в виде сетевой структуры тезисов — это особенность вузовского учебного контента. Несмотря на то, что идея эта относится к процессу познавательной деятельности вообще, вряд ли она может быть в таком виде использована в корпоративном обучении, где необходимо не столько понимание, сколько функция.

ОСОБЕННОСТЬ 6: представление материала

Главное в представлении материала вузовской дисциплины — показать ее структуру во всей полноте. При этом под структурой мы понимаем не только традиционную иерархию курса, но и сетевую структуру семантических связей (см. предыдущий пункт).

Возможностей для отображения структуры материала современные технологии предоставляют достаточно. Перечислим некоторые из них.

1. Сам текст как таковой имеет структуру в силу структурности языка. Чем лучше автор владеет языком вообще и своим профессиональным языком в частности, чем лучше редактор курса выполнил свою работу, тем лучше структура курса.
2. Традиционный гипертекст (в неумеренном количестве вреден).
3. Применение дизайна страницы и элементов верстки для различного отображения разных уровней иерархии и разных структурно логических единиц курса (см. рис. 5).
4. Всплывающие окна с материалом дополнительного (зависимого) характера.
5. Раздвигающийся текст: контент поделен на уровни. В начале виден только верхний уровень, но по мере его усвоения учащийся производит действия, связанные с открытием нижних уровней текста, картинок, мультимедиа-элементов и т.п.

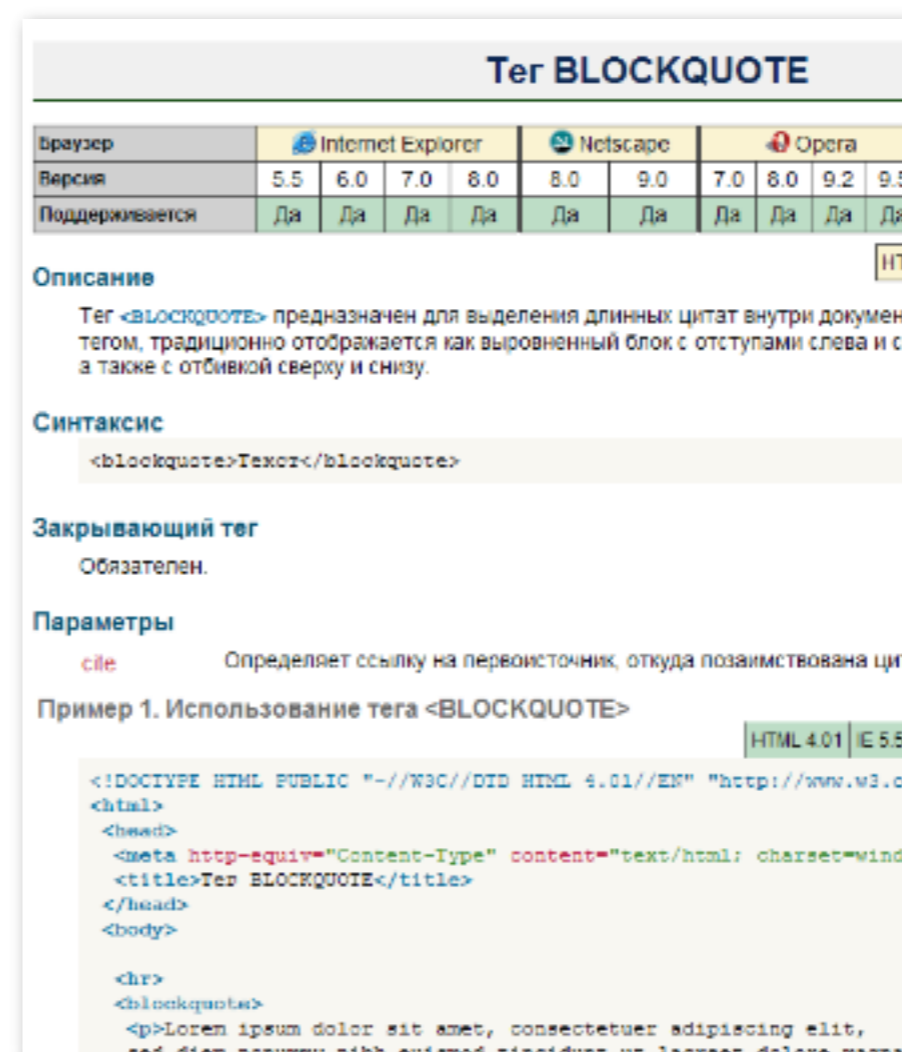


рис. 5. Пример структурного дизайна (сайт www.htmlbook.ru)

6. Интерактивные элементы, показывающие новую порцию учебного материала после произведения учащимися того или иного действия, например, показ разных текстов при наезде мышью на разные части символической геометрической фигуры (рис. 6).



рис. 6. Пример интерактивного элемента из состава авторского приложения CourseLab (блог «Технологии e-learning»).

7. Микроиконки (см. рис. 7-9) встроенные в текст курса. Мы называем этот прием «интерфейс, интегрированный в контент», хотя этот термин мог бы подойти и к вышеперечисленным способам отображения материала. Микроиконки удобно применять для обозначения гиперсвязей между разными семантическими единицами курса.

В XIX в. в развитие науки история государства и права внесли вклад: историческая школа права в Германии (Ф. Савиньи), во Франции — Р. Дарест, в Англии — Г. Мэн и Г. Спенсер, в Германии — А. Пост, в России — П.Г. Виноградов, Н.И. Кареев и М.М. Ковалевский, в Америке — юрист О. Холмс.

В XX в. появляются фундаментальные работы: многотомная «История права» немецких ученых Й. Колера и Л. Венгера, «Панорамы правовых систем» и «История права» американцев Д. Вигмара и У. Сипля, работы французских ученых Ж. Эллиоля, Р. Монье, Ж. Имбера и др.

рис. 7. Тело электронного курса до «раздвижения» (фрагмент одного из электронных курсов библиотеки МИЭМП). Микроиконки формируют «интерфейс, интегрированный в контент».

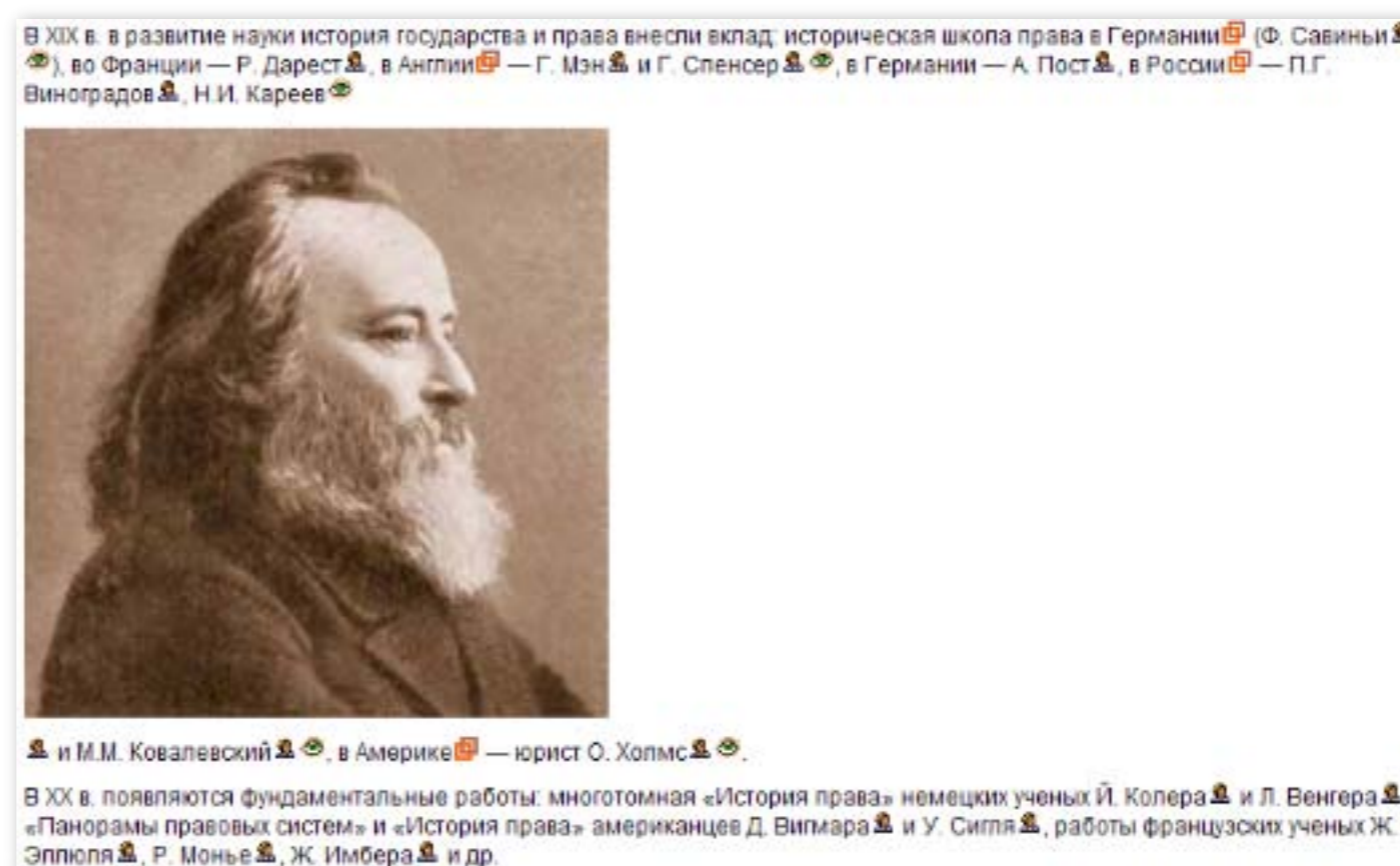


рис. 8. Тело электронного курса после «раздвижения», произошедшего после нажатия на микроиконку в виде «глаза».

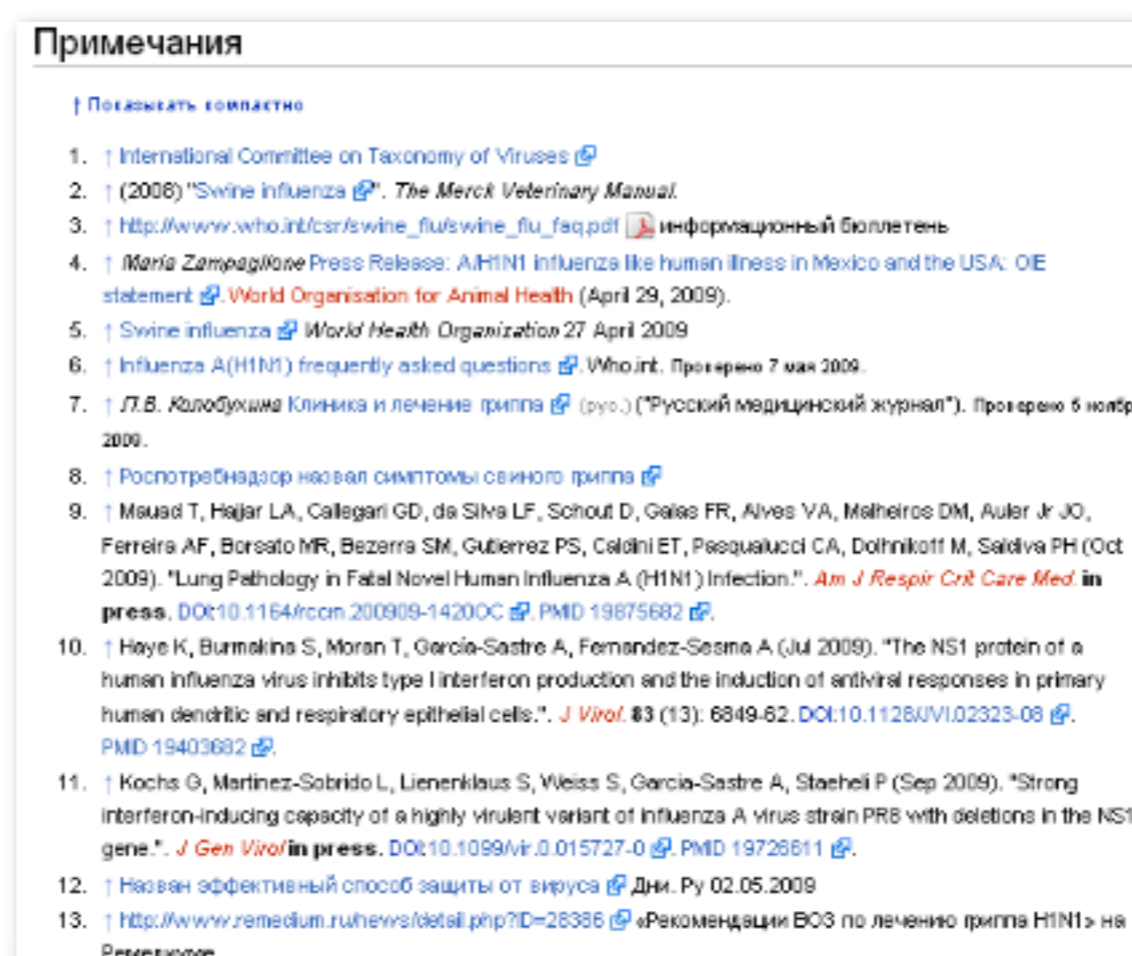


рис. 9. Использование микроиконок в Википедии.

8. Семантические «концентраторы» и «маршрутизаторы» (см. рис. 10–12). Позволим себе ввести такие термины по аналогии с сетевым оборудованием. Смысл таких способов отображения структуры состоит в концентрации сведений о семантике курса в компактной форме.

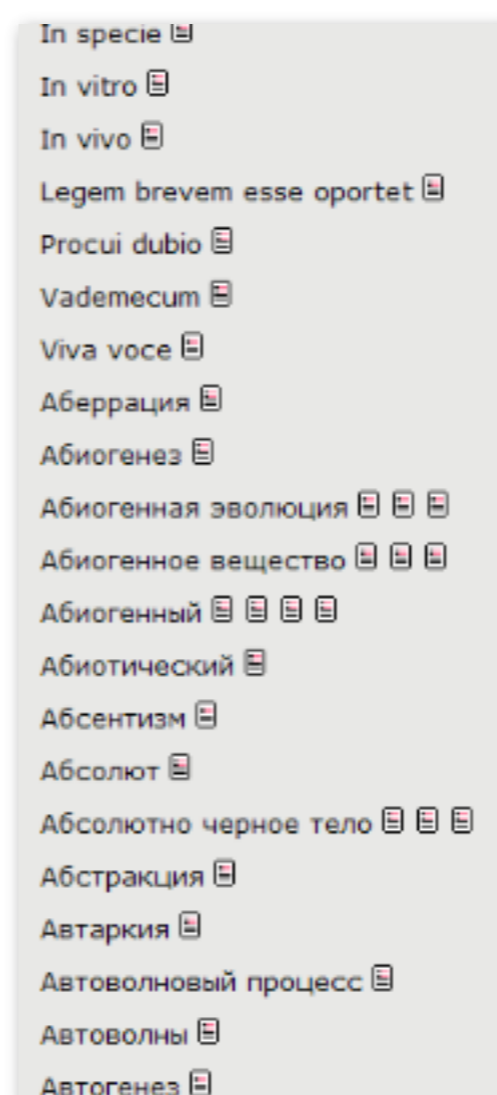


рис. 10. Семантический «концентратор», аналог традиционного книжного понятия «указатель».

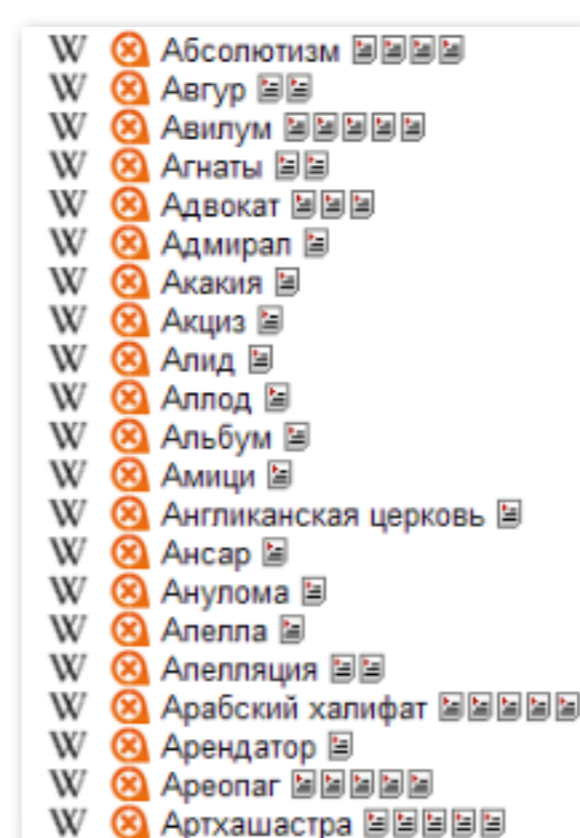


рис. 11. Семантический «маршрутизатор», дополнительно адресует семантические единицы к внешним сервисам Интернета.

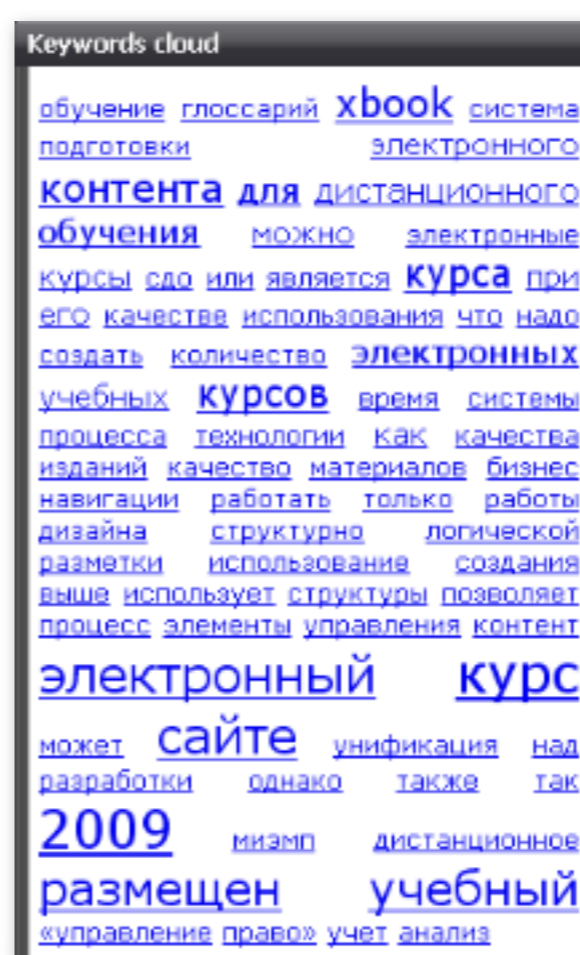


рис. 12. Еще один тип семантического «концентратора» — «облако тэгов». Уместен на больших объемах контента, таких как библиотека электронных курсов.

9. Мультимедиа-элементы курса (в том случае, когда они являются не просто иллюстрациями, а сообщают информацию о связях, структуре):

- анимированные оглавления и средства навигации;
- открывающаяся иерархия;
- всплывающие смысловые слои;

- звуки-события и звуковое оформление операций над структурой курса (например, звук перелистывания страницы при входе в папку нижнего уровня и звук захлопывающейся книги при выходе из нее).

ОСОБЕННОСТЬ 7: технология разработки курса

Чтобы обеспечить низкий бюджет разработки курса и относительно малое время его создания при сохранении качества конечного результата необходимо применять специальные меры. Эти меры работают только при «массовом производстве», которое как раз и имеет место быть в вузе (см. п. 2). Перечислим их.

- 1.** Строгая стандартизация и нормализация контента (авторских материалов, методической составляющей, конечного продукта).
- 2.** Унификация дизайна, сведение его к нескольким шаблонам. Уход от дизайнерских задач в ходе разработки конкретного курса. Дизайн должен быть разработан для всей серии (библиотеки курсов). По возможности — уход от понятия «верстка курса» как геометрического расположения материалов курса на страницах (экранах).
- 3.** Максимальный уход от ручного труда на основе унификации и стандартизации.
- 4.** Четкая организация и формализация всех бизнес-процессов создания электронного контента.
- 5.** Организационная составляющая — подбор и обучения кадров, входящих в группу разработки контента, четкое распределение ролей, следование унифицированным бизнес процессам разработки контента.

В той или иной мере указанные меры можно применить, работая с любым средством авторской разработки курсов. Сравнение таких средств не входит в задачу настоящей статьи, однако отмечу, что для себя мы решили эти задачу кардинально, разработав собственное авторское средство, названное нами xBook, а также технологию разработки, на нем основанную. Эта технология позволяет наполнить конкретным содержанием один из пунктов предыдущего списка, связанный с максимальным уходом от ручного труда:

- 1.** отделение смысловой работы над контентом от процесса создания дизайна, процесса верстки и гипертекстовой разметки;
- 2.** сведение большинства этапов работы над контентом к его структурно-логической разметке с последующей компиляцией в конечное представление. Отказ от работ по дизайну и верстке контента как этапов работы над конкретным курсом, тестом. Выделение этих работ в работы по созданию соответствующих шаблонов — оформительских, навигационных и структурных;
- 3.** использование специальных инструментальных средств разработки контента, поддерживающих использование перечисленных выше принципов.

На рисунках, размещенных ниже, показан процесс работы над курсом в xBook (рис. 13) и фрагмент готового курса. (рис. 14).

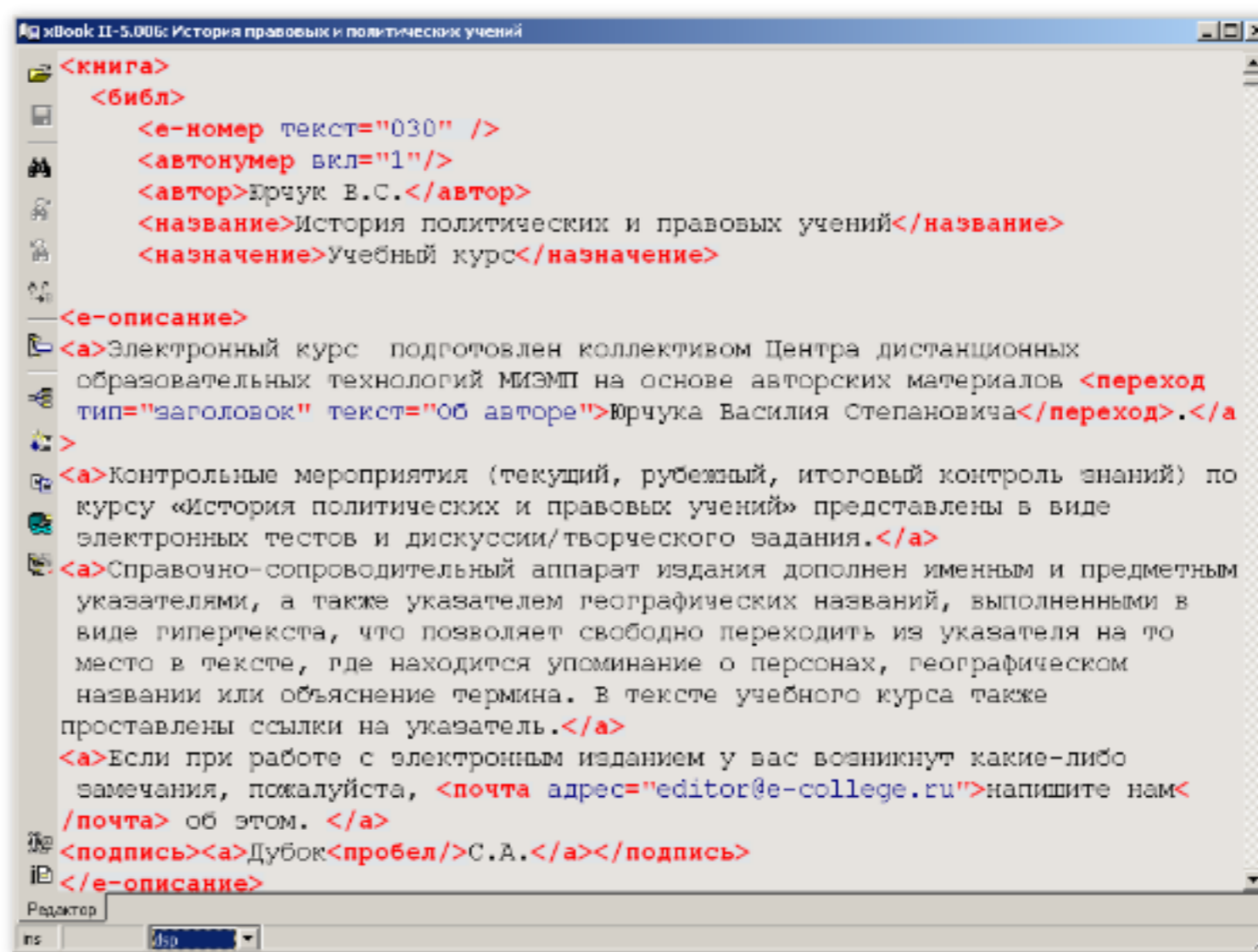


рис. 13. Разработка электронного курса в xBook. Процесс структурно-логической разметки.

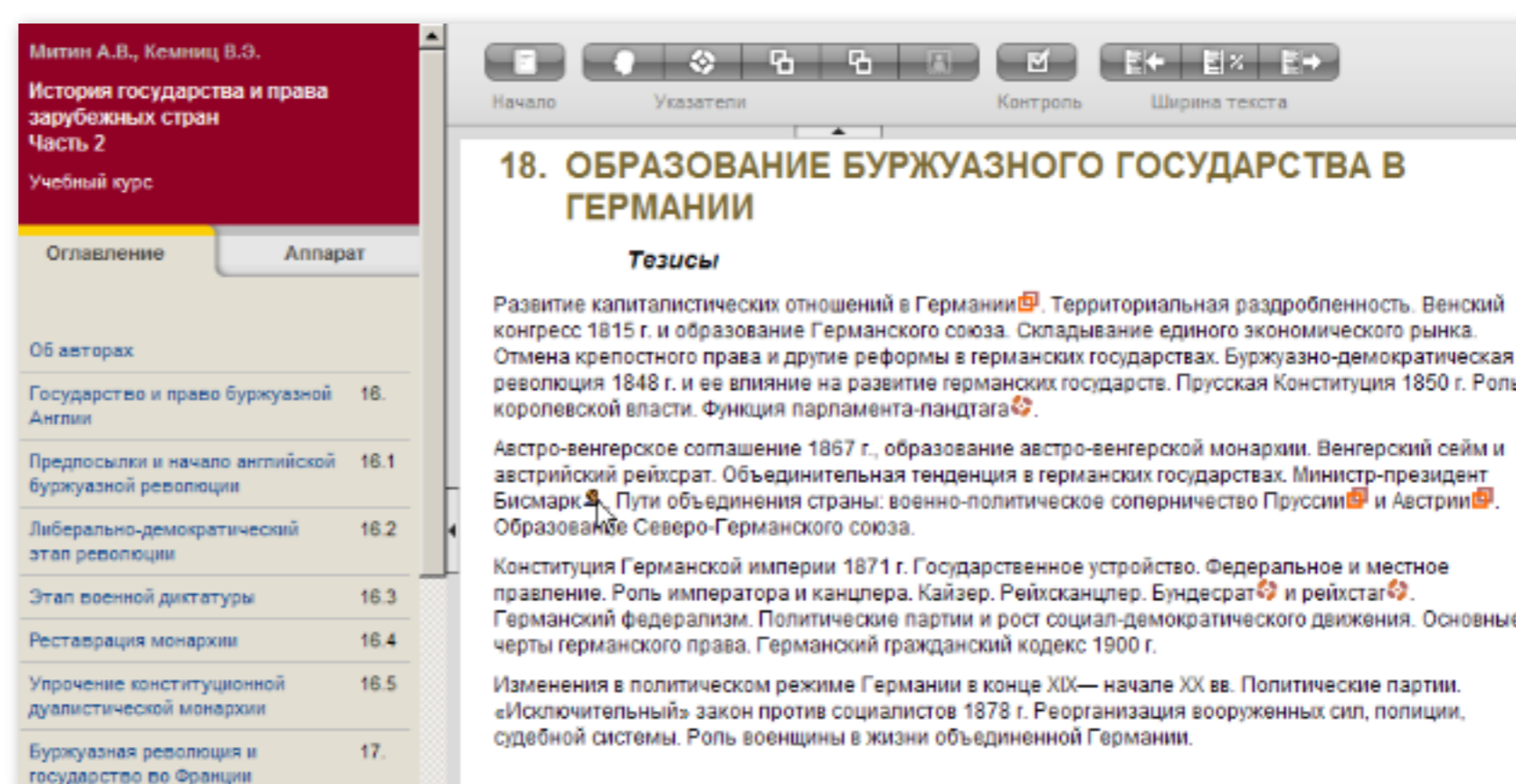


рис. 14. Фрагмент готового курса xBook.

Наверное, описанные семь особенностей разработки вузовского электронного учебного контента не исчерпывают проблемы, обозначенной в заголовке статьи, но, возможно, они приблизят читателя к сути и позволят специалистам избежать некоторых проблем при внедрении электронного обучения в вузах.

e-learning в компании
ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ

СОЗДАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ БЛОКОВ В ДИСТАНЦИОННЫХ КУРСАХ
ВНУТРЕННИМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ КОМПАНИИ



Протасов Михаил, Специалист по дистанционному обучению, ОАО «АльфаСтрахование»
www.alfastrah.ru

Из этой статьи Вы узнаете о том, какие интеракции можно включить в дистанционный курс, разрабатываемый внутренними специалистами компании. Все перечисленные в статье интеракции были успешно реализованы в курсах компании «АльфаСтрахование».

Дистанционное обучение в компании «АльфаСтрахование» считается очень перспективным направлением развития. Первые электронные курсы появились в 2005 году, а в последние 2 года их количество возросло с 15 до 31 курса. При этом разработка практически всех курсов ведется внутренними специалистами компании.

Высокое качество дистанционного обучения, на наш взгляд, можно обеспечить, только если курсы достаточно интерактивны. В 2009 году увеличение количества, качества и разнообразия интерактивных блоков стало одной из приоритетных задач, стоящих перед специалистами Корпоративного университета «АльфаСтрахование».

Как оказалось, современные авторские средства, при наличии минимальной технической подготовки, позволяют реализовать интеракции практически любой сложности. Поэтому задача свелась к методологии разработки интерактивных блоков.

В этой статье мы приводим классификацию интеракций, которые мы внедряли в наши дистанционные курсы в этом году.

Команда e-learning-проекта ОАО «АльфаСтрахование»

В компании работает один выделенный специалист по дистанционному обучению. Но при этом многие функции выполняются и другими специалистами:

- **Обработка запросов на создание курсов** входит в обязанности специалиста либо руководителя корпоративного университета.
- **Создание дистанционных курсов.** Курс создается специалистом или тренерами (Они либо пишут сценарий в MS word, либо делают презентацию в PowerPoint. Все интерактивные блоки, которые в word или PP реализовать затруднительно, описываются словами. После этого материалы передаются специалисту для переноса их в авторское средство и создания технической реализации интерактивных блоков). Далее курс отправляется на рецензирование остальным специалистам корпоративного университета. Каждый из них может предложить свои правки, в результате чего и формируется итоговая версия.
- **Модернизацию дистанционных курсов** осуществляет только специалист. Курсы могут модернизироваться в связи с изменениями продуктов, ПО, методологии преподавания, а также в случае нахождения обучаемыми ошибок и недочетов.
- **Техническую поддержку учебного портала** осуществляют сотрудники департамента ИТ по внутреннему нормативному документу компании, в котором прописаны виды осуществляемых работ, сроки их выполнения, система подачи заявок на работы, система эскалации и т.д.
- **Администрированием учебного портала** занимается только специалист, но при возникновении особо срочных работ помогают тренеры.
- **Развитием учебного портала (наполнение новым функционалом и продвижение внутри компании)** занимаются специалист, в активном взаимодействии с руководством, тренерами и специалистами ИТ.

ТЕСТЫ

Мы стали активно использовать тесты, все вопросы которых построены на одной практической ситуации. Например, говорится, что обучаемому нужно подготовить предложение конкретному клиенту. Последовательно задаются вопросы о том, как он будет формировать предложение, как будет отвечать на те или иные вопросы этого клиента и т.д.

РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ УПРАЖНЕНИЙ

1. Практическая ситуация: вопрос как в тесте, но в форме практической ситуации
2. Поиск значения: определить что-либо по заданному алгоритму (найти в документах, посчитать по формуле и т.д.)
3. Классификация «группа-элемент»: говорим, что некоторое множество делится на группы. Потом даем элемент этого множества и спрашиваем, к какой группе он относится
4. Классификация «элемент-группа»: рассказываем о нескольких понятиях, а потом просим провести их классификацию
5. Вопрос о прошлом материале: иногда, чтобы понять материал, обучаемому нужно вспомнить что-то из прошлого раздела или другого курса. Это можно сделать в виде упражнения
6. Кроссворд: используется после ознакомления с новой терминологией

ВОПРОС ВМЕСТО УТВЕРЖДЕНИЯ

Вместо того чтобы сообщить информацию (напр. «эти действия нужно сделать в таком порядке»), можно предложить обучаемому подумать над вопросом самому («как Вы думаете, в каком порядке нужно сделать эти действия?»)

Ниже приведены примеры из электронных курсов компании ОАО «АльфаСтрахование»

поиск >> Добровольное медицинское страхование

АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ Определение стоимости услуг

Как Вы думаете, какие аргументы для получения скидок можно привести при переговорах с ЛПУ?

Далее

6/12 Определение стоимости услуг Назад Далее

ТРЕНАЖЕР

Обучаемый взаимодействует с моделью некоторой ситуации (тренажером), пытается достичь заданного результата. Он проходит тренажер, получая подсказки, потом ситуация немного меняется, и он должен справиться с ней уже без подсказок.

Страхование от несчастного случая

АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ Задача на расчет страховой премии

КЛИЕНТ Добрый день!
Я хотел бы застраховаться от несчастного случая. Подскажите, пожалуйста, сколько это будет стоить?

Калькулятор

Поговорить с клиентом

Чтобы сообщить клиенту стоимость полиса, нужно:

1. Узнать определенную информацию о нем (для удобства ее можно занести в анкету в правой части экрана)
2. Воспользовавшись тарификатором, определить значения тарифов и коэффициентов
3. При помощи калькулятора рассчитать страховую премию

Нажмите кнопку «далее»

Далее

Страховая сумма:

Профессия/возраст:

Риски:

Смерть ВУТ

ППУТ Инвалидность

ЧПУТ Травматическое повреждение

Время покрытия:

Спортивные увлечения:

Срок договора:

ТБ1	ТБ2	ТБ3	ТБ4	КСп	ККр

Премия:

Начать заново Тарифы и коэффициенты

ИНТЕРАКТИВНЫЙ СКВОЗНОЙ ПРИМЕР

Обучаемый участвует в формировании примера, проходящего через весь курс, и отвечает на вопросы, связанные с ним.

The screenshot shows a window titled "Страхование выезжающих за рубеж" (Insurance for those leaving the country). The logo for "АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ" is visible. The main heading is "Выбор территории страхования" (Selection of insurance territory). A text instruction states: "Заключение договора следует начать с определения территории страхования." (The conclusion of the contract should start with the determination of the insurance territory). Below this is a table with two columns: "Территория" (Territory) and "Описание" (Description).

Территория	Описание
T - I	все страны мира, за исключением США, Канады, Японии, Австралии, стран Карибского бассейна и страны постоянного проживания
T - II	все страны мира, за исключением страны постоянного проживания
T - III	Россия (90 км от места постоянного проживания), страны СНГ и страны Балтии
T - IV	все страны мира (Россия – 90 км от места постоянного проживания)
T - V	Московская область (для жителей Москвы)

Below the table, the user is instructed: "Определите все возможные территории страхования для клиента из нашего примера:" (Determine all possible insurance territories for the client from our example:). Two numbered steps are provided: 1. Find all territories in the table that include the country selected by the client. 2. Click the "check answer" button. A "ПРОВЕРИТЬ ОТВЕТ" (CHECK ANSWER) button is located at the bottom. The interface also includes a search bar, a "пример" (example) button, and navigation buttons "Назад" (Back) and "Далее" (Next).

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЗНАНИЙ

Перед тестом предлагаем обучаемому самостоятельно оценить свои знания по темам курса. Если он оценивает низко, то предлагаем еще раз повторить определенные слайды. Можно также поместить этот блок в начале курса, вместо претеста (или вместе с ним).

The screenshot shows a window titled "Страхование средств наземного транспорта" (Insurance of means of land transport). The logo for "АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ" is visible. The main heading is "Самостоятельная оценка знаний" (Self-assessment of knowledge). A text instruction states: "Прежде чем переходить к тестовым вопросам, самостоятельно оцените свои знания по основным темам курса." (Before moving on to test questions, independently evaluate your knowledge of the main topics of the course). Below this, the user is instructed: "Для этого последовательно нажмите на выпадающие меню справа от каждой темы и установите там значение от 1 (абсолютно не уверен в знаниях, не смогу правильно ответить ни на один вопрос) до 10 (полностью уверен в своих знаниях, готов ответить на вопросы любой сложности)" (For this, sequentially click on the dropdown menus to the right of each topic and set the value from 1 (absolutely not confident in knowledge, cannot answer any question correctly) to 10 (completely confident in your knowledge, ready to answer questions of any complexity)).

Название темы	Оценка	Пример наиболее простых вопросов	Пример наиболее сложных вопросов
Объекты страхования и страховые риски	<input type="text"/>	Пример	Пример
Условия, которые нужно согласовать с клиентом	<input type="text"/>	Пример	Пример
Страхование ДО, ГО, НС	<input type="text"/>	Пример	Пример
Сервисные пакеты	<input type="text"/>	Пример	Пример
Урегулирование убытков	<input type="text"/>	Пример	Пример
Страховые продукты	<input type="text"/>	Пример	Пример
Порядок действий при заключении договора	<input type="text"/>	Пример	Пример

A "Далее" (Next) button is located at the bottom right of the interface.

Все перечисленные интеракции применяются в курсах «АльфаСтрахование» и помогают добиться высокого уровня усвоения информации. А наличие классификации интеракций позволяет ускорить их реализацию в конкретных ситуациях.



Валентина Дрофа, Руководитель образовательного центра Компании Broco

www.elearning.brocompany.com

Одним из самых успешных проектов Группы Компаний Broco в 2009 году был запуск Системы Дистанционного обучения (СДО). Сегодня СДО Broco, еще не отметившая и года своего существования, имеет не только более 6000 постоянных слушателей, но и отмечена профессиональным сообществом. О том, как развивалась СДО Broco, нам рассказывает руководитель Учебного центра и куратор проекта СДО Валентина Дрофа.

Как в Компании Broco зародился e-learning?

Какие цели e-learning проекта ставились изначально?

Изначально обучение в компании Broco было классическим — очным, с курсами на несколько дней и недель. Обучение у нас было организовано для клиентов, - так как наша деятельность подразумевает постоянное обучение и повышение квалификации наших клиентов (мы брокерская компания, предлагаем услуги интернет – трейдинга). Мы сами разрабатывали свои авторские учебные курсы, писали учебные пособия, приглашали интересных преподавателей.

В последующем мы столкнулись с рядом проблем, связанных с бурным развитием компании в регионах. Первой и основной сложностью было отсутствие там квалифицированных преподавателей нашего профиля. Ну и конечно, проблема издержек на очное обучение — они всегда высоки, поскольку очное обучение — это и помещение, и оборудование, и оплата труда преподавателей. И если вторую проблему компания готова была решать, то вот на первую повлиять не могла. В поисках выхода мы пришли к мысли о проведении вебинаров, ведь у нас есть свои преподаватели, методика, готовые курсы и лекции. Далее, заинтересовавшись вебинарами, мы узнали о существовании систем дистанционного обучения. И поняли, что у нас есть потенциал для организации СДО, дело только за техническим воплощением. И СДО не только решает множество проблем с организацией очного обучения, но и открывает принципиально новые перспективы для нашего учебного центра.

Таким образом идея развития СДО была в определенной мере спонтанной, и поначалу не имела никаких амбициозных задач. Нам было важно, чтобы в регионах был организован качественный учебный процесс при максимально низких издержках. Забегая вперед, скажу, что результаты превзошли все наши самые смелые ожидания.

С чего начался проект внедрения Вашего e-learning-проекта?

Как я уже говорила, изначально была поставлена цель проведения вебинаров. Мы их видели в Интернете, но ничего не знали о принципах их проведения. Изучение методике проведения вебинаров мы начали с поиска ответов на вопросы о том как организуются вебинары, какие особенности подачи учебного материала нужны для такого способа обучения, какие материалы стоит использовать, как возможно слушателям общаться с преподавателем, что нужно технически для организации трансляций и сколько это все стоит.

Как Вы решали поставленные задачи?

В процессе изучения мы пытались увязать все современные наработки с теми целями обучения, которые стояли перед нами. В итоге родился и список своих «хочу»: хотелось, чтобы преподаватели

не участвовали в процессе обучения, чтобы все проходило как можно более автоматизировано, и мыслей было много... Но оказалось, что все уже было придумано за нас. И что можно ограничиваться не только вебинарами, что существует целая отрасль дистанционного обучения - методологические наработки, технологические решения. Так что идея организовать полноценную СДО родилась уже в процессе попыток сделать наше обучение более качественным и менее затратным.

Выработав свои требования к задачам СДО и подобрав оптимальный, на наш взгляд, набор инструментов для их реализации, мы начали подбирать непосредственно ПО. Однако при немалой стоимости предложенных нам продуктов все они не могли полностью покрыть список наших задач, и купив их, мы были бы вынуждены заказывать дополнительные модули к базовым комплектациям программ, а это и деньги, и, главное, время. Поэтому решение мы нашли простое, и сейчас ни капли о нем не жалею: мы взяли на проект программиста-разработчика и стали использовать СДО с открытым кодом (moodle + open meeting), и уже в таком варианте начали делать то, что нам нужно. В целом могу сказать, что наш путь создания СДО был непростым и полным исканий, много делалось совершенно интуитивно, рождались идеи, искали пути их решения. Надо отметить, что наши поиски были поддержаны одним из топ-менеджеров компании, без его поддержки создать нашу СДО, конечно, было бы невозможно.

Первым нашим опытом дистанционной работы стал вебинар. Этот первый вебинар я запомню навсегда: мы выгнали всех из кабинета, усадили за стол лектора, зажмурились и нажали на кнопку «старт». Все прошло, конечно, не идеально, первый блин, как всегда комом, - мы не стали исключением. После этого вебинара мы два месяца настраивали систему, совершенствовали ее и делали более юзабельной. И вот с февраля 2009 года уже было начато системное проведение вебинаров, а также мы выложили более 20 видео-уроков по нашей специфике работы.

Старт получился удачным и резонансным: кроме наших клиентов к нам приходили и клиенты наших конкурентов -, поучаствовать в вебинарах и посмотреть видеоуроки. Дальше мы подготовили с помощью SCORM первый флеш-учебник (его мы делали вдвоем, с программистом около недели). С этим учебником вообще отдельная история: если с вебинарами и уроками понятно, то вот что делать с учебным теоретическим контентом, как его переработать и сделать из него интересный и эмоциональный курс?

Кстати, в процессе наших исканий я наткнулась на блог Елены Тихомировой и буквально замерла: просто огромное количество нужной, правильно-изложенной и структурированной информации. Там мы нашли и презентации, и полезные ссылки, - в общем, там было все, что нужно для начинающего организатора СДО.

Каких результатов удалось достичь, и, как Вы думаете, что способствовало их достижению?

Лично мне кажется, что за год было сделано очень много. Наши вебинары (использовали систему с открытым кодом openmeeting) посетило более 10 тысяч человек. Таких результатов удалось достичь за счет постоянно добавляющихся и обновляющихся тем вебинаров, за счет уникальных авторов, известных в нашей сфере, рекламы (форумы, соц сети, контекст реклама и прочее), а число постоянных подписчиков превысило 6 тысяч.

Таких результатов нам удалось достичь, как мне кажется, только потому, что мы, наша команда, верили в то, что делали, понимали всю необходимость нашей работы, и главное, - мы видим, как у нас получается, и от этого желание продолжать работать только увеличивается.

Конечно, всегда хочется больше: и курсов, и вебинаров, и клиентов, и продаж, и нет предела совершенству. Хочется уделять больше времени воплощению всех идей. Ничто не стоит на месте, все развивается, и мы хотим успеть.

Какие бы Вы назвали три ключевых фактора успеха в применении elearning в компании? На какие области Вы посоветовали бы обратить внимание коллегам при реализации проекта elearning?

- 1.** Первое - это грамотно подобранная команда с едиными целями и подходящей квалификацией. На сегодня в штате команды: 1 программист разработчик, 1 программист. 1 администратор сайта, 1 методист - работает удаленно, около 20 лекторов вебинаров (сотрудники компании), около 20 преподавателей работают удаленно, у каждого есть свой один или несколько курсов в СДО ;
- 2.** Четкие задачи на краткосрочные и долгосрочные перспективы;
- 3.** Обязательно найти покровителя среди владельцев и акционеров в компании.

С какими наибольшими трудностями Вы столкнулись в ходе реализации проекта внедрения elearning?

- 1.** Сложность была в объяснении клиентам, что такое СДО, как им пользоваться (хотя за год преодолели эту проблему);
- 2.** Обучение «удаленных» и внештатных преподавателей подготовке контента для курсов СДО;
- 3.** Оказалось непросто найти сотрудников в команду: чем позже приходят люди, тем сложнее заразить их общей идеей проекта.

Заканчивается 2009 год, каким он оказался для Вашего e-learning проекта?

Делать выводы рано, так как проект еще в работе, но 6 тысяч постоянных подписчиков за неполный год молодого проекта мне представляется достойным результатом. Чтобы мы сделали по другому? Думаю, что все было сделано правильно. И сейчас мы хотим расширить возможности наших клиентов в области дистанционного обучения версией СДО 2.0. К этому есть огромный интерес и у нас, и у клиентов.

Справка:

СДО ГК Broco, в силу специфики работы компании — крупнейшего оператора российского брокерского рынка, — посвящена финансовой тематике. E-learning-система ориентирована на внешнего потребителя и посвящена различным аспектам работы финансовых рынков; так, есть как ознакомительные образовательные курсы для самого широкого круга потребителей, так и узкоспециализированные учебные блоки, посвященные сложным стратегиям или психологическим аспектам работы на финансовых рынках.