

М. И. Корсаков
Государственная Академия Управления

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ (НТО) В РАЗРАБОТКЕ УСЛУГ ДЛЯ РЫНКА БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЯ

С начала 90-х гг. интенсивное развитие новых технологий обучения (НТО), использующих Интернет-ресурсы и средства мультимедиа, вызвало ряд принципиальных изменений в области разработки, продвижения и предоставления образовательных услуг, в частности, на рынке бизнес-образования. Использование средств мультимедиа привело к «размыванию» традиционной модели обучения, основанной на:

- 1) предварительном отборе информации для слушателей,
- 2) центральной роли преподавателя (или «учителя»),
- 3) процессе более или менее пассивной передачи знаний и навыков.

Слушатели в новой среде обучения используют:

- 1) «сырые», максимально характеризующие реальную ситуацию данные,
- 2) активно участвуют в процессе получения необходимых им установок и навыков,
- 3) делают это посредством интерактивных методов обучения.

Переход к подобной модели требует от преподавателя подхода к общению с аудиторией, умения использовать НТО при разработке образовательных продуктов. Далее мы рассматриваем примеры возможного применения НТО на разных этапах цикла разработки, продвижения, предоставления и отслеживания результатов образовательных услуг (курсов) на рынке бизнес-образования для взрослых, а также проблемы и перспективы в данной области в РФ. Вопрос рассматривается на уровне «преподаватель/инструктор – образовательный продукт (курс)». Вопросы институционального развития в силу ограничений данной работы затрагиваются опосредованно.

Использование НТО в разработке продуктов для рынка бизнес-образования

Установим, что в контексте данной статьи НТО будут пониматься следующим образом: *«современные средства мультимедиа и Интернет-ресурсы, применение которых на всех стадиях разработок и предоставления бизнес-курсов обеспечивает максимально активное вовлечение обучающихся в процесс в основном самостоятельного, мотивированного получения реальных навыков, необходимых для их личного и карьерного развития».*

Такое широкое определение НТО исходит из того, что курс как таковой нельзя рассматривать в отрыве от предшествующих (исследование рынка, продвижение) и последующих этапов (отслеживание прогресса слушателей, анализ результатов). Исходя из подобного цикла существования курса на рынке (см. схему 1). Можно выделить следующие направления функционального применения НТО на разных этапах создания бизнес-курсов:

- 1) взять алгоритм «прощупывания» рынка на www.delphi.ru, рубрика «файлы» DELPHI, 2 Компонент
- 2) убрать заголовок «прощупывание рынка»
- 3) вставить

Предполагается, конечно, что на перечисленных выше этапах НТО используются в комплексе с другими инструментами (например, рассылка брошюр по почте, личное общение со слушателем). Кроме того, разработка «идеальной» мультимедийной сферы обучения обладает ценностью лишь в том случае, если получаемый на выходе результат отвечает запросам, профилю и возможностям целевой аудитории.

Образовательный курс является воплощением всех усилий на разных этапах его жизненного цикла. В качестве примера использования НТО рассмотрим т.н. виртуальную интерактивную бизнес-среду (ВИБС) и ее внедрение в бизнес-школе Уни-

Схема 1.

Этапы существования образовательного продукта на рынке.

Этап	Функциональное применения	Примеры
1) определение ниши целевого сегмента	исследовательско-аналитическое: сбор первичных и вторичных данных о рынке, профиле потенциальных потребительских сегментов, конкурирующих продуктах / организациях	сайты компаний и др. участников рынка, информационно-аналитические сайты, материалы конференций и форумов, сайты образовательных учреждений, опросы через Интернет
2) составление профиля целевых потребителей	сбор первичных и вторичных данных по выборке представителей целевого сегмента	анкетирование через Интернет, посещение рубрики «требуется» на сайтах компаний – потенциальных потребителей
3) разработка и членение курса	формирование интерактивной среды обучения	VIBE (Virtual Interactive Business Environment) – виртуальная интерактивная бизнес-среда (ВИБС) на примере SBA Vocconi. Милан. Италия
4) продвижение курса	один из каналов продвижения готового продукта на рынке образовательных услуг	сайты образовательного учреждения, обмен баннерами, включение в справочные системы, рассылка информации и сбор заявок через Интернет
5) оценка результатов и сопровождения слушателей после окончания курса	исследовательско-аналитическое, информационное: сбор, регистрация и хранение, анализ данных о прохождении обучения и результатах, карьерном движении слушателей, данные о новых продуктах, отслеживание изменений характеристик целевой аудитории	система on-line-доступа слушателей к базе данных / конференции для размещения выполненных заданий / получения обратной связи, отслеживания результатов; follow-up информация через сайт образовательного учреждения

верситета Боккони, Милан. Построение ВИБС основывается на следующих принципах:

- ◆ создание обучающего контекста, который максимально отображает (информационную) сложность реальных деловых ситуаций;
- ◆ использование пространства (инфраструктуры образовательного учреждения), времени (продолжительность курса) и организационных ролей (слушатель – инструктор) для обеспечения максимальной отдачи от обучения.

Рассмотрим три элемента ВИБС на примере читавшегося в бизнес-школе Боккони двухнедельного интенсивного курса по реорганизации предприятий.

1. *Информационная среда.* Мультимедийный интерактивный курс с открытым доступом слушателей и преподавателей к 1) базе данных по реальным ситуациям реорганизации на ряде крупных итальянских компаний (35 часов аудио-видеокапов, прессрелизы, статьи, презентации компаний, корреспонденция, отраслевые исследования и т. п. – всего 2320 документов, 2) тематической базе данных литературных источников, 3) базе данных работ слушателей и сетевым документам по изучаемым темам.

2. *Организация курса.* Она включает самоорганизацию внутри малых групп, доступ к технической инфраструктуре → сетевое общение с инструкторами, просмотр результатов работы, полу-

чение обратной связи → личное общение инструкторов со слушателями в аудиториях для анализа выполнения заданий.

3. *Инфраструктура.* 80 объединенных в сеть компьютеров в боксах для работы малыми группами, 4 аудитории в форме амфитеатра с подключенными к сети компьютерами и видеопроекторами, вспомогательная инфраструктура, доступ в Интернет, groupware-100.

Использование таких сред позволяет, с точки зрения слушателей:

- ◆ повысить качество результатов обучения через прямое вовлечение слушателей в процесс получения необходимых им навыков;
- ◆ добиться «побочных» результатов обучения (например, навыки работы с Web-ресурсами, навыки групповой работы);
- ◆ развить навыки критического отбора информации о реальных деловых процессах; а с точки зрения преподавателей (инструкторов), способствует:
 - ◆ изменению подхода к процессу обучения (переход к координирующей роли в ходе развития применимых в реальных условиях навыков);
 - ◆ повышению качества образовательных продуктов (курсов) и работы образовательного учреждения в целом;
 - ◆ сбору и анализу детальной информации о процессе и результатах обучения.

Иными словами, данная среда обучения позволяет развить и взаимно обогатить навыки и квалификации обоих участников процесса обучения и в итоге способствует развитию принципов «learning organization» в структурах, к которым эти участники принадлежат.

Проблемы и перспективы использования НТО на российском рынке бизнес-образования

Упомянутые в качестве выводов к предыдущей части нашей статьи аспекты чрезвычайно важны в условиях российского рынка бизнес-образования. Открытость экономических систем, значительный потенциал образовательных ресурсов, гибкость ряда сегментов потенциальных потребителей данных услуг создают благоприятную почву для развития образовательных продуктов на основе НТО. Однако, по ряду известных причин российские поставщики образовательных услуг в целом (за исключением ряда успешных примеров) недостаточно продвинулись в области НТО (см., например, данные Quality of Training, Final Report, TACIS-ETF, October 99, говорящие о том, что степень использования Web-ресурсов и мультимедийных средств, оцениваемая на основе анализа 500 анкет преподавателей и администраторов президентской программы, крайне низкая). В качестве объяснения можно привести ряд следующих факторов (список, конечно же, не исчерпывающий):

- ♦ технические и инфраструктурные факторы (например, сравнительно низкое число ПК у населения, недостаточное техническое обеспечение вузов и т.п.);

- ♦ неразвитость рыночной системы в области бизнес-образования;
- ♦ относительно невысокая «интернет-грамотность» большого количества потенциальных потребителей бизнес-образовательных услуг (что, кроме прочего, не всегда позволяет обеспечить «критическую» массу для окупаемости курсов на основе НТО);
- ♦ относительно невысокая степень владения и применения НТО среди поставщиков бизнес-образовательных продуктов.

Последний фактор является частью общей проблемы развития рыночно-ориентированного, гибкого подхода к системе бизнес-образования и движения от традиционной роли преподавателя (передача знаний, структурированная оценка процесса их усваивания по установленным критериям) к роли инструктора (развитие навыков слушателей, персональная оценка поставленной цели обучения). Представляется, что именно изменение установок в данной области является приоритетным стимулом для разработки и внедрения интерактивных сред обучения, а также для использования средств Интернет на всех этапах жизненного цикла бизнес-курса. Это, в свою очередь, может стимулировать скрытый / неразвитый спрос на рынке и в итоге повысить качество и практическую отдачу в сфере бизнес-образования.

Литература

1. TACIS-ETF. Quality of Training. Final Report, October 99 (project BIS/99/092/005).
2. «From Instructor-Centered Learning to Student-Centered Learning» presentation by Prof.F.Pennarola, Center for New Learning Technologies, University Bocconi.
3. Метод «прощупывания» рынка, рабочий документ К-2 проекта TACIS-DELPHI (www.delphi.ru).