

СЕРВИС ВЫБОРА ПРОГРАММЫ ОБУЧЕНИЯ

Ю.Н. Богачков, П.С. Ухань

Украина, Киев,

Институт информационных технологий и средств обучения

НАПНУ Украины

В сферу интересов образовательного менеджмента кроме, собственно управления образовательным процессом, также должен входить и вопрос поиска и привлечения новых обучаемых. Основным фактором, который принимается при выборе образовательного учреждения, конечно, является программа обучения. Все остальное только дополняет. Как оказывается, задача выбора программы обучения не простая для двух основных участников этого процесса: *потенциально обучающегося и организации, предоставляющей услугу обучения*. Многие желающие получить обучение не могут найти то, что им действительно нужно в соответствии со своими требованиями. Одна из причин в том, что сложно детально сформулировать требования, а вторая в том, что тяжело найти описание этих требований и провести тщательное сравнение. Особенно это сказывается в секторе высшего образования и краткосрочного обучения. В данной статье сфокусируемся на информационной сформированности потребности обучаемого и форме представления и доступности информации о предлагаемом курсе.

Для наглядности будем рассматривать пример поиска краткосрочного курса по организации контекстной рекламы в Google AdWords.

Сначала попробуем сформулировать запрос на обучение специалиста. Предположим, что мы хотим направить на обучение специалиста, который в дальнейшем должен заниматься обеспечением интернет рекламы образовательного сайта института последипломного образования <http://ipo.kpi.ua/> Как сформулировать запрос на обучение такого специалиста ?

Первое, что надо сделать, это выяснить какие виды интернет рекламы бывают, их функциональность, эффективность и область применения. Приблизительно сориентироваться что подходит на уровне принятия решения *надо- не надо* Эту работу можно поручить еще на подготовительной стадии тому специалисту, который и будет проходить обучение. Второе, В тех видах интернет рекламы, которые мы отнесли к

«надо», определить, какой уровень и содержание подготовки достаточны, чтобы выполнять необходимые функции. Третье. Найти доступные предложения, сравнить их по ожидаемым результатам обучения. Отобрать те, которые обеспечивают необходимый результат. Четвертое. Отобрать те варианты обучения, результат которых может быть подтвержден независимой сертификацией. И, наконец, пятое выбрать из оставшихся более приемлемый по цене, и другим условиям проведения обучения. Обязательно ознакомиться с отзывами учащихся, которые прошли этот курс.

Предположим, что в результате выполнения первых двух пунктов, мы приняли решение о необходимости использовать в качестве инструмента контекстную рекламу, и конкретный инструмент Google AdWords. К сожалению, найти информацию, какая подготовка (компетенции) нужна для выполнения функций контекстного рекламиста найти не удалось. Единственное, что в работе [1] дается рекомендация - составить карту компетенций и заданий на проверку этих компетенций. Тем более, нет информации о наборе компетенций, необходимых для выполнения конкретного набора функций. С этими неполными данными переходим к третьему пункту, непосредственно поиск вариантов предложений. Поиск по запросу «Курсы Google AdWords» выдал несколько предложений. Для анализа отберем 7 и условно назовем их GW1 [2], GW2[3], GW3[4], GW4[5], GW5[6], GW6[7], GW7[8].

Таблица 1. Сравнительные условия обучения по курсу Google AdWords

Показатель	GW1	GW2	GW3	GW4	GW5	GW6	GW7
Мотивация обучения (Зачем)	+	-	-	-	-	+	+
Описание для кого предназначены	-	-	+	-	-	+	-
Условия возврата стоимости обучения	+	-	-	-	-	-	-
Маинд карта курса	+	-	-	-	-	-	-
Варианты	Базовый Продвинутый	-	-	-	-	Базовый Оптимальный Индивидуальный	Утро день Выходные Вебинар Инд. почасово

Цена	Базовый 400\$ Продвинутый 950\$	4500 грн	250\$ за одного 350\$ за двоих	1000 грн в рупее 1300 грн индиди а	0	Базовый-3900 грн Оптимальный-4800 грн Индивидуальный - 9200 грн	Утро день-4900руб Выходные – 5490 руб Вебинар - 5490 руб Инд 1 час 3600
Виды оплаты	Не указано	Не указано	Наличными безналичным+6% На карточку	Не указано	0	-	-
Темы	Модули 13 Подтемы~70	-	Темы коротко	22 темы	8 видео	4 модуля, 15 тем	4 модуля 12 тем
Регистрация	Онлайн	+	По телефону	По телефону	-	Онлайн форма	Онлайн форма
Длительность	Базовый: 2,5 недель (4 занятия по 2.5 часа всего 10 часов) Продвинутый: 6 недель (13 занятий по 2.5 часа всего 32.5 часа)	10 занятий по (?лекций) по 3 часа. Всего 30 часов (24 лекции 6 часов практика)	Зависит от знаний ученика !!!!	6 занятий по 3 часа (в группе) 6 зам по 1.5 часа индив.	2 минуты каждая	Базовый -4 занятия Оптимальный -5 занятий Индивидуальный -5 занятий	8 ак. часов
Начало	+	-	Индивидуально Буд 10-20.00 вых 11.00-18.00		В любое время	-	Есть расписание
Время занятий очно	Занятия проходят: ВТ, ЧТ Время: 19:00-21:30	Пн ср 19.00-22.00	3 часа	9.00-21.00 4 точки в Киеве Искать отлельно.		18.00-21.00	Есть расписание
Время занятий	Занятия проходят:	-	3 часа		В любое	3 часа	Есть расписание

онлайн	ПН, ПТ Время: 19:00-21:30				время		
Консультации	-	-	1 час 300 грн	-	-	-	В рамках курса
Нагрузка на работу учащегося	-	-	-	-	-	-	72 часа
Защита выпускной работы	-	+ Защита проекта (своего сайта) и получение обратной связи	-	-	-	-	+
Сертификат	Сертификат специалиста GoogleAd Words от школы ЕМРО (его статус о чем он не понятно)	Сертификат о прохождении курса		-	-	-	+ Национальный и международного образца ?
Чеклист настройки компании (или кампании)	-	-	-	-	-	+	-
Конспект занятий	+	+		-	-	-	-
Видеозаписи лекций	+	+		-	-	-	-
Дополнительные бонусы	400 грн на рекламу в AdWords	600 грн на рекламу в AdWords		-	-	600 грн на рекламу в AdWords	600 грн на рекламу в AdWords ?
Входной отбор	собеседование	-		-	-	-	Требования по предварительной подготовке есть, бесплатное входное тестирование

							е
Требования к учащемуся	-	-		-	-	-	-

Анализ таблицы 1 показывает, что для фактически единого содержания, формат и условия курсов существенно отличаются.

На взгляд авторов, самым существенным недостатком представления курсов является отсутствие четкой информации об ожидаемых результатах обучения и перечне компетентностей, которые получит слушатель. Если авторы курсов иногда вскользь и говорят о результатах обучения, то о компетентностях даже никто и не упоминает.

Четвертый этап - отобрать те курсы, где результат обучения может быть подтвержден независимой сертификацией. Ни в одном из рассмотренных вариантов нет ссылки на независимую сертификацию. Это означает, что качество обучения ничем, кроме видеотзывов на сайте курсов не подтверждено. И, наконец, пятый пункт - выбрать финальный вариант. Обоснованно выбрать вариант не получается, потому как не знаем точных ожидаемых результатов обучения. Например, вариант GW3 вообще за фиксированную плату обещает учить в зависимости от подготовленности учащегося. Если это действительно так, то супер !!! Но чтобы выбирать лучший вариант, надо теперь все имеющиеся данные привести к единому виду и потом к одному общему критерию отбора. Рассмотрим показатели и способ их анализа. Будем ставить коэффициенты важности в общей оценке. Надо отметить, что коэффициенты значимости каждый пользователь может устанавливать для себя индивидуально. В зависимости от этого будет меняться «привлекательность» различных вариантов.

- *Мотивация обучения (Зачем)* – не очень критично, можно мотивацию взять из других курсов (К=2)
- *Описание, для кого предназначены*– важно. Если правильно написано, сразу понятно этот курс для тебя или нет (К=8)
- *Условия возврата стоимости обучения* – не критично, если точно известны результаты. ((К=2)
- *Маинд карта курса* – важно, для общего представления материала. Желательно еще и с показом распределения учебной нагрузки по карте. (К=6)

- *Варианты обучения* – чем их больше, тем вероятнее выбрать оптимальный для себя. (К=4)

- *Цена* – приведение к единой валюте. (К=8)

- *Виды оплаты* - иногда важен, особенно для дистанционного обучения. (К=3) -

- *Темы* - количество модулей и тем, детальность описания материала и деятельности в курсе. Соответствие результатам обучения (К=7)

- *Регистрация*- удобство регистрации (К=2)

- *Длительность*– на сколько четко указана длительность курса: в календарных днях, в периодах, в академических и астрономических часах. (К=5)

- *Начало обучения*- важно точно понимать когда оно запланировано, или возможность влиять на дату начала. (К=3)

- *Время занятий очно*– расписание занятий .(К=2)

- *Время занятий онлайн* - расписание занятий (К=2)

- *Консультации*– наличие и доступность и цена (К=4)

- *Нагрузка на работу учащегося*–эту информацию указали только в одном случае.

По ней будет понятно учится или только слушает .(К=5)

- *Защита выпускной работы* – важно для подтверждения результатов обучения. .(К=6)

- *Сертификат*- важна формулировка и что этот сертификат подтверждает. Также очень важна достоверная информация, кем он признается. .(К=7)

- *Чеклист настройки компании* – важно в качестве путеводителя, инструкции и памятки .(К=5)

- *Конспект занятий* – важно. (К=5)

- *Видеозаписи лекций*- важно. (К=6)

- *Дополнительные бонусы* – полезно, средства на счет для проведения компаний. (К=3)

- *Входной отбор* – важно. Иначе невозможно качественно обучить . (К=5)

- *Требования к учащемуся* - на входе учащийся должен точно знать что от него потребуется в процессе обучения (например, требование персонального компьютера,

наличие своего сайта, платежной карточки Viza предварительная установка каких-либо программ) (K=6)

Таким образом, можно предложить очень грубую формулу для расчета привлекательности каждого из вариантов. Предложенные коэффициенты будут использоваться как весовые для конкретных значений каждого предложения, например, в шкале 0-10.

Такое количество показателей учащемуся, как правило, очень трудно самостоятельно предусмотреть и проанализировать. Поэтому, напрашивается потребность в сервисе, который может облегчить анализ и формулировку требований с последующим сравнением потребности учащегося и предложения учебного заведения.

Рассмотрим базовую функциональность такого сервиса .

Анализ и формулировка требований. Обычно, учащийся не может четко сформулировать требования к содержанию и процессу обучения. Если он и формулирует их, то только в общих чертах, или косвенно, через отрывочные указания результатов обучения и возможного вида деятельности. Поэтому предлагаемый сервис должен позволять учащемуся просто указать, что он хочет изучить, и уже полуавтоматически предложить детализацию таких требований для его выбора. Это могут быть дополнительные вопросы, экспертная система, статистика запросов. Как вариант, учащийся может указать несколько тегов, с его точки зрения, достаточно полно характеризующих содержание и направленность искомого курса. В данном случае это могут быть, например, такие теги “*продвижение*”, “*реклама*”, “*сайт*”, “*маркетинг*”, “*обучение*”.

Сравнение требований учащегося и предложений. Формальное сравнение большого количества требований достаточно сложно. Нужно искать компромисс между точностью сравнения и простотой реализации. Предлагается трехэтапная процедура. На первом этапе глобально отфильтровываются варианты, которые не могут относиться к подходящим. Например, форма обучения, уровень диплома, язык преподавания. На втором этапе находятся все подходящие варианты обучения, удовлетворяющие ограничениям первого этапа. И наконец, на третьем этапе у пользователя запрашивается уточняющая информация, которая позволяет среди всех вариантов отобрать наиболее подходящий.

Выводы. Предлагаемый сервис может существенно оптимизировать процесс поиска и выбора подходящей программы обучения. Особенно это актуально для абитуриентов, а также для людей, ищущих курсы краткосрочного обучения. Сервис может быть более эффективным при системной увязке с профессиональными стандартами и реестрами востребованных умений и навыков. Особенно он может быть полезен вузам. Так как существенно упрощает абитуриентам поиск и оценку вариантов. Что может привлечь дополнительных учащихся. Описанный сервис планируется запустить в апробацию в июне 2014 года. Все желающие могут предварительно зарегистрироваться на сайте сервиса <http://fiyost.com.ua> чтобы получить уведомление о запуске сервиса и иметь возможность высказать свои пожелания к его функциональности.

Литература

1. Кому доверить интернет-маркетинг. [Режим доступа]:31.03.2014
<http://www.advertology.ru/article121928.htm>
2. Контекстная реклама Google AdWords .[Режим доступа]:31.03.2014
http://empo.pro/google_adwords.html
3. Курсы контекстной рекламы AdWords. [Режим доступа]:31.03.2014
<http://webpromoexperts.com.ua/kursi-google-adwords/?gclid=CPjMv4est70CFWLHtAod0z8AEg>
4. Курсы контекстной рекламы Google AdWords. [Режим доступа]:31.03.2014 <http://seo-courses.com.ua/adwords-courses.html>
5. Курсы контекстной рекламы AdWords IT столица. [Режим доступа]:31.03.2014
<http://itstolytsa.ua/popular/google-adwords>
6. Контекстная реклама с Google AdWords™ Teach Video. [Режим доступа]:31.03.2014
<http://www.teachvideo.ru/course/136>
7. Практический тренинг по контекстной рекламе в Google AdWords. [Режим доступа]:31.03.2014 <http://kurilova.com.ua/google-adwords-training/>
8. Курсы веб-маркетинга, SEO и контекстной рекламы. [Режим доступа]:31.03.2014
<http://www.specialist.ru/section/web-marketing-seo>