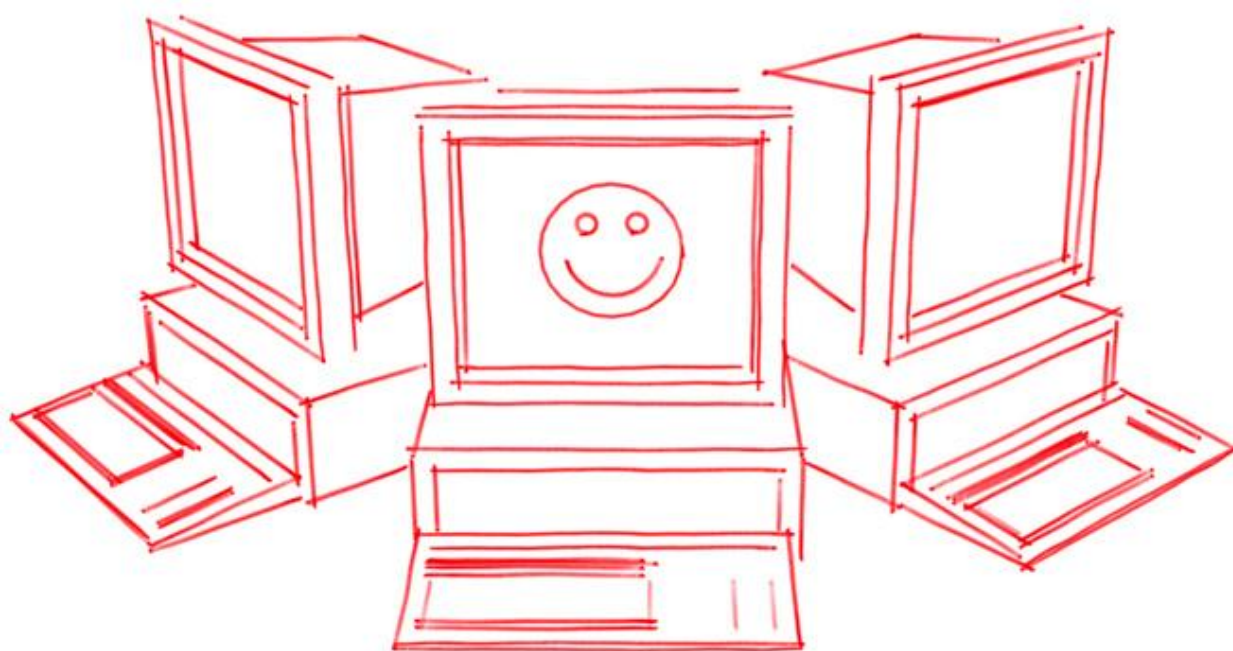


Матвеев Евгений

15 критериев качественного курса



Оглавление

| | |
|--|----|
| Введение | 3 |
| Цели курса | 5 |
| 1. Цель должна быть достаточно четкой и конкретной..... | 6 |
| 2. Цель должна быть определенной и локальной..... | 7 |
| 3. Цель должна быть согласованной..... | 8 |
| 4. Цель должна быть известна обучаемым | 9 |
| Целевая аудитория..... | 10 |
| 5. У курса должна быть четкая целевая аудитория..... | 11 |
| 6. Должен быть известен уровень подготовки обучаемых | 12 |
| 7. Обучаемые должны знать, что курс для них | 13 |
| Результаты | 14 |
| 8. Оценка должна быть простой и понятной..... | 15 |
| 9. Обучаемому должны быть понятны последствия оценки | 16 |
| Дизайн..... | 17 |
| 10. Дизайн должен быть простым и понятным..... | 18 |
| 11. Дизайн должен быть подчинен целям и целевой аудитории..... | 19 |
| 12. Дизайн должен быть однотипным..... | 20 |
| Интерактивности | 21 |
| 13. За каждой интерактивностью должна следовать обратная связь | 22 |
| 14. Интерактивности должны вовлекать | 23 |
| 15. Интерактивности не должны быть ради интерактивностей..... | 24 |
| Заключение..... | 25 |

Введение

Спасибо, что читаете эти строки. Надеюсь, данная брошюра окажется полезным инструментом в вашей работе. Отзывы и конструктивная критика приветствуются.

Что это за брошюра и кому она может пригодиться? Она может быть полезна разработчикам электронных курсов, как внешним, так и внутренним, а также заказчикам курсов, которым надо принимать работу, и советы, на что обращать внимание, также пригодятся. Причем заказчики также могут быть разными – как сотрудник HR-службы, контролирующей заказ у внешнего провайдера, так и руководитель отдела, контролирующей работу внутренних разработчиков.

Конечно, чтобы получился качественный курс, надо сразу планировать работу качественно – верно формулировать цели, знать целевую аудиторию курса, правильно работать с исходными материалами и экспертами, верно подобрать дизайн и придумать сюжет и многое, многое другое – тут целая наука.

В небольшой брошюре всего не охватишь, да и нет такой цели. А цель данной брошюры – предоставить некий краткий и понятный перечень требований, которым должен соответствовать качественный курс.

Курсы бывают совершенно разными – и по тематике, и по целям, и по бюджетам на разработку, и по стилистике, и по технологиям и по массе еще других параметров. Поэтому будет прав тот, кто скажет, что не может быть единых критериев, определяющих качество курса. Действительно, невозможно придумать какой-то общий эталон для всех курсов, какой-то инструмент волшебный, куда загрузили бы любой курс, и тут же загорелась соответствующая лампочка – хороший это курс или плохой.

Однако минимум требований сформулировать вполне можно. Требования эти логичные, естественные и почти неоспоримые. Например, никто же не будет спорить, что курс должен быть аккуратным и выдержанным в едином дизайнерском стиле. Не должен быть один слайд в серых тонах, другой – в розовых, а третий – в серобуромалиновых. И на самом деле таких очевидных и простых вещей много. А когда они собраны в одном месте, то и пользоваться ими удобно. Прямо по пунктам идем и смотрим, какому пункту курс соответствует, а какому нет. Все несоответствия исправляем.

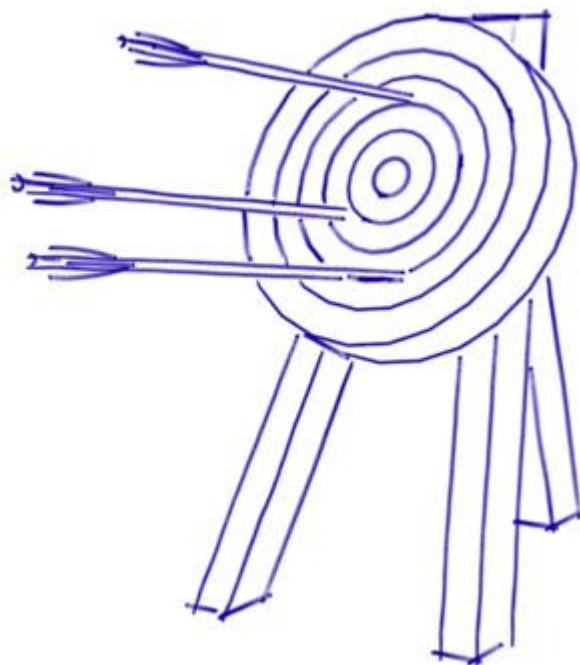
Конечно, если курс будет соответствовать всем критериям, то это еще вовсе не значит, что он качественный. В математике есть такое понятие: «необходимое, но недостаточное условие». Это как раз наш случай. Необходимо, чтобы курс соответствовал всем условиям, и тогда он попадет в претенденты на звание качественного. Но этого вовсе недостаточно. Конечную оценку ставить все же пользователям. И не только. Впрочем, оценка эффективности курса, это совсем другая история. И об этом в другой раз.

Одним словом, перед вами сборник необходимых, но недостаточных условий, которым должен соответствовать электронный курс, претендующий на звание качественного.

Приступим.

Цели курса

Казалось бы, очевидная вещь – цель у курса всегда должна быть. Цель – это самое главное, с чего должен начинаться курс, с чего должна начинаться его разработка. Именно с помощью цели мы сможем определить, был ли курс эффективным. Однако, как бы это не показалось странным, многие курсы разрабатываются без цели. Вернее цель есть всегда, но либо она не верная, либо неверно сформулирована, либо вообще формальная, имеющая малое отношение к реальной жизни.



1. Цель должна быть четкой и конкретной

Цель должна быть сформулирована так, чтобы она была четкой, конкретной и понятной. Как говорится, понятной даже Гомеру Симпсону.

Предположим, вы делаете курс, который должен научить сотрудников правильно заполнять определенные документы. Как можно сформулировать цель курса? Например, так: Цель – сформировать у обучаемых навык работы с документацией определенного типа в различных производственных ситуациях... (ну и еще три строчки в том же духе). Верно ли сформулирована такая цель? Вполне возможно, формально – да. Но поймет ли ее Гомер Симпсон? Вряд ли – он уснет на третьем же слове.

А как лучше? Да как есть, как говорят нормальные люди в обычной жизни. Если мы хотим, чтобы курс научил заполнять определенные документы, то так и запишем: Цель – научить заполнять документы такие-то, такие-то и такие-то. И сразу все понятно. Если сотрудник успешно прошел курс, то его разбуди в три часа ночи, попроси заполнить нужный документ, и он это должен сделать.

Именно так. В формулировке цели сразу должен звучать критерий оценки курса – что должен знать или уметь пользователь после прохождения курса. А если этого нет, то и курс, получается, не понятно, зачем нужен.

2. Цель должна быть определенной и локальной

Бойтесь и избегайте глобальных целей. Многие начинающие разработчики не перестают наступать на эти грабли. Невозможно все запихнуть в один курс, как бы этого не хотелось. Курс получится большой и скучный. А значит и неэффективный.

Предположим, есть потребность обучить менеджеров по продажам навыкам продаж. У многих разработчиков возникает искушение сделать один хороший такой, качественный, большой курс по продажам. Запихнуть туда все, что касается продаж. Вот прямо все, все, все.

Увы, такой подход окажется, скорее всего, неэффективным. Продажи – это слишком большое понятие. По продажам написана масса книг, проводится бесконечное количество тренингов, навыки нарабатываются всю жизнь. Ну, невозможно физически все включить в одну учебную программу. Вряд ли из этого что-то хорошее выйдет. Тут даже непонятно, как сформулировать цель такого мега-курса.

Гораздо лучше по этой теме делать массу небольших курсов, но с совершенно конкретными целями. Например, один курс научит правильно презентовать товар, другой – работать с рекламациями и сложными клиентами, третий – расскажет, где искать новых клиентов. И так далее.

Другими словами, если есть большая глобальная цель, не нужно за ней гнаться. Лучше разбить ее на маленькие, но совершенно понятные и конкретные цели, и работать уже с каждой из них в отдельности. Так гораздо и проще, и эффективнее.

3. Цель должна быть согласованной

Еще одна банальная, но важная мысль. Цель не должна жить сама по себе. Она должна быть согласованной со стратегическими и тактическими целями организации, с учебными целями других курсов, с ситуацией внутри компании и на внешнем рынке.

Например, если компания планирует выходить на новые рынки, не расширяя свою продуктовую линейку, то курс для менеджеров по продажам, где и как искать новых клиентов будет более чем уместен. А вот на курс для закупщиков по поиску и выбору новых поставщиков, в этом случае, вряд ли стоит тратить усилия и бюджеты.

Если организация придерживается консервативной кадровой политики, и 99% сотрудников являются «старичками», которые работают десятилетиями, а новый сотрудник приходит раз в пятилетку, то маловероятно, что понадобится адаптационный курс для вновь принятых сотрудников. И как собаке пятая нога нужен будет курс для кадровиков по поиску и подбору персонала.

Или вот другой пример. Как должен вести себя сотрудник в офисе, если сломалась офисная техника? Можно дать инструкции в соответствующем курсе. Только со временем может появиться два курса. Цель первого – дать сотрудникам исчерпывающую информацию когда, к кому и в каком случае нужно обращаться с той или иной проблемой. А цель второго – научить самостоятельно ремонтировать офисную технику. В итоге, у сотрудников в распоряжении окажутся два курса, противоречащих друг другу, чего, конечно же, не должно быть.

Итак, цели курсов должны быть согласованы между собой, с целями бизнеса, а также с общей ситуацией внутри фирмы и во внешнем окружении.

4. Цель должна быть известна обучаемым

Чаще всего (вот тут надо сделать допущение – не всегда, но почти всегда) полезно о целях курса рассказать обучаемым в самом начале курса. Когда человек заранее знает, что от него ждут, к каким результатам стремиться, обучение идет более эффективно.

Тут надо сделать небольшое уточнение. Цели бывают разными. Основная цель курса – это дать конкретные знания, развить необходимые навыки у обучаемого. Но есть еще внутренняя цель, которая приводит в результате к основной – это просмотреть определенное количество слайдов курса, выполнить предлагаемые задания и тесты, набрать нужное количество баллов и так далее.

В идеале, в начале курса обучаемому надо объяснить обе цели. И основную цель, чтобы обучаемый понимал, для чего нужен курс и каких результатов он должен достигнуть в реальной жизни после его изучения. И внутреннюю цель – чтобы обучаемому было понятно, сколько и какого материала предстоит изучить, какие и когда нужно выполнить задания, как эти задания будут оцениваться и какую сколько баллов необходимо набрать для успешного завершения курса.

Хотя, конечно, в курсе могут быть и скрытые цели. То есть цели, которые специально не должен изначально знать обучаемый. Но это, скорее, частный и редкий случай. Чаще всего можно и даже нужно играть в открытую.

Целевая аудитория

Каждый курс должен быть разработан для совершенно конкретной целевой аудитории. Курс не может быть для всех. Для всех – это значит, ни для кого. Когда курс делается для всех – одним он покажется скучным, другим – слишком сложным, а третьим – непростительно простым. Иные же его вообще могут не понять. Разработайте курс по настройке локальной сети, который будет интересен и полезен системным администраторам и покажите его уборщице тете Нюре, которая ежедневно усердно убирает ваш офис еще с 1917 года. По меньшей мере, с первой же строчки курса она сочтет вас тибетским заклинателем и отойдет от компьютера, чтобы порчу на себя какую не наслать. Впрочем, при большой необходимости можно разработать курс и для тети Нюры, и постепенно ее ввести в курс дела, но он уже перестанет быть интересным системным администраторам – не вытерпят они трехчасового объяснения, что такое компьютер и зачем он нужен.



5. У курса должна быть четкая целевая аудитория

Когда мы беремся за разработку курса, мы должны четко представлять, для кого этот курс будет предназначаться. Причем, как и в случае с целью, нужно бояться, как огня формальных формулировок. Недостаточно просто знать, что курс будет разработан для сотрудников отдела продаж, для специалистов по кредитованию или для бухгалтерии. Это, конечно, лучше, чем ничего, но этого мало.

Целевая аудитория должна быть ясна и понятна полностью. Кроме должности неплохо было бы знать пол, возраст, семейное положение, увлечения, проблемы, мечты и все, все, все. Чем больше знаем, тем лучше. Тогда мы будем понимать, на каком языке говорить с человеком, знаем, как к нему найти подход, какое оформление к курсу лучше применить и так далее.

Конечно, может возникнуть вопрос: «Как, например, определить пол целевой аудитории, если нужен курс для отдела продаж, а там работают и мужчины и женщины?». Есть несколько решений. Во-первых, этим критерием можно пренебречь. Во-вторых, если есть явный перевес в какую-то сторону, то делать курс с упором на тех, кого подавляющее большинство. В-третьих, если позволяют ресурсы, можно сделать два аналогичных курса – один для мужчин, другой для женщин.

Вообще, чем уже целевая аудитория, тем качественней должен получиться курс. В предельном случае, курс, сделанный специально полностью под конкретного человека, конечно, будет самым полезным и интересным, но, увы, только для этого одного человека. Разумеется, в реальности такой расточительности не бывает. Поэтому очень важно найти золотую середину – целевая аудитория должна быть достаточно узкой, чтобы курс не получился слишком общим (а значит, непонятным всем, так или иначе), но, в то же время, целевая аудитория должна быть достаточно широкой, чтобы затраты на электронный курс в расчете на одного человека были допустимыми.

6. Должен быть известен уровень подготовки обучаемых

Кроме важных знаний о формальных признаках целевой аудитории курса, необходимо знать уровень начальной подготовки обучаемых. Важно четко знать, насколько высокого уровня специалистов, мы собираемся обучать. Ведь со специалистами разного уровня даже разговаривать надо на разных языках. Спецы, которые в своей работе собаку съели, будут разговаривать на профессиональном языке с кучей специфических терминов, которые не всегда будут понятны «новичкам», и уж тем более, совсем будут не знакомы людям не из профессии.

Поэтому один из первых этапов при разработке курса, это общение с вашей целевой аудиторией. Необходимо выяснить у них и четко представлять, что они знают и умеют, каков их профессиональный уровень, с какими основными проблемами сталкиваются на рабочем месте. В этом случае, с большой долей вероятности, можно сделать курс и интересным, и полезным для них.

Конечно, иногда бывают случаи, когда нет возможности сделать два разных курса по одной теме и для «новичков» и для «старичков». И всю информацию надо уместить в один курс. В этом случае можно организовать курс по разным траекториям обучения. В самом начале курса мы выясняем уровень подготовки обучаемого – например, с помощью предварительного теста. А затем, для людей с низким уровнем подготовки курс идет по той траектории, которая включает введение во все основные понятия и термины. А для людей с более высоким уровнем подготовки, курс идет по траектории, которая предполагает пропуск всех базовых основ.

7. Обучаемые должны знать, что курс для них

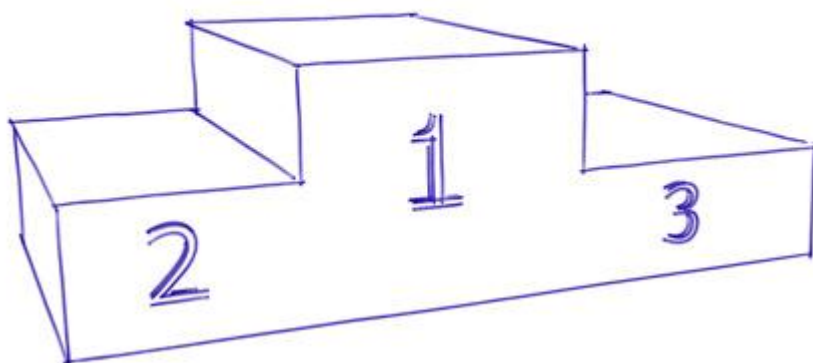
Обучаемые должны знать, что курс сделан специально для них с самого начала. Это изначально вызовет доверие к курсу, а значит, и повысит эффективность обучения.

Определить, что курс сделан именно для них, обучаемые могут двумя способами. Первое: они в этом удостоверятся в процессе обучения – по языку, которым изложен курс, по дизайну и интерфейсу курса, привычным для них, по примерам из их производственной практики и пр. Второе: об этом сам курс известит обучаемого. В самом начале курса обучаемых лучше известить, для кого этот курс разрабатывался – для каких специалистов, какого уровня специалистов... В общем, предоставить исчерпывающую информацию о целевой аудитории, для кого сделан этот курс.

Лучше, когда оба подхода имеют место. Ведь тут очень важно, чтобы курс действительно соответствовал этой аудитории. Если в начале курса мы сообщаем, что он предназначен для опытных системных администраторов, а потом начинаем объяснять, что такое компьютер, что такое клавиатура и как пользоваться мышкой, то вряд ли такой курс вызовет доверие у этих самых опытных администраторов. Целевая аудитория должна быть не декларативно объявлена, а определена, чтобы разговаривать на ее языке.

Результаты

Каждый курс должен иметь некую внутреннюю цель. Об этом мы уже говорили. Каждый курс оценивается определенным образом. Всегда есть какие-то результаты прохождения курса – параметры, которые передаются в систему дистанционного обучения. Например, сколько баллов набрал обучаемый, проходя электронный курс, успешно или неуспешно он прошел курс и так далее. Эти результаты крайне важны, так как позволяют руководству контролировать обучаемого или обучаемому контролировать самого себя. Если мы никак не будем оценивать курс, то система дистанционного обучения станет, по большому счету, бесполезной игрушкой.



8. Оценка должна быть простой и понятной

Курс должен быть определенным образом оценен. Вернее, оценено его прохождение обучаемыми. Ведь по результатам оценки мы принимаем те или иные управленческие решения. Поэтому оценка курса должна быть простой и понятной. Иначе существует вероятность в ней запутаться даже разработчику, не говоря уже об обучаемых или руководстве.

Должно быть понятно сколько баллов при прохождении курса начисляется за те или иные задания, упражнения, тесты; по какому принципу начисляются эти баллы; и почему именно столько и именно по таким принципам. Тут лучше не мудрить и не изобретать сложных формул. Все должно быть максимально просто и понятно.

Как и в случае с целью и целевой аудиторией, об этой оценке лучше сразу сообщить обучаемым. Нужно, чтобы они изначально понимали, что оценивается в курсе, что нет, как это оценивается и почему именно так. Когда у обучаемых появляется осознанная и четко сформулированная цель, обучение идет проще.

Впрочем, тут есть возможность схитрить и внести в курс некие скрытые баллы, которые не будут декларированы обучаемым, но которые помогут получить много больше информации о прохождении курса обучаемым, и на основе ее сформировать полную картину. Но такая необходимость возникает не часто.

9. Обучаемому должны быть понятны последствия оценки

Кроме того что обучаемому лучше сразу сообщить о принципах оценки прохождения курса, он еще должен понимать, что за этим последует в реальной жизни.

Например, в курсе максимально возможная оценка 100 баллов. Если обучаемый набирает 90-100 баллов, то у него увеличивается зарплата на 10% и он включается в кадровый резерв на повышение должности. Если 70-90 баллов, то ему полагается единовременная премиальная выплата. Если 60-70 баллов, то его физиономию вешают на доску почета. Если 30-50 баллов, то его физиономия вешается на доску позора. Если 10-30 баллов, то на ближайшие полгода у него урезается зарплата вдвое. А если менее 10 баллов, то увольнение с позором.

Конечно, этот пример утрированный. Не всегда есть возможность и необходимость мотивирования рублем или другими описанными выше инструментами. Но почти всегда можно найти свои кнуты и пряники из реальной жизни, которые будут связаны с результатами прохождения курса. И вот об этих связях не мешало бы заранее сообщить обучаемым.

Дизайн

Можно сделать курс и забыть сформулировать его цели или, хотя бы, сообщить о них обучаемым. Можно сделать курс, но забыть про целевую аудиторию. Можно даже сделать курс без какой-либо оценки обучаемых вообще. Но нельзя сделать курс без дизайна. Дизайн есть всегда и в любом курсе. Вопрос лишь в том насколько он будет привлекательным и функциональным.

Оставим за рамками обсуждение о том, что дизайн курса должен быть аккуратным и красивым, так как это само собой разумеющееся. Оставим за рамками описание того, что желтые буквы на белом фоне или белые буквы на ярко красном фоне, это, по меньшей мере, указывает на отсутствие мозговой деятельности у разработчика, и лечится лишь увольнением оною. Какими должны быть шрифты, какие цвета сочетаются, как нужно располагать объекты относительно друг друга – это все оставим за рамками. На эту тему написаны многотомники, этому учатся годами. Пока мы лишь условимся тем, что дизайн должен быть аккуратным, лаконичным и привлекательным, полагаясь на интуитивное чувство разработчика.



10. Дизайн должен быть простым и понятным

Как говорится, лучшее – враг хорошего. Дизайн должен быть красивым, но главное не перестараться. Иначе есть шанс убить кучу времени и других ресурсов на создание мега-красивого дизайна, а результат будет не лучше, а в некоторых случаях, хуже, чем у курсов с простым дизайном.

Например, если мы делаем простой слайдовый курс, то, скорее всего, обучаемый ожидает там увидеть кнопки «Вперед»/«Назад» в нижней части экрана. Конечно, если есть возможности, можно нарисовать эти кнопки мега-красивыми, которые будут переливаться всеми цветами радуги, а при нажатии на них взрываться салютом. И находиться эти кнопки будут не там, где их ожидает увидеть пользователь, а в совершенно неожиданных местах. И это может смотреться реально красиво, но это будет, как раз, тот случай, когда слишком хорошо, это плохо.

Курс создается для совершенно конкретных учебных целей, а не для демонстрации мастерства разработчика курса в создании удивительных и неожиданных дизайнов. Поэтому чем проще и понятней будет дизайн, тем он будет более способствовать учебным целям.

И речь здесь идет не только о дизайне навигации курса, а в целом о дизайне курса. Текст в курсе должен быть легко читаемым, цветовая гамма – лаконичная, картинки – информативными, персонажи – уместными. Все должно быть просто и функционально. Красота не должна приноситься в жертву функциональности или целям.

11. Дизайн должен быть подчинен целям и целевой аудитории

Дизайн в курсе не должен существовать сам по себе. Как мы уже выяснили, у курса есть совершенно четкая и конкретная цель, у курса есть определенная целевая аудитория. Весь дизайн курса, все элементы, которые видит обучаемый на экране, каждая кнопка и каждая иконка, каждая картинка и каждое слово – все должно подталкивать обучаемого к этой цели, и это все должно быть понятно именно этой целевой аудитории. Это очень важно.

Например, если в курсе есть персонажи, то надо четко понимать, почему они именно такие. Ведь персонажей можно нарисовать по-разному. Какой персонаж лучше подойдет для наших целей? Простой рисованный, в стиле «палка, палка, огуречик, получился человечек» или полноценный трехмерный персонаж? Хорошо, если есть аргументированный ответ.

Ну и соответствие дизайна целевой аудитории, как уже говорилось, должно быть полным. Например, вряд ли вызовет доверие курс по каким-либо производственным процессам, созданный для 50-летних инженеров, в котором знания будут давать розовый слоник и фиолетовый единорог, катающиеся на радуге. В то же время, подобное оформление может вполне подойти для какого-нибудь курса, основная аудитория которого, молодые девушки.

Хотя, конечно, таких радикальных оформлений лучше вообще избегать. Лучше делать что-то более универсальное и лаконичное.

12. Дизайн должен быть однотипным

Казалось бы, самая банальная мысль о дизайне, которая сразу приходит в голову. Весь курс должен быть выполнен в едином стиле. Не должен один слайд быть красным, другой – зеленым, третий – в горох. Не должно в одном месте быть фотоизображений, в другом – черно-белых клипартов, в третьем – некачественных собственных фотографий, сделанных на телефон дрожащей рукой.

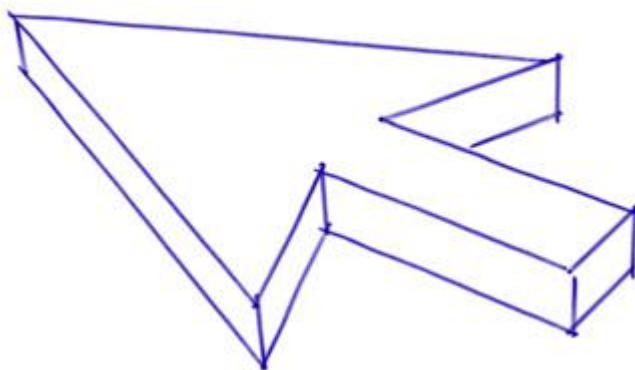
Однако, это одна из самых распространенных ошибок начинающих разработчиков. Конечно, слайды в горох, это преувеличение. Но с картинками бывает полная беда. Иногда нет средств на создание однотипных картинок на весь курс, иногда нет опыта в поиске этих самых однотипных картинок, иногда времени или желания. Но курс в результате получается слишком пестрым – в одном месте рисованная графика, в другом – профессиональное фото незнакомца, в третьем – отсканированная картинка из книжки. И все это в разном разрешении и качестве, в разном размере и цветовой гамме. Что в интернете нашли, то в курс и вставили.

Итак, дизайн должен быть однотипным по всему курсу. Все медиа-материалы должны быть выполнены в едином стиле и одинаковом качестве. Кроме того, они должны соответствовать общей стилистике курса. Все персонажи, если таковые есть в курсе, так же должны быть выполнены в этом стиле, соответствующем общему дизайну курса.

Интерактивности

Интерактивности – это некие действия пользователя внутри курса. Например, открывание какого-либо окна по ссылке, выполнение каких-либо заданий, ответы на тесты, работа в различных симуляторах, участие в видеоигре и прочее. Интерактивности необходимы, потому что, во-первых, они не дают пользователям заскучать, во-вторых, с помощью них можно удачно выстраивать материал курса, в-третьих, они позволяют сформировать определенные навыки, в-четвертых, с помощью них можно организовать проверку знаний пользователей, в-пятых, список можно продолжать бесконечно...

По большому счету, электронный курс без интерактивностей таковым не является. Если нет интерактивностей, то это может получиться хороший электронный учебник или учебный видеофильм, или видеолекция, или еще что, но вряд ли это можно будет назвать полноценным электронным курсом. Электронный курс всегда подразумевает наличие тех или иных интерактивностей, в нем всегда есть какая-то обратная связь.



13. За каждой интерактивностью должна следовать обратная связь

Если электронный курс предполагает от пользователя какого-то действия, то он должен на это действие как-то отреагировать, дать какую-то обратную связь.

Предположим, у нас есть курс, который предназначен для обучения работе на определенном производственном оборудовании. И вот перед нами на экране изображение этого оборудования с бесконечным количеством разных кнопочек, ручек и тумблеров. И задание: Включить этот прибор. На самом деле включает прибор большая синяя кнопка. И вот прилежный ученик, наводит курсор мыши на изображение этой кнопки, жмет ее и что он видит? А ничего. Программа просто себе записала информацию, а пользователю об этом сообщить забыла. Вот так, как раз, нельзя.

Обязательно должна быть какая-то обратная связь. Если пользователь верно нажал на синюю кнопку, то оборудование завелось, зажужжало, закипело, шестеренки задвигались, и сразу понятно, что кнопка нажата верная. А вот если пользователь нажал на красную кнопку, то все взорвалось и разлетелось на кусочки. Ну, или минималистичный вариант – при правильном действии появляется табличка «Верно», при неправильном – «Неверно».

Так или иначе, обратная связь всегда должна быть. Если от пользователя требуется какое-то действие, то после его совершения на экране должно что-то происходить – логичное, понятное, естественное.

14. Интерактивности должны вовлекать

Одна из основных задач интерактивностей – вовлечение обучаемого в учебный процесс. Где самое большое вовлечение в процесс? В видеоиграх. И интерактивностей там, соответственно, максимум – постоянно что-то нужно делать, управлять игровым персонажем, взаимодействовать с другими персонажами и так далее.

Конечно, это не значит, что нужно браться за разработку курсов в формате видеоигр. Это очень дорогое удовольствие, не всегда эффективное и не всегда нужное. Соответственно, и интерактивностей у нас будет значительно меньше, чем в видеоиграх. Тут важно найти золотую середину – интерактивностей должно быть ровно столько, чтобы вовлечь обучаемого в процесс и постоянно удерживать его внимание. Задача, конечно, не из простых, но вполне выполнимая.

Позвольте обучаемому самому участвовать в различных симуляторах. Позвольте ему самому формировать траекторию обучения внутри курса. И он останется вам благодарен. И результаты у него будут лучше, потому что он уже будет не в роли пассивного участника процесса обучения, которому вкладывают в голову какие-то знания, а он будет внутри этого процесса, а иногда даже причиной процесса. Как говорится, если хотите человеку донести какую-то мысль, заставьте его думать, что он сам пришел к этой мысли.

15. Интерактивности не должны быть ради интерактивностей

Интерактивности не должны существовать сами по себе. Они должны быть подчинены целям и задачам курса. Любое действие пользователя должно постепенно вести его в сторону той цели, ради которой задумывался курс. От лишних интерактивностей лучше избавиться. Они только будут путать обучаемого.

Предположим, у нас есть курс по работе в программе Excel. На экране обучаемый видит симулятор этой программы и задание «Сохранить файл на диске С». И тут есть два варианта симулятора. Первый вариант – симулятор, ограниченный конкретным заданием. Если обучаемый в таком симуляторе выберет пункт меню «Файл», затем выберет пункт «Сохранить» или «Сохранить как», то все будет выбираться, как в реальной программе. Но если он будет пытаться выбирать другие пункты меню, то программа сообщит, что он делает неверные действия, а сами пункты меню при этом выбираться не будут.

Второй вариант – сделать полную симуляцию программы Excel. Тут обучаемый сможет выбирать любые пункты меню, нажимать любые кнопки и делать все, что можно в реальной программе. Реакция симулятора также будет идентична реальной программе.

Очевидно, второй вариант более функционален и приближен к реальности. Но он имеет очень значительные недостатки. Во-первых, разработка такого варианта по сравнению с первым неоправданно сложна и затратна, как по бюджетам, так и по времени. Во-вторых, он никак не способствует достижению учебной цели. В-третьих, он отвлекает обучаемого на ненужные действия, растрачивая попусту и время, и внимание обучаемого. В-четвертых, чем сложнее интерактивность, тем больше вероятности программных ошибок, с которыми может столкнуться обучаемый.

Поэтому интерактивностями не нужно слишком увлекаться. Их должно быть ровно столько, чтобы способствовать достижению целей и задач курса.

Заключение

Вот такие 15 критериев, которым должен удовлетворять качественный курс. А точнее, как мы уже говорили, курс, претендующий на звание качественного. Это были лишь необходимые условия, но вовсе не достаточные.

Кроме того, этот список критериев вовсе не является завершенным и окончательным. Это не единственная неоспоримая истина. Вполне возможно, что вы этот список дополните своими критериями, исходя, как из своего видения, так и из требований к электронным курсам внутри конкретной организации. Если же вы сочтете нужным не только дополнить список своими требованиями, но еще и поделиться ими с другими, напишите о них по адресу book@kursor.com.ru.

Кроме того, крайне приветствуется конструктивная критика и отзывы о брошюре, которую вы только что прочитали. Ваше мнение крайне важно. Все свои мысли по поводу и без также принимаются по адресу book@kursor.com.ru.