Title: Эффективное корпоративное обучение: пошаговый подход к разработке учебной программы

Description: Узнайте, как разработать программу корпоративного обучения, которая повысит производительность сотрудников и поможет достичь бизнес-целей. Эффективные методы и инструменты.

Как разработать программу корпоративного обучения, которая действительно работает

Корпоративное обучение – это комплекс обучающих мероприятий, которые организует компания для своих **сотрудников** с целью повышения их профессионального уровня. Обычно они проходят в форме лекций, курсов или тренингов, на которых формируются новые знания и навыки, необходимые компании для достижения ее целей.

При этом спрос на корпоративное обучение растет, что неудивительно – ведь в результате:

- обеспечивается конкурентное преимущество компании на рынке;
- повышается производительность труда;
- возрастает лояльность персонала.

Все это говорит о том, что именно инвестиции в знания в конечном итоге приносят наибольший доход.

Содержание:

— Почему корпоративное обучение становится ключевым фактором успеха бизнеса
— Этапы разработки программы корпоративного обучения:
  - Определение целей и задач, анализ потребностей сотрудников
  - Подбор формата обучения: очно, онлайн, гибрид
— Оценка результатов: эффективность программы корпоративного обучения
— Корпоративные курсы: как выбрать подходящие для вашей компании
— Корпоративные курсы как внутренний продукт компании: правила создания
— Внедрение программы обучения: ключевые инструменты и методы

Почему корпоративное обучение становится ключевым фактором успеха бизнеса

Что получит бизнес в результате корпоративного обучения? И что он хочет получить? Ответы на эти вопросы покажут, нужно ли бизнесу обучение. Конечный результат обучения должен коррелировать с задачами, которые ставит перед собой бизнес.

Когда есть четкий запрос на изменение определенных показателей и есть понимание, что для этого нужны новые знания или навыки, тогда и **корпоративное обучение сотрудников** будет действительно эффективным, то есть будет решать задачи бизнеса.

Сейчас мир меняется очень быстро: то, что было востребовано вчера, уже не актуально сегодня. Эксперт Русской Школы Управления Алла Великанова отмечает появление такого понятия как ментальная гибкость. Иметь высокую ментальную гибкость, уметь создавать различные ментальные модели – новый тренд в бизнесе. И обучение – это именно то, помогает быть адаптивным к изменчивым бизнес-реалиям.

Этапы разработки программы корпоративного обучения

Как разработать программу обучения? В первую очередь составляется план: определяются цели и задачи обучения, производится анализ компетенций и на основании этого выбирается формат: очный, онлайн или гибридный.

Определение целей и задач, анализ потребностей сотрудников

Начиная **разрабатывать программу обучения сотрудников**, нужно правильно обозначить цели деятельности компании и задачи, которые должны быть решены в процессе достижения данных целей. Исходя из этого, сформулировать цели и задачи обучения: какими именно знаниями и навыками должны овладеть сотрудники, и что должна получить компания в итоге.

При составлении программы следует учитывать текущий уровень компетенций персонала: конкретизировать, кто именно нуждается в обучении и кому какие знания/навыки требуется получить.

Подбор формата обучения: очно, онлайн, гибрид

Выбор формата обучения зависит от:

- ожидаемого конечного результата;
- аудитории – ее размера и состава (по уровню компетенций, возрасту и т.п.);
- задач, которые стоят перед обучением.

Если речь идет не просто о необходимости привить некие знания/навыки, а о глубоком погружении в тему, то предпочтение обычно отдается очному формату в виде **корпоративных курсов**.

Онлайн обучение более гибко: учиться можно в любое время в любом месте – для этого нужен лишь смартфон. Мобильные приложения, онлайн-курсы, обучение в игровой форме (геймификация), а также популярное сейчас микрообучение (обучение небольшими информационными блоками) – вариантов множество.

Однако и онлайн не может решить все задачи. Поэтому, как считает эксперт РШУ Алла Великанова, оптимальный подход – это выбор гибридного формата: как правило, в виде самостоятельного изучения материала «в цифре» + очный тренинг с преподавателем.

Необходимо учитывать и предпочтения аудитории. Представители более старших поколений (от миллениалов к поколению X и старше) в большинстве случаев

предпочитают очный формат, а более молодые люди («зумеры», частично миллениалы) гораздо чаще выбирают цифровое обучение.

Оценка результатов: эффективность программы корпоративного обучения

Эффективность программы **корпоративного обучения сотрудников** зависит как от ее грамотного наполнения, так и от готовности сотрудника применить полученные знания на практике. Поэтому главная задача при оценке результатов обучения – отследить практическое применение новых знаний. Для этого используются оценочные показатели – те, которые можно измерить. Основными среди них являются:

- Поведенческие показатели. Например, ранее сотрудник задавал только закрытые вопросы (требующие конкретного ответа «да-нет»), а после обучения начал задавать открытые (требующие развернутых ответов).

- Бизнес-показатели – связанные с профессиональными знаниями и навыками. Например, сотрудник стал делать что-то лучше: уменьшилось количество жалоб от клиентов, выросли продажи и т.д.

Для оценки прироста компетенций с помощью специального чек-листа измеряется уровень компетенции сотрудника перед обучением. После обучения осуществляется контроль: опять же с использованием чек-листа либо с помощью бизнес-тренера, который может, к примеру, присутствовать онлайн на встрече бывшего ученика с клиентом.

Для оценки эффективности использования программы внутри компании учитывается и мнение самих обучаемых: насколько, по их мнению, она удобна для обучения (формат, контент, визуализации и т.п.). Это поможет понять, нуждается ли программа в дальнейшей доработке.

Корпоративные курсы: как выбрать подходящие для вашей компании

Существует две формы **корпоративных курсов**: либо компания создает собственный отдел обучения, который **разрабатывает учебные программы** под цели и задачи компании, либо приглашает для обучения внешних провайдеров.

В первом случае компания имеет в штате собственных разработчиков и менеджеров по обучению. Провайдеры со стороны могут приглашаться, но скорее в качестве исключения.

Во втором случае компания приобретает готовые курсы у внешнего провайдера. Это проще, чем **разрабатывать программы обучения сотрудников** самим, однако и тут есть свои нюансы. Прежде всего, приобретенные **корпоративные курсы** должны:

- решать нужные данному бизнесу бизнес-задачи;
- давать возможность обучаться как в онлайн-формате, так и в гибридном;

- быть качественно сделанными, то есть реально работать (менять поведение человека и т.п.);
- иметь как можно больше положительных отзывов.

В качестве примера такого «правильного» курса можно привести курс РШУ «Построение системы обучения в компании».

Данный курс не просто научит, **как разработать учебную программу**, но и как:

1. Организовывать корпоративный учебный центр и управлять им;
2. Проектировать и создавать процессы корпоративного университета;
3. Выбирать организационную структуру учебного центра и корпоративного университета;
4. Обеспечивать связь бизнес-задач и задач обучения.

А здесь – развернутая программа курса и другие условия.

Корпоративные курсы как внутренний продукт компании: правила создания

Главное условие разработки качественных **корпоративных курсов** – профессиональная команда, у которой есть:

- профессиональный методолог, который может выстроить как цифровой, так очный курс;
- платформа для цифрового обучения, на которой размещаются все разработанные курсы и другие материалы;
- специалисты по работе с заказчиками внутри компании и с бизнес-заказчиками, которые могут правильно понять и обработать запрос заказчика и грамотно воплотить его в продукт;
- дизайнеры – чтобы продукт был красиво оформлен, поскольку цифровой формат – это прежде всего визуал;
- специалисты по организации очного обучения.

Внедрение программы обучения: ключевые инструменты и методы

Внедрение программы обучения всегда начинается с запроса. Поступил запрос на создание программы – начинается исполнение. Программа создана – запрос выполнен.

Если курс обязателен для прохождения (например, курсы по охране труда), то назначаются даты обучения.

Если курс не является обязательным – на него открывается запись. И тут потребуется реклама. Алла Великанова, эксперт РШУ, рекомендует: в качестве рекламы хорошо подойдет трейлер с рассказом о новом курсе (для какой аудитории и уровня знаний; что получит человек на выходе; каков формат, продолжительность и т.д.).

Ну и, наконец, внедрение обучающих курсов внутри компании, где внутреннее обучение только создается. И главная задача внедрения – объяснить персоналу важность корпоративного обучения, а также какие задачи и трудности в работе оно поможет решить.