

ELEARNING:

Предпочтения слушателей

Исследование предпочтений слушателей
электронных курсов





Про исследование

Как люди учатся?

Как они встраивают обучение в свой рабочий график? Используют ли для обучения личное время?

Что их мотивирует, а что отвлекает?

Какие форматы они предпочитают?

Нравятся ли им сюжеты и персонажи?

Что важно для обучения?

Что они хотели бы добавить, а от чего

избавиться? Действительно ли

геймификация мотивирует?

Действительно ли учиться маленькими фрагментами удобнее?

Отличаются ли стиль обучения и предпочитаемые форматы у разных поколений?

Все эти вопросы встают перед разработчиками и методистами. Мы решили перестать строить предположения и задать все эти вопросы самим слушателям.

Мы собрали более 1300 ответов от людей из разных компаний, разных должностей и разных поколений.

Их ответы предлагаем проанализировать в этом исследовании. На них можно и нужно опираться при разработке обучающих программ.



Содержание

- 1 Аудитория исследования
- 2 Электронные курсы в рабочем графике
- 3 Как люди учатся
- 4 Применение на практике
- 5 Обучение и общение
- 6 Сценарии, сюжеты, геймификация
- 7 Миф?



Аудитория

Аудитория исследования

- ◇ В исследовании приняли участие **1372 человека**
- ◇ Количество участвовавших компаний - **25**
- ◇ Компании принадлежат к следующим **отраслям**: добыча и переработка, производство, телекоммуникации, информационные технологии, банковская сфера, торговля, ресторанный бизнес
- ◇ Исследование проводилось анонимно среди сотрудников тех компаний, которые согласились на участие в опросе

Возраст респондентов

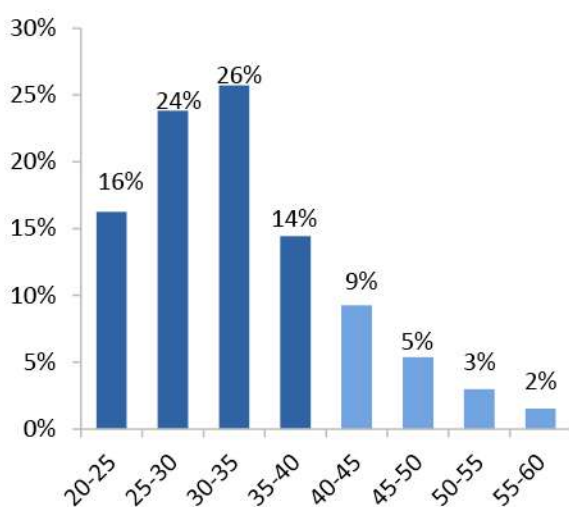


Диаграмма 1

Распределение по должностям



Диаграмма 2

Режим работы

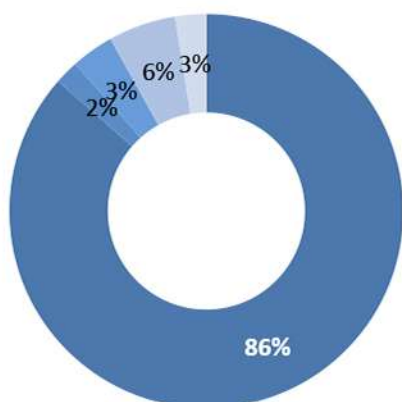


Диаграмма 3

- ◆ Работа в офисе, постоянное рабочее место и персональный компьютер
- ◆ Удаленная работа из дома с персональным компьютером
- ◆ Работа на предприятии без персонального компьютера
- ◆ Работа на выезде, с мобильным устройством (ноутбук, планшет и прочее)
- ◆ Работа в торговой точке без персонального компьютера



Глава 1.

Электронные курсы в рабочем графике

В какое время дня вы обычно проходите электронные курсы?



Диаграмма 4

- ◇ В основном люди учатся вечером и днем и гораздо меньше - утром.
- ◇ Напоминания об обучении, полученные утром, останутся вне фокуса внимания.
- ◇ Обучение в вечернее время может быть менее эффективным - мы уставшие.
- ◇ Люди приоритизируют обучение ниже рабочих задач.

Рекомендация: доносить до людей, что лучше учиться "на свежую голову".

Сколько времени обычно уходит на прохождение среднего электронного курса?

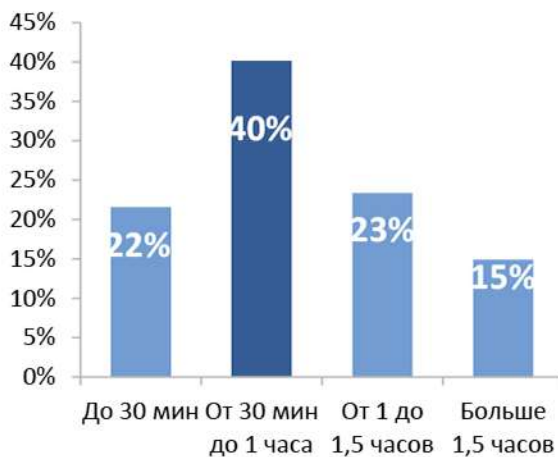


Диаграмма 5

Основную долю составляют курсы продолжительностью от 30 минут до часа. Примерно одинаковые значения получили курсы до 30 минут и от часа до полутора часов. Гораздо реже встречаются в компаниях длинные курсы - больше полутора часов.

Насколько это удобно для сотрудников? Посмотрим на следующих графиках.

Как вам удобнее проходить обучение?

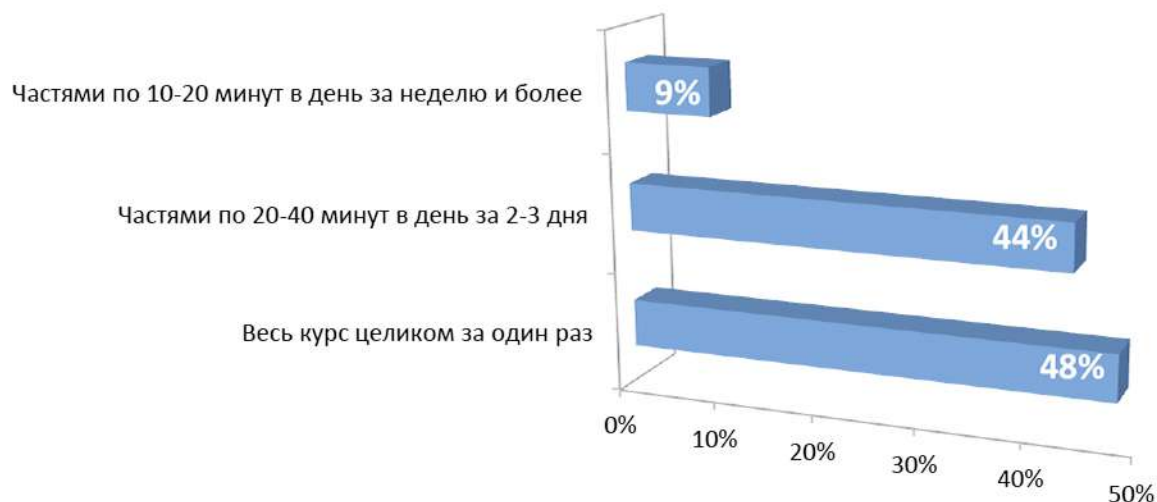


Диаграмма 6

50 минут

Оптимальная длительность одного электронного курса

Большинство сотрудников, почти 48%, предпочитают проходить один курс целиком за один раз. Наиболее вероятно, это связано с тем, как люди приоритизируют обучение. Они хотят взять задачу и решить ее за один раз. Обучение на регулярной основе не видится как норма деятельности. Скорее всего, люди не могут позволить себе обучение, встроенное в регулярную деятельность.

43% готовы по частям учиться, это значит, что в принципе готовность у людей к микрообучению есть.

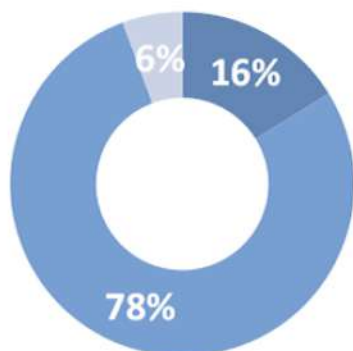
Однако, наименьшее количество людей готовы проходить обучение микрокусочками 10-20 минут в день:

- ◇ люди не понимают, как они могут выделять это время, и не готовы каждый день планировать время на обучение
- ◇ это, возможно, связано с организацией доступа. Если доступ будет простой, то люди будут легче относиться
- ◇ Возможно, такое обучение воспринимается как урывочное, неглубокое, без возможности вдумчивого погружения

Рекомендации:

- ◇ обеспечить понимание сотрудниками, как устроено микрообучение, почему и в каких случаях оно лучше
- ◇ дать возможность людям научиться встраивать микрокурсы в свое рабочее пространство
- ◇ следить за завершенностью учебного контента внутри каждого модуля и связанностью модулей между собой, - чтобы первичный опыт не сформировал впечатление обрывочных фрагментов

Бывает ли так, что с первого раза вы не набираете проходной балл и проходите курс повторно?



- ◆ Никогда не проходил(а) повторно
- ◆ Иногда приходится
- ◆ Часто прохожу курс повторно

Диаграмма 7

Проходите ли вы курсы повторно, чтобы освежить в памяти что-то из его содержания или найти нужную информацию?



Диаграмма 8

Итак, большинство респондентов иногда проходят курс повторно.

Если люди и возвращаются в курс, то очень редко за тем, чтобы что-то вспомнить или найти нужную информацию.

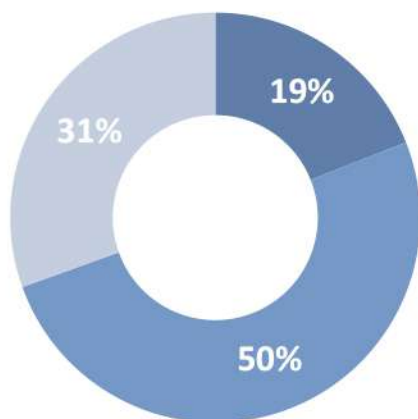
Скорее всего, им нужно набрать проходной балл и пройти тесты, чтобы технически поменять статус курса на завершённый.

Вероятнее всего, люди воспринимают электронный курс не как постоянный источник справочной информации, а как одноразовое событие "прошел - закрыл - забыл". Это может быть связано с организацией доступа к курсу или с организацией материала в курсе – курсы излишне анимированные, привязанные к сюжету, сложно вычленив нужную информацию.

Рекомендации:

- ◆ Курсы должны быть адаптированы для повторного прохождения
- ◆ В курсах не должно быть закрытой навигации: нужно дать возможность вернуться к определенной части материала или только к практическим заданиям
- ◆ В повторном прохождении мешает длительная анимация.

Чаще всего на обучение вы:



- ◆ Планируете и выделяете отдельное время
- ◆ Используете свободное время между основными рабочими задачами
- ◆ Используете личное время за пределами рабочего дня

Диаграмма 9

Большинство используют свободное время между основными рабочими задачами или личное время.

Скорее всего, приоритет у обучения невысокий внутри компании.

В таких условиях, скорее всего, люди сталкиваются с большим количеством отвлечений. Обучение происходит урывками. Это всегда будет связано с качеством восприятия и качеством обучения.

Рекомендации:

1. Стоит учить сотрудников планировать время на обучение. Хорошо, когда в компании есть правила - сколько люди могут выделять времени на обучение в определенный рабочий период.
2. И должна быть такая культура, в которой человек может отказаться от участия в других мероприятиях или других задачах, потому что у него запланировано обучение. Нужно задать правильную приоритизацию учебных активностей в электронном виде, а для этого – создать условия в компании.

Люди часто хотят очную альтернативу. Почему? Очное обучение дает возможность уйти на обучение и заниматься только этим.

Сколько электронных курсов вы прошли за последнее время?

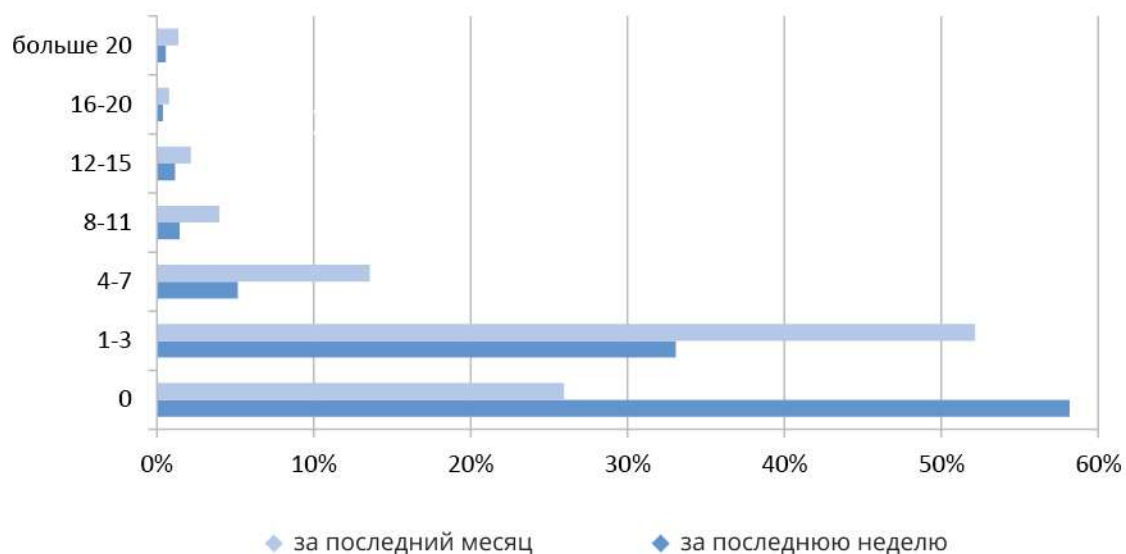


Диаграмма 10

В среднем люди проходят в месяц около двух курсов. Однако, есть люди, которые проходят за месяц больше 20 курсов.

Тенденция хорошая: умеренное количество курсов сотрудники проходят в неделю и в месяц. Но есть сильные перегибы.

Рекомендация:

компаниям нужно следить за тем количеством курсов, которое на одного человека приходится в месяц.



Выводы по главе 1

“Электронные курсы в рабочем графике”

- ◇ Основную долю в компаниях составляют курсы продолжительностью от 30 минут до часа. Это удобно для сотрудников. В среднем сотрудники считают, что оптимальная продолжительность электронного курса в минутах - 51 минута.
- ◇ Большинство респондентов иногда проходят курс повторно. Если люди и возвращаются в курс, то очень редко за тем, чтобы что-то вспомнить или найти нужную информацию. Скорее всего, им нужно набрать проходной балл и пройти тесты, чтобы технически поменять статус курса на завершённый.
- ◇ Большинство используют для обучения свободное время между основными рабочими задачами или личное время. Скорее всего, приоритет у обучения невысокий внутри компании. В таких условиях, скорее всего, люди сталкиваются с большим количеством отвлечений. Обучение происходит урывками. Это всегда будет связано с качеством восприятия и качеством обучения.
- ◇ Большинство сотрудников, почти 48%, предпочитают проходить один курс целиком за один раз. Наиболее вероятно, это связано с тем, как люди приоритизируют обучение. Они хотят взять задачу и решить ее за один раз. Обучение на регулярной основе не видится как норма деятельности. Скорее всего, люди не могут позволить себе обучение, встроенное в регулярную деятельность.



Глава 2.



Как люди учатся

Когда вы изучаете электронный курс, вы чаще всего:



Диаграмма 11

Большинство опрошенных делают заметки – или от руки, или в электронном виде, или делают скриншоты.

Рекомендации:

Это нужно стимулировать делать, потому что заметки значительно улучшают процесс запоминания.

Кроме этого внутри материалов курса должна быть возможность скачать то, что люди не смогут запомнить сразу – таблицы, схемы, наборы правил.

После завершения изучения курса вам бы хотелось:

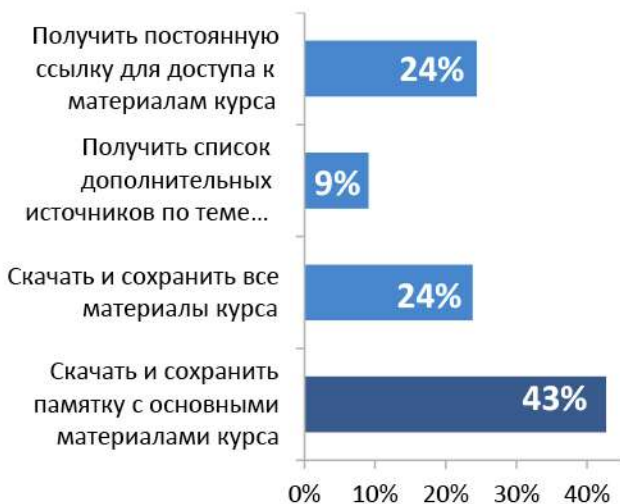


Диаграмма 12

Большинство ответивших хотят скачать памятку с основными материалами курса или все материалы для своего личного постоянного использования.

Рекомендации:

Эту возможность обязательно нужно давать.

И если приоритизировать варианты, то в первую очередь нужно давать материалы для скачивания, и при этом оставлять постоянный доступ к курсу.

Если бы у электронного курса был альтернативный формат, что бы вы выбрали?

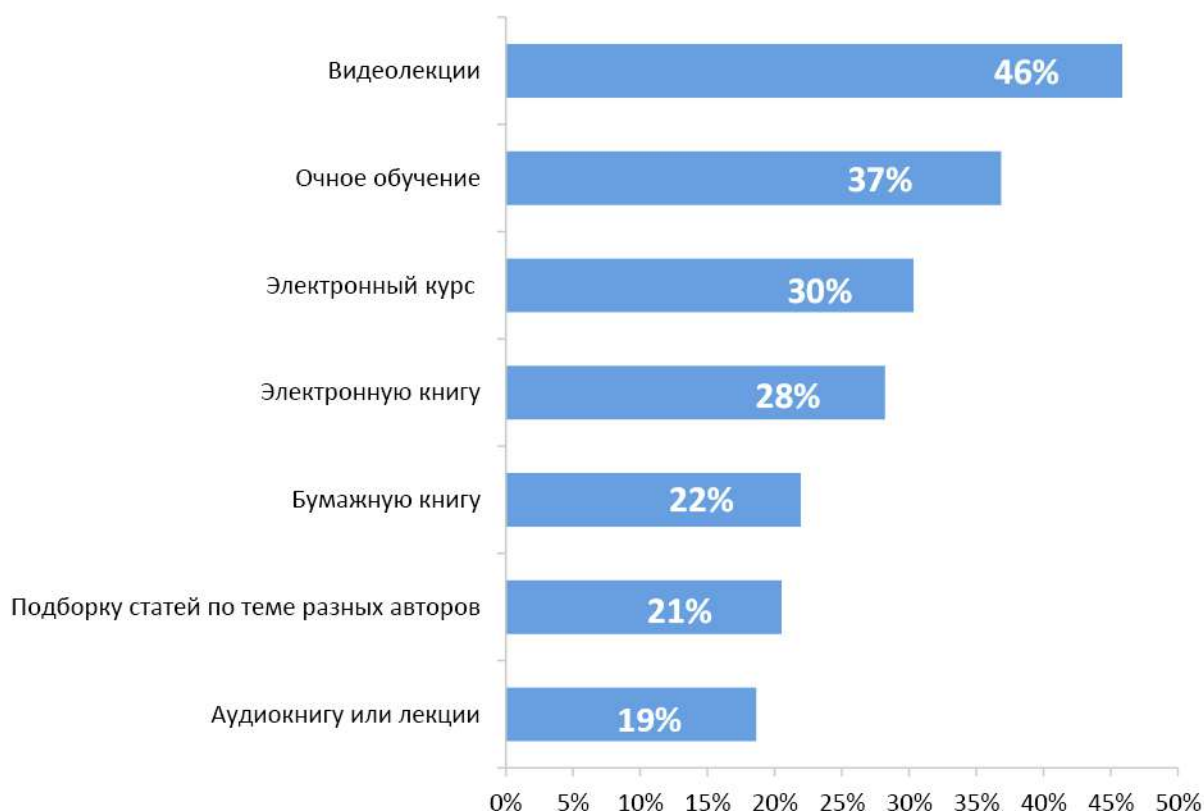


Диаграмма 13

На первом месте видеолекции, на втором – очное обучение, на третьем – альтернатива не нужна.

А самым непопулярным форматом оказался аудио.

Однако все варианты набрали достаточно большое количество голосов.

Вывод: люди рассматривают альтернативы. У респондентов была возможность выбрать все, что им бы подошло. Можно предположить отсюда, что люди хотят иметь сочетание инструментов.

Рекомендация:

Подключать альтернативные форматы в зависимости от контента имеет смысл.

На следующем графике посмотрим, какой формат для каких тем предпочтительнее – на примере видео и текста.

Выберите формат, в котором вам будет комфортнее изучать перечисленные ниже типы материала:

На этом графике можно посмотреть, для какого контента какой формат (видео или текст) слушатели предпочитают.

Рекомендации:

Стоит обратить внимание, что видео чаще выбирают для демонстрации работы с оборудованием и для ситуаций взаимодействия с клиентами.



Диаграмма 14

Что вас отвлекает от обучения?

Чаще всего отвлекают людей от обучения срочные задачи, электронная почта и коллеги. Это свидетельство того, что обучение не является приоритетной задачей.

Рекомендации:

Если мы хотим работать над качеством обучения, нам надо учить людей говорить «нет» задачам, которые поступают в момент обучения.

Отвлечения, прерывания рабочими срочными задачами – потеря времени и денег компании. Чтобы этого не происходило, нужно понимать, какое место занимает обучение в иерархии корпоративных задач.

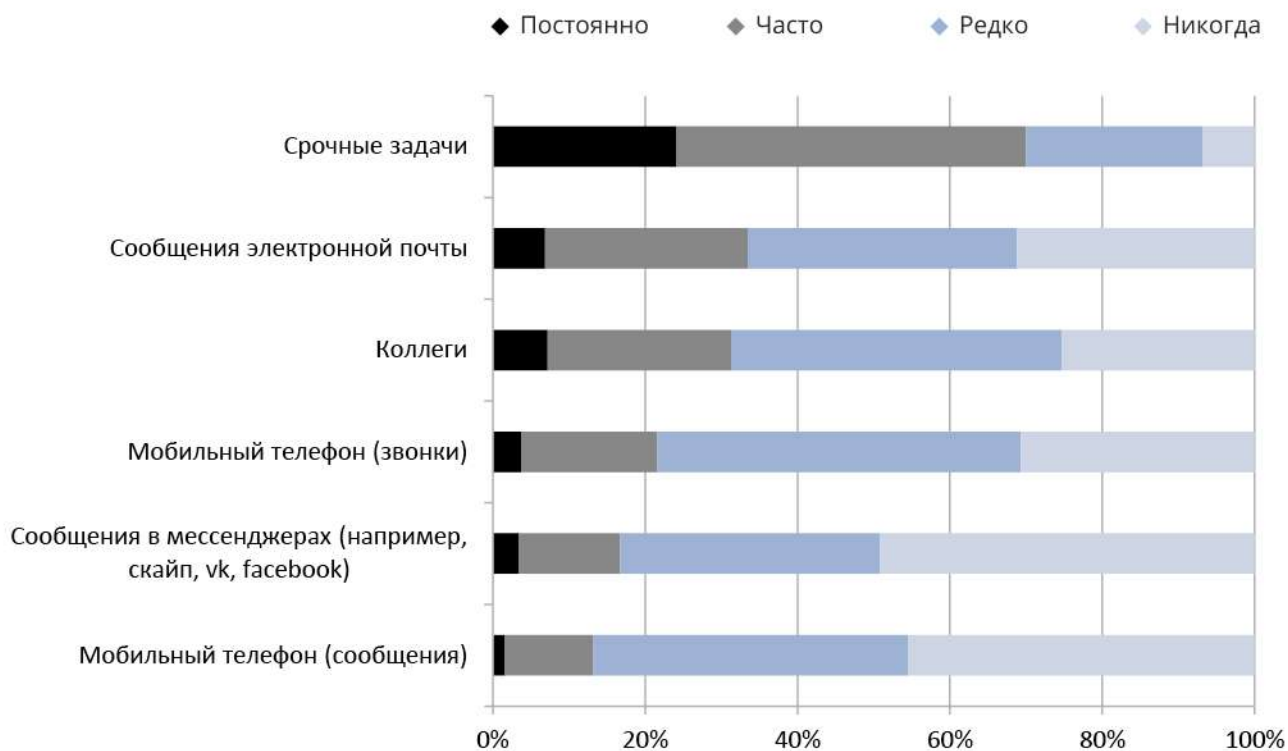
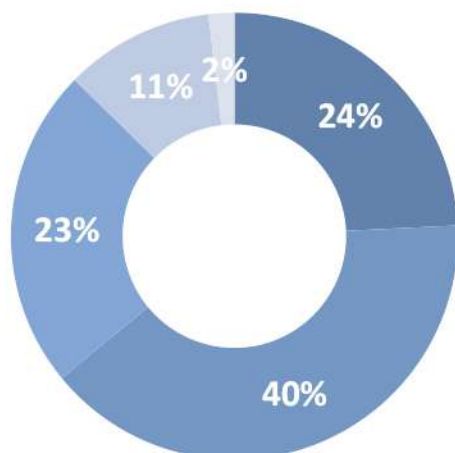


Диаграмма 15

Используете ли вы мобильные устройства (смартфоны или планшеты) для прохождения курса?



- ◆ Никогда не использую, в компании нет такой возможности
- ◆ Никогда не использую, возможность есть, но это неудобно
- ◆ Иногда использую, когда нет возможности пройти иначе
- ◆ Часто использую
- ◆ Изучаю все курсы только с мобильного устройства

Диаграмма 16

У большинства респондентов есть возможность проходить курсы с мобильных устройств, но они ее не используют или используют, только когда нет другого способа.

Они говорят, что это неудобно.

С учетом того, что в компаниях – участниках опроса большая часть курсов адаптирована к прохождению на мобильных устройствах, вероятнее всего, что неудобство связано с объемом контента - курсы длительностью от получаса до полутора часов проходить на мобильном устройстве сложно.

Если речь идет о телефоне, то внимательно, тщательно и долго изучать существенную информацию представляется для сотрудников некомфортным.

Возможно, у сотрудников пока не сложилось понимания, где и как они могут использовать мобильный телефон в обучении.

Для обучения в рамках рабочих задач, какой вариант организации обучения вам более комфортен?

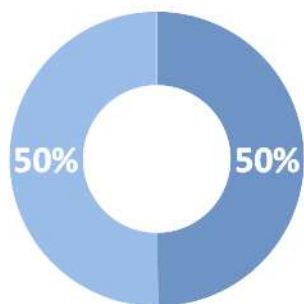


Диаграмма 17

- ◆ Компания определяет темы обучения и развития, готовит учебные материалы и назначает вам для изучения
- ◆ Компания определяет темы обучения и развития, а вы самостоятельно подбираете курсы на доступных в сети ресурсах или изучаете тему полностью самостоятельно

Хотели бы вы больше проходить обучение по собственному выбору и в момент потребности и меньше обязательно назначенных курсов?

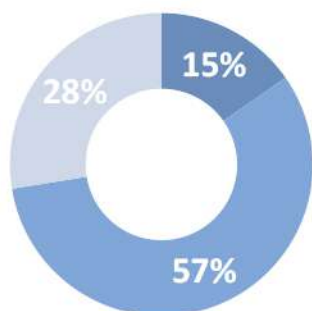


Диаграмма 18

- ◆ Нет, меня устраивает, что компания определяет нужный вектор развития
- ◆ Часть курсов должны быть обязательные, но часть хотелось бы выбирать самостоятельно и в удобное время
- ◆ Да, я хорошо знаю свои задачи и мне удобнее самостоятельно выбирать нужные курсы в нужный момент

Желание самостоятельно выбирать обучение может быть связано с таймингом, с **моментом потребности**. Человек не всегда готов изучать любую тему. В разные периоды времени и в разных состояниях и обстоятельствах есть запросы на разные направления обучения. Момент потребности может возникнуть внезапно.

Рекомендации:

1. Компания не обязана быть готова к каждому такому моменту, но можно сформировать альтернативные источники.
2. Также, нужно создать возможность во внутренней системе зачесть то, что люди проходят самостоятельно.
3. Нужно обратить внимание на систему информирования об уже существующих в компании курсах.

Изучаете ли вы электронные и онлайн курсы для личного обучения, вне задач компании?

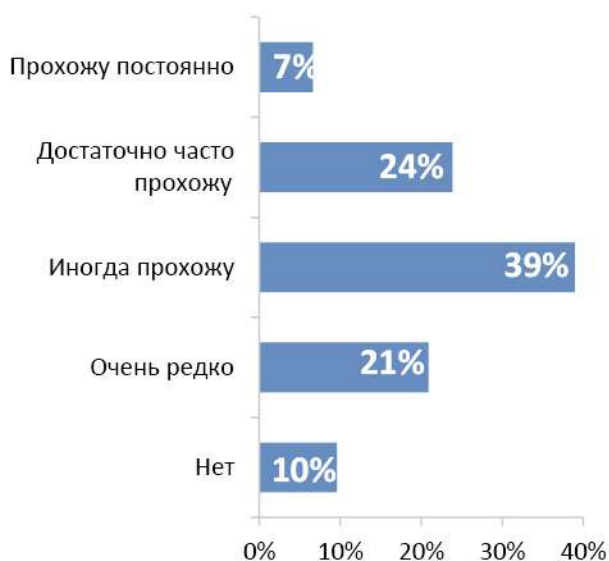


Диаграмма 19

Люди проходят онлайн-курсы для себя. Им есть, с чем сравнивать, для них это инструмент достаточно привычный.

Рекомендации:

Нужно обратить внимание на полярные значения. Людей, которые или не проходят, или проходят очень редко онлайн-курсы, достаточно много – больше 30%. Для этих сотрудников отношение и к электронному обучению может быть достаточно поверхностным – для них оно не является регулярным, ежедневным инструментом.

Если у вас был опыт использования виртуальной реальности (VR, шлем или очки), аттракционы в торговых центрах или кинотеатрах или где-то еще, как вы можете его оценить?



Диаграмма 20

Для тех, кто занимается внедрением VR, может быть полезной информация, что большинство людей или пробовали и с удовольствием повторяют, или не пробовали, но есть такое желание.

Рекомендации:

При правильном подходе потенциал у VR есть. Можно внедрять и использовать для обучения – главное определить задачи.

Если вы играете на мобильном устройстве или на компьютере в игры, что вы чаще всего выбираете?

Чаще всего люди играют в головоломки, логические пазлы и карточные пасьянсы. Это подтверждает желание людей думать, решать что-то и стимулировать свою интеллектуальную деятельность.

Рекомендации:

Если мы проектируем курс, в котором вообще думать не придется, то мы неправы. Курсы должны давать возможность размышлять, ошибаться, строить причинно-следственные связи и анализировать свои ответы и сравнивать их с правильными.

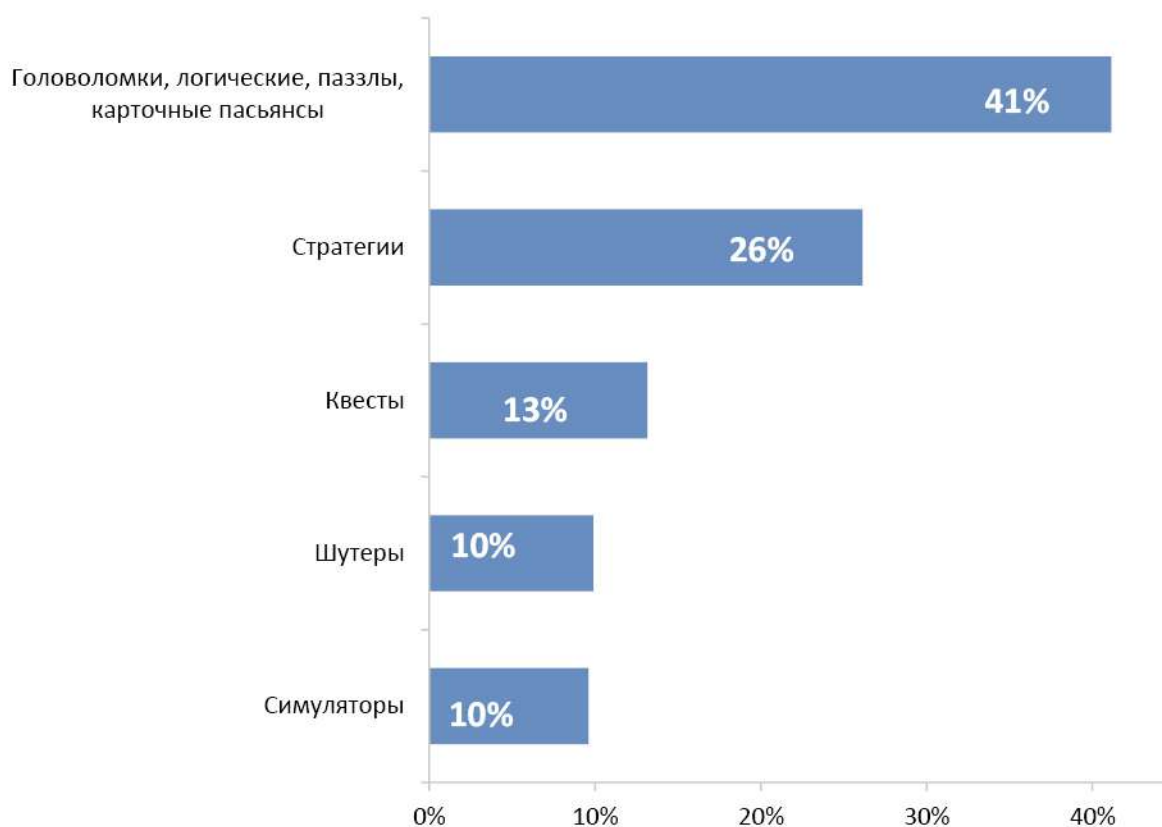


Диаграмма 21



Выводы по главе 2

“Как люди учатся”

- ◇ Нужно стимулировать **делать заметки**, они значительно улучшают процесс запоминания.
- ◇ Внутри материалов курса должна быть **возможность скачать** то, что люди не смогут запомнить сразу – таблицы, схемы, наборы правил.
- ◇ Люди рассматривают альтернативы и хотят иметь **сочетание инструментов**. Подключать альтернативные форматы имеет смысл. Нужно выбирать и сочетать различные способы доставки контента.
- ◇ **Самые сильные отвлекающие факторы в обучении** – это не телефон и мессенджеры, как могло показаться, а рабочие задачи и коллеги. Это означает, что у обучения нет приоритета перед другими рабочими задачами. Если мы хотим это исправить, нам нужно менять место обучения в системе приоритетов и создавать условия, в которых сотрудники от каких-то задач на время обучения могут отказаться.
- ◇ **Около 50% хотят выбирать курсы самостоятельно** и не только внутри компании. Люди хотели бы отвечать за свое обучение сами и выбирать то, что им подходит. Мы должны об этом думать и предоставлять свободу: начать с того, чтобы подбирать внешние источники и на них опираться. Это и большая экономическая составляющая для компании – использование внешних источников может оказаться дешевле, чем содержание всего объема внутри компании.
- ◇ У большинства респондентов есть возможность **проходить курсы с мобильных устройств**, но они ее не используют или используют, только когда нет другого способа.
- ◇ Люди проходят **онлайн-курсы** в том числе и для себя. Для них это инструмент достаточно привычный.
- ◇ **Люди положительно относятся к VR**, потенциал для внедрения такого формата есть.
- ◇ **Любям нравится думать и решать сложные задачи**, свои курсы нам надо проектировать так, чтобы в них была такая возможность.



Глава 3.

Применение на практике

Все ли изученное в электронных курсах вы применяете на практике в жизни и работе? (где 0 - ничего, 10 - все и всегда)

5.8

В среднем примерно половину изученного в курсах люди применяют на практике. Нельзя сказать, что это плохой показатель, как равно нельзя сказать, что хороший. Частично может идти речь об обязательных обучении, знания из которых невозможно применить, потому что не наступают соответствующие ситуации. Но наиболее вероятно, что люди отвечают в целом по обучению и говорят о том, что не все, что они изучают в курсе, можно приложить к реальным рабочим ситуациям.

Рекомендации:

Корпоративная система обучения должна стремиться к тому, чтобы сотрудники максимально применяли на практике новые знания.

Как быстро вы начинаете применять новые знания на практике?

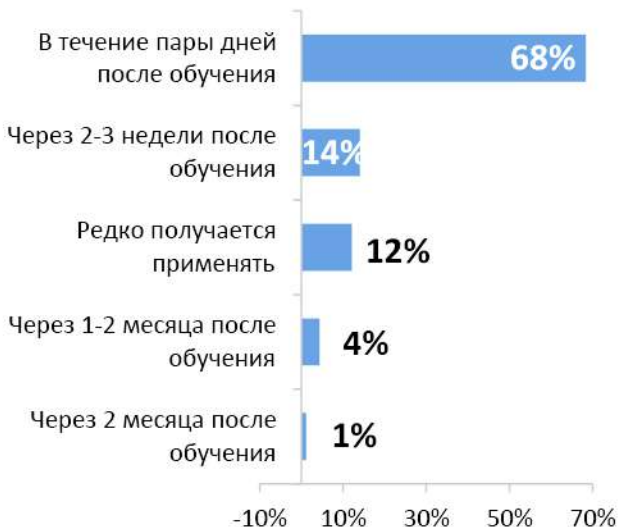


Диаграмма 22

Если люди начинают применять новые знания на практике, то происходит это в ближайшие дни или недели после обучения.

Это очень хороший показатель, он говорит о том, что пройденное обучение было практичным.

Рекомендации:

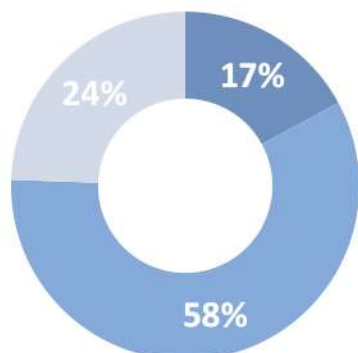
Мы видим значительную долю людей, которые говорят, что у них редко получается применить обучение на практике. Это момент, на который надо обращать внимание. Возможно, людям попадают не те курсы, которые они должны проходить, нам нужно сокращать разрыв между реальной деятельностью и тем обучением, которое они проходят.



Глава 4.

Обучение и общение

После изучения электронного курса у вас возникает желание:



- ◆ Обсудить изученное с экспертом
- ◆ Обсудить изученное с коллегами
- ◆ Нет потребности в обсуждении

Диаграмма 23

Хотелось бы вам общаться во время изучения курса с коллегами - очно или электронно?

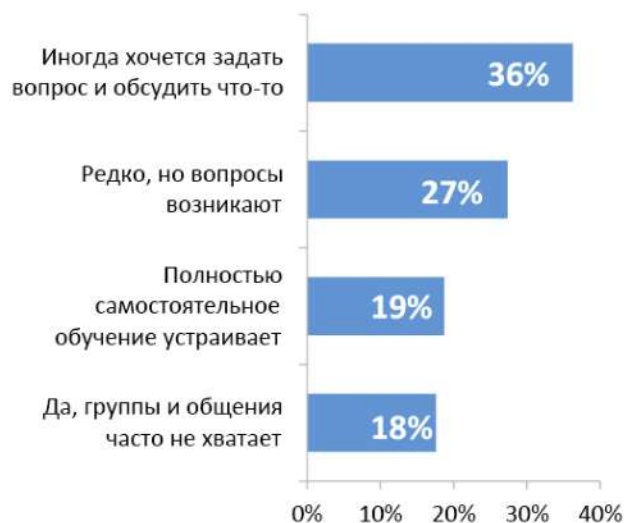
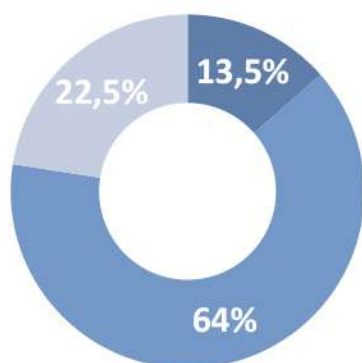


Диаграмма 24

В процессе изучения курса:



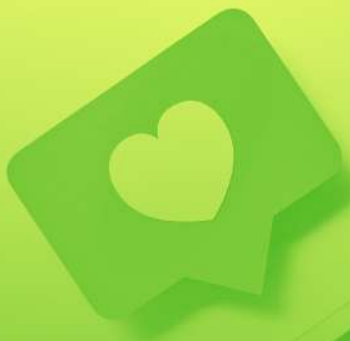
- ◆ Чаще всего нужна поддержка эксперта
- ◆ Иногда нужна поддержка эксперта
- ◆ Поддержка эксперта не нужна

Диаграмма 25

Большинство людей хотят обсудить изученное с коллегами или с экспертами во время и после обучения.

Рекомендации:

1. Процесс электронного обучения нельзя изолировать. Коммуникация должна быть встроена в учебный процесс и должна быть его постоянной частью во время и после обучения. Это могут быть форматы книжных клубов для обсуждения электронных курсов, дискуссионные группы, митапы, рабочие встречи.
2. Нужен модератор, тьютор во время обучения. Очень важно не пускать процесс на самотек. Есть моменты, которые могут не позволить людям организоваться самим – например, рассинхронизация обучения.



Выводы по главам 3 и 4:

практика и коммуникации

- ◇ Корпоративная система обучения должна стремиться к тому, чтобы сотрудники максимально применяли на практике новые знания.
- ◇ Если обучение практично, люди начинают применять его в первые же дни после завершения.
- ◇ Нужно обращать внимание на ситуации, когда сотрудники не могут применить обучение в работе. Возможно, людям попадают не те курсы, которые они должны проходить, есть разрыв между реальной деятельностью и тем обучением, которое они проходят.
- ◇ И во время, и после обучения у людей есть потребность обсудить изученное с коллегами и экспертами. Коммуникации очень важны, и возможность для них необходимо организовать. Должны быть люди, которые организуют и поддерживают процесс обучения, и коммуникации между сотрудниками по поводу обучения.



Глава 5.

Сценарии, сюжеты, геймификация

Какой электронный курс понравится вам больше всего? (0 - впечатление не производит, 5 - производит самое большое впечатление)



Диаграмма 26

Что для вас самое важное в электронном курсе? (0 - неважно, 5 - очень важно)



Диаграмма 27

Что вам понравится и что для вас важно?

Среди курсов, которые **произведут самое большое впечатление**, лидеры – курсы с необычным сюжетом. Люди впечатляются – им интересно посмотреть на необычные учебные материалы.

Но эти данные нужно рассматривать совместно с данными, которые появились на вопрос **«Что для вас самое важное в электронном курсе?»**

Самое важное, что люди хотят получить в материале, - **это практические примеры применения в рабочей деятельности**. С огромным отрывом идет именно этот показатель.

Следующие по степени важности – задания и упражнения на основе реальных задач и проблем и хорошо изложенные теоретические материалы с иллюстрациями к ним.

Если мы посмотрим на увлекательный сюжет с героями, то по степени важности этот фактор практически не имеет влияния и идет в конце списка.

Мы видим, что яркие курсы с сюжетом производят впечатление, привлекают, вызывают любопытство, но на деле - учиться люди хотят по другим курсам.

Есть достаточно большой процент людей, которые сюжету и оформлению ставят вообще «0» по степени важности для обучения (16% и 17% соответственно).

Нужна практика, нужны упражнения на основе реальных задач, нужны хорошо изложенные теоретические материалы и качественные иллюстрации.

А с ярким сюжетным курсом эти вещи несовместимы.

То, что производит впечатление, - это не то, чем люди хотят пользоваться.

То, что вызывает любопытство и поверхностный интерес, не подходит для того, чтобы качественно учиться.

Люди могут говорить о курсе, что он привлекательный и любопытный, но это не значит, что они хотят по нему учиться.

Как тогда этот момент привлечения и вовлечения сюжетами и героями можно использовать?

Делать привлекательными и любопытными начало курса, небольшой вводный сюжет, завершение, трейлер или тизер – то, что сначала обратит на себя внимание. Но потом мы все равно должны прийти к приземленным вещам – практике, хорошо изложенной теории, кейсам, реальным рабочим задачам.

Далее посмотрим глубже и подробнее, какие инструменты электронного обучения помогают учиться, а какие отвлекают.

Когда вы изучаете электронный курс, какие инструменты помогают и дополнительно мотивируют?



Диаграмма 28

Если что-то будет вас отвлекать в процессе изучения материалов, то это скорее всего будет:

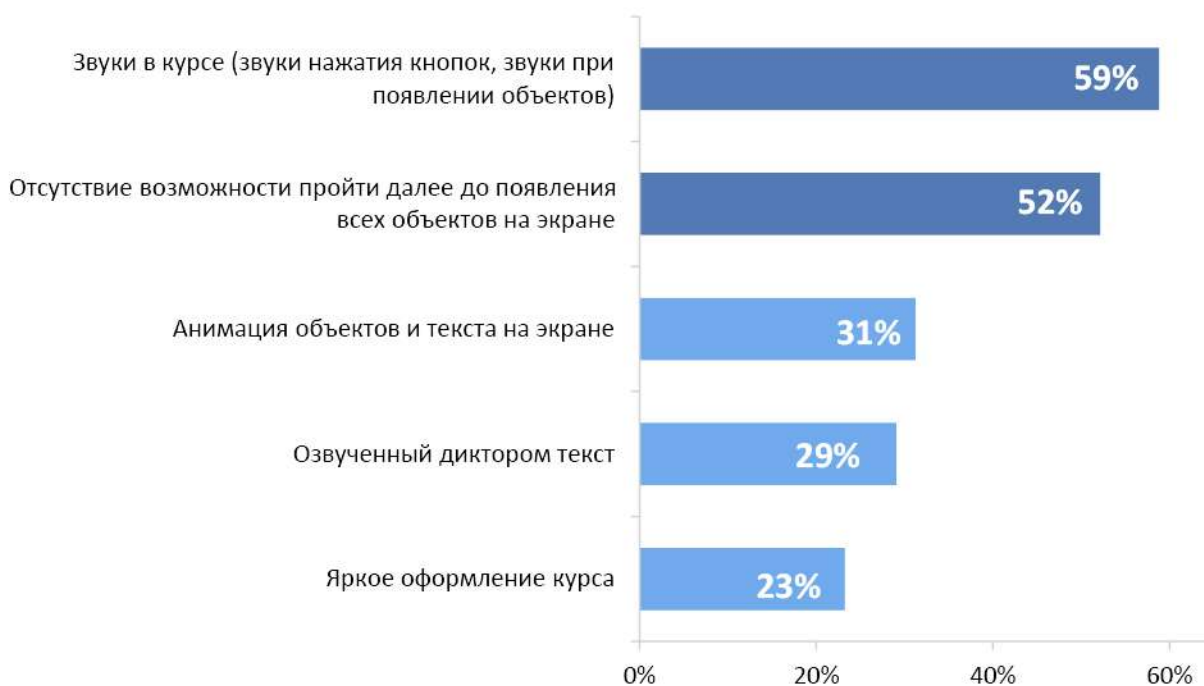
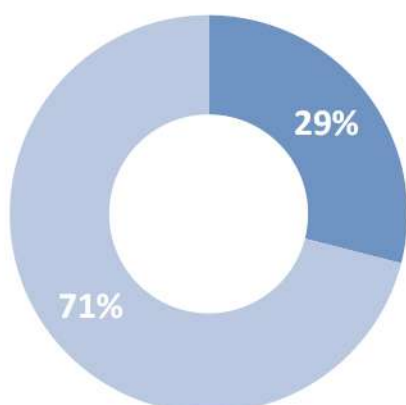


Диаграмма 29

При прохождении курса вам дали возможность выбора, что вам подойдет лучше:



- ◆ Увлекательный курс с необычным сюжетом и красочным оформлением, где учебный материал вписан в сюжет с повествовательной подачей
- ◆ Курс с большим количеством практических примеров и заданий, с простым и аккуратным оформлением

Диаграмма 30

В среднем, в тех электронных курсах, которые вы изучаете, что бы вы хотели изменить?

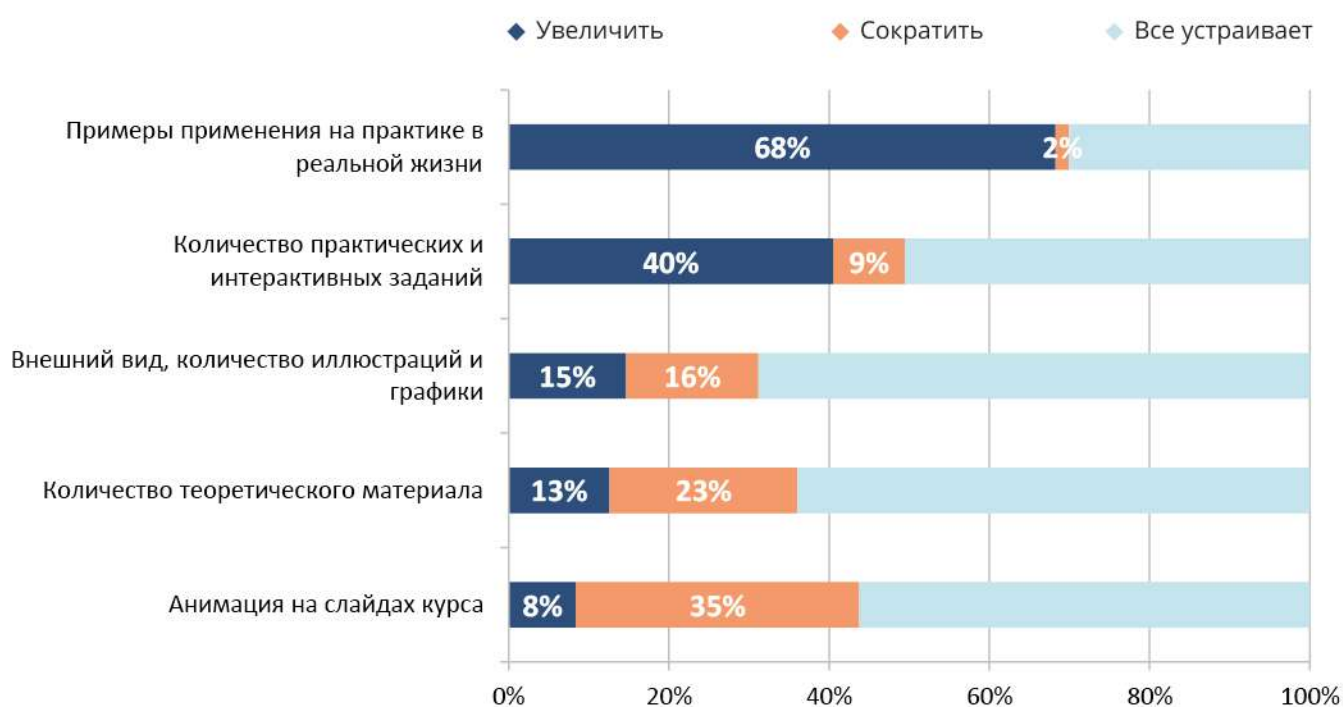


Диаграмма 31



Выводы по главе 5

“Сценарии и сюжеты”

- ◇ **Яркие курсы с сюжетом и персонажами производят впечатление**, привлекают, вызывают любопытство, но на деле - учиться люди хотят по другим курсам.
- ◇ **Нужна практика, нужны упражнения на основе реальных задач, нужны хорошо изложенные теоретические материалы и качественные иллюстрации.**
- ◇ Из тех инструментов, которые доступны в электронном обучении, **мотивируют больше всего:** разбор ситуации с учетом своего ответа, наглядный прогресс и причинно-следственные связи на основе реальных ситуаций. Эти факторы обязательно должны присутствовать в обучающих курсах и программах.
- ◇ **Наличие в курсе значков, наград, баллов и героя**, от имени которого можно выполнять действия и которого можно развивать, - имеет намного меньшее значение.
- ◇ **Закрытая навигация и лишние звуки лидируют в качестве отвлекающих факторов.** Мы должны доверять своим слушателям и, во-первых, давать им возможность идти по курсу так, как им нравится, а во-вторых, не создавать ситуаций, когда для продолжения нужно дождаться всей информации – это мешает. Все, что замедляет появление информации, нужно убирать. Любая анимация будет медленнее, чем скорость нормального восприятия человека.
- ◇ На многие из этих вещей – анимация, звуки, персонажи, сюжеты, - разработчики тратят достаточно много времени и усилий. Все эти элементы делают курс дороже, а работу над ним сложнее и дольше. Однако это именно те вещи, которые не нравятся слушателям и мешают обучению. **Самое время подумать, от чего отказаться.**
- ◇ **При выборе, во что инвестировать время и деньги, нужно выбирать курсы с большим количеством практических примеров и заданий из реальной жизни** – людям этого не хватает.



Глава 6.

■ Миф?



◇ В этой главе давайте посмотрим, подтвердятся ли предположения, которые обычно мы делаем по поводу способа и стиля обучения у представителей молодого поколения и руководителей.

◇ **Проверим следующие утверждения:**

1. молодые люди привыкли воспринимать информацию небольшими порциями и им сложно сосредоточиться на большом объеме
2. люди, принадлежащие к молодому поколению, более охотно используют для обучения мобильные устройства
3. для людей, принадлежащих к молодому поколению, нужно делать сюжетные курсы и создавать персонажей
4. для мотивации молодого поколения в курсах и программах нужно делать больше элементов геймификации
5. выбор форматов обучения отличается в выборке молодой аудитории в сравнении с общей выборкой
6. ТОП-менеджеры учатся по-другому, для них нужны специальные программы и условия

У молодого поколения «клиповое сознание»?

Как вам удобнее проходить обучение?

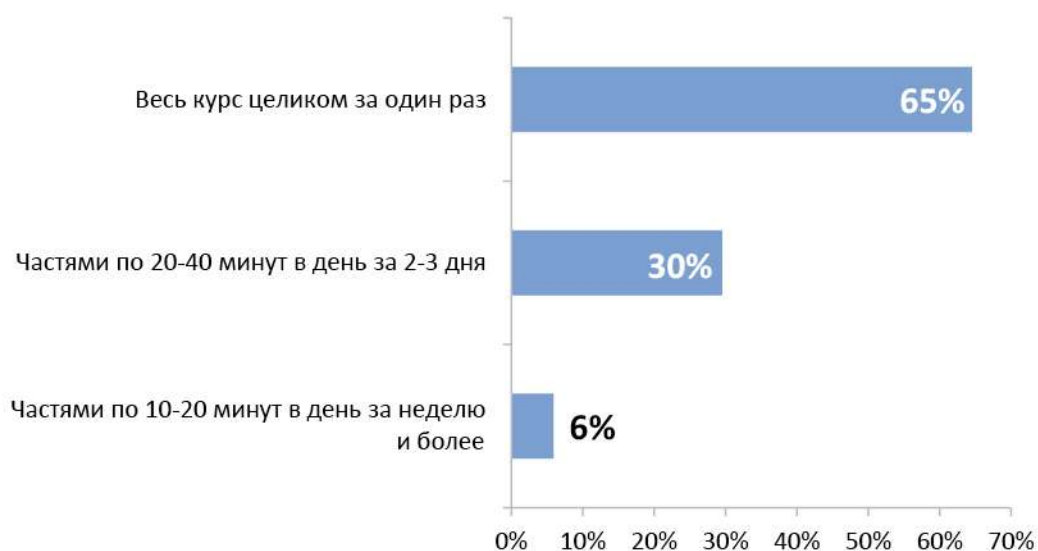


Диаграмма 32

Как вы считаете, какова оптимальная длительность одного электронного курса ?

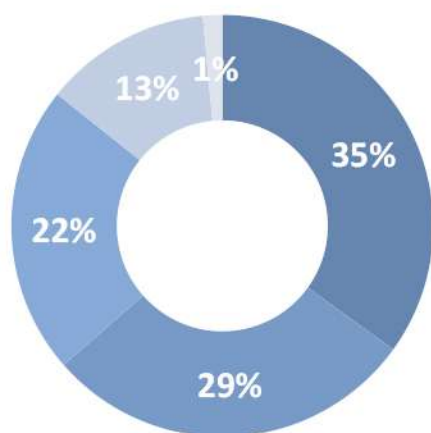
**45
минут**

Утверждение, что молодые люди привыкли воспринимать информацию небольшими порциями и им сложно сосредоточиться на большом объеме –

МИФ.

Молодое поколение более охотно использует мобильные телефоны для обучения?

Используете ли вы мобильные устройства (смартфоны или планшеты) для прохождения курса?



- ◆ Никогда не использую, возможность есть, но это неудобно
- ◆ Иногда использую, когда нет возможности пройти иначе
- ◆ Никогда не использую, в компании нет такой возможности
- ◆ Часто использую
- ◆ Изучаю все курсы только с мобильного устройства

Диаграмма 33

Утверждение, что люди, принадлежащие к молодому поколению, более охотно используют мобильные устройства – МИФ.

Молодое поколение по-другому выбирает форматы обучения?

Если бы у электронного курса был альтернативный формат, что бы вы выбрали?

Вся выборка

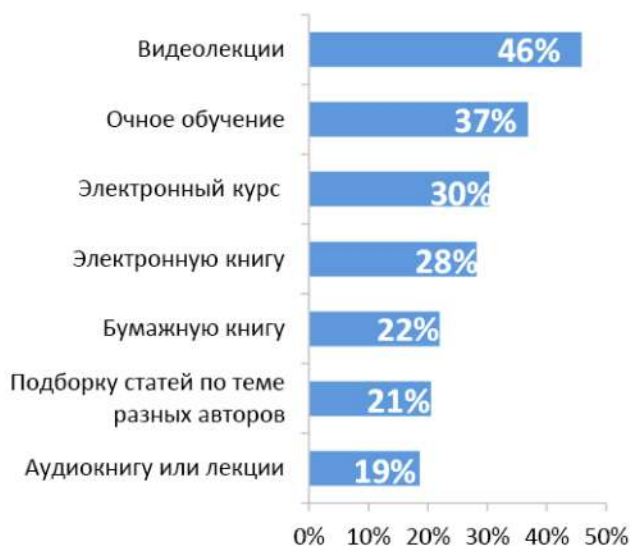


Диаграмма 34

Выборка 20-25 лет



Диаграмма 35

Утверждение, что люди, принадлежащие к молодому поколению, предпочитают другие форматы или по-другому совершают выбор форматов – МИФ.

Молодое поколение предпочитает курсы с сюжетами и персонажами?

Какой электронный курс понравится вам больше всего?

(0 - впечатление не производит, 5 - производит самое большое впечатление)

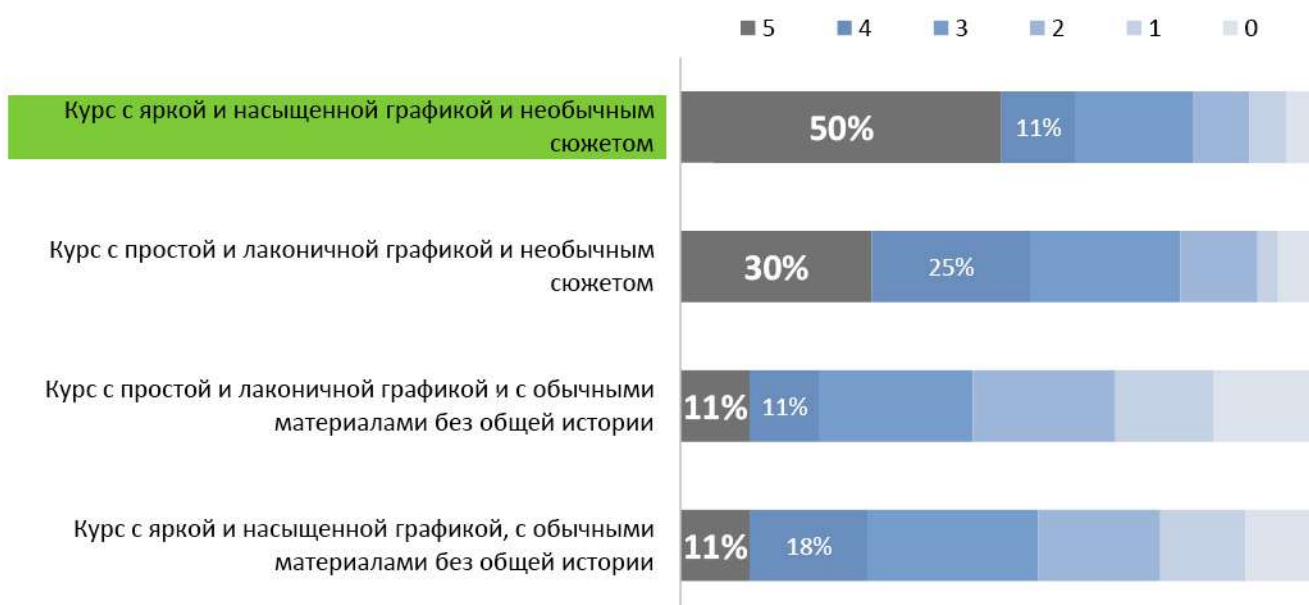


Диаграмма 36

Что для вас самое важное в электронном курсе?

(0 - неважно, 5 - очень важно)

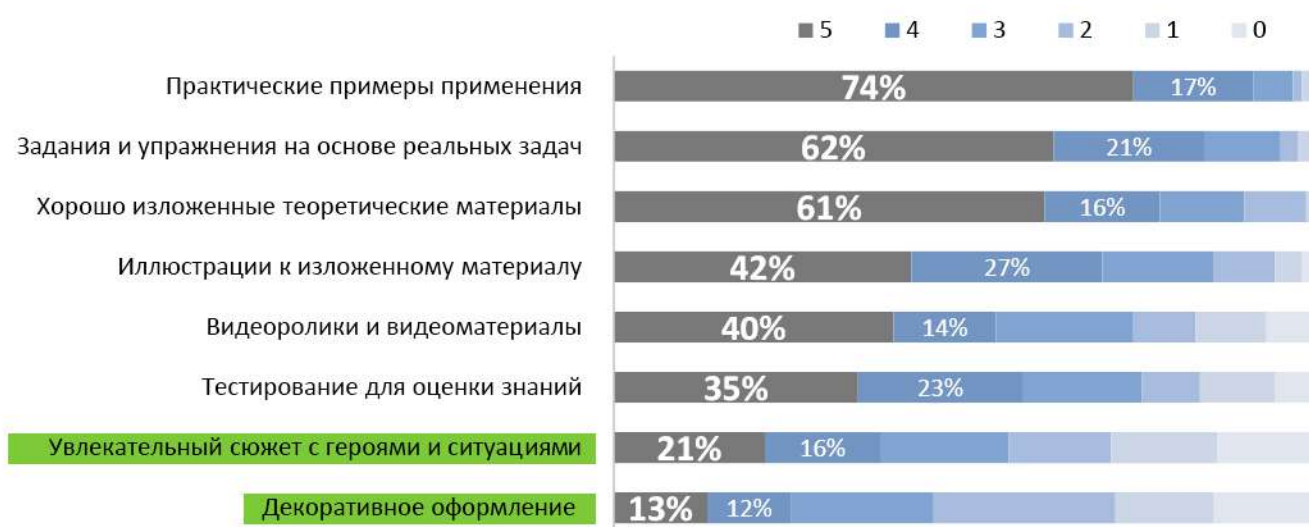


Диаграмма 37

Молодое поколение предпочитает курсы с сюжетами и персонажами?

При прохождении курса вам дали возможность выбора, что вам подойдет лучше:

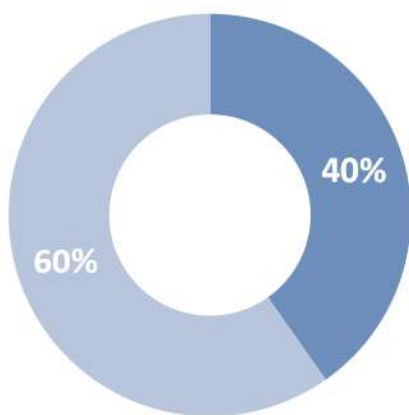


Диаграмма 38

- ◆ Увлекательный курс с необычным сюжетом и красочным оформлением, где учебный материал вписан в сюжет с повествовательной подачей
- ◆ Курс с большим количеством практических примеров и заданий, с простым и аккуратным оформлением

Мы видим, что респонденты в выборке «20-25 лет» отвечают так же, как и респонденты в общей выборке. Яркие сюжеты, герои и персонажи могут привлечь и вызвать любопытство, но для обучения важны другие факторы: практические примеры, задания на основе реальных рабочих ситуаций, аккуратно изложенные теоретические материалы.

Предположение, что молодое поколение предпочитает для обучения сюжетные курсы – МИФ.

ТОП-менеджеры учатся по-другому и для них нужно создавать специальные условия?

- ◆ В исследовании приняли участие 26 ТОП-менеджеров.
- ◆ Сводные данные по их ответам повторяют те результаты и выводы, которые представлены по общей выборке. Мы не обнаружили ни одной иллюстрации каких-либо значимых отклонений от общих тенденций и распределений ответов ни по одному пункту исследования.
- ◆ Это означает, для руководителей не нужно создавать особенных обучений, специальных версий обучающих программ или учитывать специальные условия.

Для мотивации молодого поколения в курсах и программах нужно делать больше элементов геймификации?

Когда вы изучаете электронный курс, какие инструменты помогают и дополнительно мотивируют?



Диаграмма 39

Мы видим, что респонденты в выборке «20-25 лет» не более мотивированы героями, значками и наградами, чем респонденты в общей выборке. Среди молодого поколения эти показатели занимают последние строчки в рейтинге.

Что важно для мотивации?

- ◇ Возможность увидеть свой прогресс в программе обучения
- ◇ Возможность видеть свои результаты в сравнении с правильными и разбор ситуаций
- ◇ Примеры реальных ситуаций, связанных с деятельностью компании

Итоги

- ◇ При выборе, во что инвестировать время и деньги, нужно выбирать курсы с большим количеством практических примеров и заданий из реальной жизни – людям этого не хватает.
- ◇ Из тех инструментов, которые доступны в электронном обучении, **мотивируют больше всего:** разбор ситуации с учетом своего ответа, наглядный прогресс и причинно-следственные связи на основе реальных задач. Эти факторы обязательно должны присутствовать в обучающих курсах и программах.
- ◇ **Наличие в курсе значков, наград, баллов и героя**, от имени которого можно выполнять действия и которого можно развивать, - имеет намного меньшее значение.
- ◇ На многие из этих вещей – анимация, звуки, персонажи, сюжеты, - разработчики тратят достаточно много времени и усилий. Все эти элементы делают курс дороже, а работу над ним сложнее и дольше. Однако это именно те вещи, которые не нравятся слушателям и мешают обучению. **Самое время подумать, от чего отказаться.**
- ◇ **Большинство используют для обучения свободное время между основными рабочими задачами или личное время.** Скорее всего, приоритет у обучения невысокий внутри компании. В таких условиях, скорее всего, люди сталкиваются с большим количеством отвлечений. Обучение происходит урывками. Это всегда будет связано с качеством восприятия и качеством обучения.
- ◇ **Самые сильные отвлекающие факторы в обучении** – это не телефон и мессенджеры, как могло показаться, а рабочие задачи и коллеги. Это означает, что у обучения нет приоритета перед другими рабочими задачами. Если мы хотим это исправить, нам нужно менять место обучения в системе приоритетов и создавать условия, в которых сотрудники от каких-то задач на время обучения могут отказаться.
- ◇ **И во время, и после обучения у людей есть потребность обсудить изученное с коллегами и экспертами.** Коммуникации очень важны и возможность для них необходимо организовать. Должны быть люди, которые организуют и поддерживают процесс обучения, и коммуникации между сотрудниками по поводу обучения.
- ◇ Утверждение, что представители молодого поколения привыкли воспринимать информацию небольшими порциями и им сложно сосредоточиться на большом объеме, – МИФ.
- ◇ Предположение, что молодое поколение предпочитает для обучения сюжетные курсы – МИФ.
Утверждение, что люди, принадлежащие к молодому поколению, предпочитают другие форматы или по-другому совершают выбор форматов – МИФ.
- ◇ Для руководителей не нужно создавать особенных обучений, специальных версий обучающих программ или учитывать специальные условия.

Благодарим за внимание и приглашаем на наши страницы:

- ◇ [Телеграм-канал](#) Живое обучение, ведет Елена Тихомирова
- ◇ [Блог](#) Живое обучение, ведет Елена Тихомирова
- ◇ Телеграм-канал конференции [eLearning elements](#)
- ◇ Живое обучение на [Яндекс.Дзен](#)

◇ eLearning center www.e-learningcenter.ru

◇ +7 (495) 276 08 71 info@e-learningcenter.ru

Партнеры исследования

