

Методический кейс №1

ОСОБЕННОСТИ ОПИСАНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ НАВИГАТОРА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

Уважаемый коллега!

Этот кейс создан для Вас чтобы прояснить основные, ключевые особенности по работе с Навигатором, включающие в себя адаптацию привычной для Вас методической информации под восприятие родителя, пользователя, а также специфики составления текстов, предусмотренной концепцией Навигатора дополнительного образования детей.

Прежде всего рассмотрим, чем же будет полезен Навигатор родителю (пользователю):

- собственным личным кабинетом, в котором будет храниться и отображаться информация об историях просмотра и оформленных заявках на Программы и Мероприятия;
- предоставлением полной информацией об образовательных учреждениях Новосибирской области;
- обширной представленностью всех образовательных программ (практик) по Новосибирской области в одном месте с актуальными данными;
- полнотой предоставления информацией о Программах и Мероприятиях (направленность; подробное описание; продолжительность занятия; условия участия; ограничения по возрасту; учебный план; цели и ожидаемые результаты, информация о преподавателях; используемые материально-технические базы; сроки начала и окончания Программ и Мероприятий);
- умным предоставлением информации, исходя из местоположения пользователя;
- наличием фотографий и видео в одном формате, показывающих деятельность учреждения изнутри;
- разнообразными системами поиска, каталогизации, фильтрации, сортировки и рекомендаций Программ и Мероприятий, в том числе в виде картографического расположения;
- возможностью просмотров отзывов и оценок к Программам и Мероприятиям учреждений дополнительного образования, а также их публикация самими пользователями;
- функцией записи ребенка на Программу или Мероприятие дополнительного образования;
- возможностью иметь доступ к официальным новостям и информационным статьям от ведомства образования и науки региона.

Для составления текста к описанию реализуемых программ следует опираться на модель потребительского поведения, описывающая последовательность событий, ведущих к принятию решения родителем отдать своего ребенка в учреждение дополнительного образования.

Данная модель AIDA зачастую упоминается в расширенном варианте — AIDA(s):

A — Attention (внимание);

I — Interest (интерес);

D — Desire (желание);

A — Action (действие);

S — Satisfaction (удовлетворение).

Суть модели состоит в том, что любая презентация, или описание должны привлекать внимание потенциального потребителя (родителя), вызывать его интерес, который должен перерасти в желание лучше и больше узнать об учреждении, о вариативности направленности дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ и, наконец, побуждать к действию — отдать своего ребенка именно в Ваше образовательное учреждение. На этом этапе классическая модель заканчивается. Последний этап модели нацелен на удовлетворение родителя качеством ПРОГРАММЫ. Такой родитель становится благодарным приверженцем ВАШЕГО учреждения и готов рассказывать о нем родным и знакомым.

Данная модель даёт пояснение для заполнения разделов, связанных с описанием (краткого и основного) программы. Некоторые ее элементы, связанные с удовлетворением потребностей родителя, применимы в разделах «Цель программы» и «Ожидаемые результаты». Все остальные разделы программы заполняются согласно Инструкции по заполнению формы данных об образовательных учреждениях (файл №14), Методическим рекомендациям для учреждений ДОД (файл №19) и Руководству Представителей учреждений и организаторов (файл №13).

Этапы реализации модели АИДА

1 этап. Привлечение внимания родителя.

Привлечь внимание возможно кратким описанием, которое отражается рядом с фотографией в каталоге программ.

Ориентировочный рефлекс возникает на новизну раздражителя. Если взгляд родителя остановится, «зацепится» на кратком описании программы, то значит Вы смогли привлечь внимание к своему послы. Используйте для этого крылатые слова, цитаты, высказывания великих и мудрых людей, метафорические сравнения по своей тематике. Для этого можете использовать поисковые системы Яндекс и Google в качестве помощника в поиске идей для составления текста.

Пример краткого описания (предусмотрено не более 140 символов): «Дети на наших занятиях учатся не просто танцевать, они грациозно парят в сплетение звуков музыки и своим мастерством делают этот мир ещё краше», или «Танец помогает создать новый многогранный образ, более чувственный, эмоциональный и страстный. Танцуя, мы превосходим сами себя», или «Танец - это стих, в котором каждое движение является словом».

2 этап. Формирование интереса у родителей за счет интригующего и увлекательного сообщения.

Данный этап и два последующих раскрываются в основном описании программы.

Исследовательский рефлекс – это генетическая познавательная программа, обеспечивающее выживание человека. Любопытство движимо психической энергией предвосхищения новизны неизведанных ощущений и открытий.

Находите интересные факты, истории, случаи, события, связанные с Вашим видом деятельности и начинайте описание программ именно с них. Такими действиями, Вы подогреете интерес родителя к Вашему обращению и ему захочется продолжить читать Ваш текст дальше.

Примеры текстов, вызывающие интерес:

«Согласно сонникам, видеть танцевальный зал или быть в нем во сне – к хорошим известиям или приятной встрече. У нас для Вас хорошее известие – мы приглашаем Вашего ребенка окунуться в прекрасный мир танца.»

«Пчелы танцуют целый день. Вернувшись домой из полета, пчела начинает кружиться над ульем, делая разные замысловатые круги и петли, зависая в воздухе и шевеля брюшком. Вокруг танцующей пчелы собирается целый рой взволнованных пчел...Даже пчелы не могут жить без танца».

«В книге рекордов Гиннеса 37-летняя Каламандалам Хемаленте танцовщица с Индии поставила мировой рекорд протанцевав народный танец 123 часа и 15 минут».

3 этап. Формирование желания участвовать в программе обучения, реализация потребностей родителя.

Ваша информация должна эмоционально обещать удовлетворить потребности родителя – вызвать желание записать своего ребенка на обучающую программу.

Необходимо сформировать ценность предложения, а если речь идет о платных услугах, то чаша весов ценности должна перевешивать чашу с ценой. Следует помнить главное правило, что Вы создаете описание не для себя, не для методиста, а для родителя, которому будет скучно читать просто сухой методический текст. Пролитав и прочитав в каталоге несколько программ с аналогичным описанием - он вообще может потерять интерес к информационному порталу Навигатор, признав его скучным и не интересным. Ваше описание должно светиться энергией,

добродушностью, желанием помочь родителю с выбором направленности обучения, в тексте должны быть максимально удовлетворены его потребности в реализации развития своего ребенка. Представьте себя на месте родителя, предположим, Вы пришли в магазин электроники, а сотрудник магазина рассказывает о товаре на сложном для Вас техническом языке. Какая будет Ваша реакция? А теперь, представим другую картину, где тот же самый сотрудник, выявив Вашу потребность, говорит с Вами на языке удовлетворения Вашей потребности, доступным и адаптированным языком, рассказывая про те же самые технические характеристики товара.

Помогите родителю понять, чем именно Ваша программа подходит для его ребенка, какие у нее есть отличительные особенности и что она даст ему по окончании периода обучения (затрагивая развитие навыков *hard* и *soft skills*, а также компетенций 21 века).

Сформулируйте для себя те преимущества, которые получает как родитель, так и ребенок от занятий в Вашем учреждении и описывая программу опирайтесь на них. Благодаря их раскрытию, Вы сможете сформировать у родителя ценность Вашего предложения.

Как правило, презентация любой услуги построена по принципу ХПВ (характеристика – преимущество – выгода от использования (в нашем случае, выгода от учебного процесса)).

Между преимуществом и выгодой используется смысловая связка в виде следующий слов:

- потому что;
- значит;
- благодаря этому;
- это позволит;
- в результате этого;
- это даёт...;
- это гарантирует...

Используйте этот прием, для придания большей ценности Вашему предложению.

Пример описания:

«Программа обучения адаптирована на возраст _____, благодаря этому, учтены все особенности данного возраста, она соответствует всем современным требованиям к образовательным процессам, в результате этого, ребенка получает необходимые и востребованные навыки и компетенции 21 века. Все этапы программы тщательно проработаны педагогом и методистами нашего учреждения опираясь на многолетний опыт и учитывая все самые актуальные тенденции в образовании.

По желанию родителя, существует возможность сопоставить результат обучения ребенка с результатом, предусмотренной программой это даёт прозрачность в восприятии родителем всех процессов и уверенность в правильном выборе образовательной траектории ребёнка. Программа обучения четко описывает результаты, которые приобретает ребенок по окончанию периода обучения.

Наши преподаватели постоянно совершенствуют свой уровень профессионализма, за счет аттестаций и курсов повышения квалификации, что гарантирует их высокий профессионализм и знание современных методов работы с детьми. Условия для занятий соответствуют самым строгим санитарным правилам и нормам, которые в свою очередь, обеспечивают безопасность нахождения ребенка в нашем учреждении.

В результате обучения затрагиваются следующие актуальные моменты _____

Для нас каждый ребенок — это нотка в огромном океане музыки, которую мы тщательно прорабатываем, проигрываем, чтобы получить по-настоящему сложенную и качественную палитру симфонического звучания».

В том месте, где используется нижнее подчеркивание предусматривается текст из основной программы.

Весь текст в разделе описание должен быть не менее 200 символов. Рекомендованное количество 500 символов (4-5 абзаца -1/2 экрана). Пример текста состоит из большого количества символов, и он нацелен на то, чтобы продемонстрировать возможные варианты изложения текста. Для удобства и быстроты подсчета количества символов в тексте Вы можете использовать бесплатный сайт www.text.ru скопировав и вставив свой текст в специальное отведенное поле на его главной странице. Сайт позволяет определять общее количество символов и уникальность составления текста.

4 этап. Призыв к действию.

Создать призыв к действию. Лучше ограничить предложение по времени, свободным местам в группе. Данный этап необходимо затронуть в конце основного описания программы.

«Подарите ребенку бесконечное путешествие в безграничный мир танцев.

Торопитесь. Количество мест ограничено».

В описании избегайте следующие основные моменты (Методические рекомендации по работе с Навигатором дополнительного образования (№19)):

- 1) Орфографические и пунктуационные ошибки;
- 2) Местоимения «Вы», «Ваши» (дети). «Вы» и «Ваши», так как они могут воспринимаются как навязывание;
- 3) Уменьшительно-ласкательные слова: детишки, деточки, ребятки, мамочки, сказочка, рассказик и подобное;
- 4) Повторения одних и тех же слов в одном абзаце. Например: «Веселого Деда Мороза всегда весело встретить на веселом новогоднем празднике!»;
- 5) Штампы, канцеляризмы: данная (программа), во избежание, имеет место, вышеперечисленные, выявление, нахождение, по окончании, является и прочее;
- 6) Указание на сезон, если Программа проводится в течение всего года;
- 7) Обилие восклицательных предложений - в одном описании программы используйте не более 1-3 восклицательных предложений;
- 8) Обилие риторических вопросов. Используйте иногда по 1-2 наводящих вопроса для вступления и избегайте вопросы негативного характера: «Устали сидеть без дела?», «Не с кем оставить ребенка?»;
- 9) Использование длинных абзацев. В один абзац включаете 3-5 строчек. Длинные абзацы разбивайте на короткие для лучшего восприятия текста. Между абзацами оставляйте пустую строку;
- 10) Применение скобок и сносок. Формулируйте предложения так, чтобы пояснения и дополнения к основному тексту органично в него вписывались, или используйте для этого поле: «Особые условия»;
- 11) Повторение одной и той же информации в разных полях карточки (размер группы, возрастные ограничения, продолжительность мероприятия и другие);
- 12) Использование номерного рубрикатора (1. 2. 3.). Пишите не инструкцию, а красивое описание, поэтому используйте «во-первых», «во-вторых» или изящные буллиты «•»;
- 13) Выделения шрифтом: курсив, полужирный шрифт, Caps Lock;
- 14) Применение сокращений: руб, мин, чел, т.д., пр. и другие. Допустимо сокращать только меры веса и длины: кг, г, км, м.;
- 15) Использование в тексте смайлов.

Если в описании Вы будете предоставлять только сухие аргументы, факты, то шанс удержать интерес родителя равняется 20% из 100% (каждый пятый родитель), остальные 80% формируются, опираясь на эмоциональную составляющую (чувства, эмоции, переживания, радости, страхи, неудовлетворенности).

Используйте в описании слова, которые задействуют различные каналы восприятия информации человеком (визуальный канал (зрение), аудиальный канал (слух), кинетический канал

(ощущения). Ведь не секрет, что все мы по-разному воспринимаем одну и ту же информацию и сложно понять какие каналы восприятия преобладают у читателя-родителя. Поэтому и существуют определенные маркеры, используя которых, Вы можете более действенно и конкретнее донести нужную информацию. Родителю будет приятно читать о программе и получать желаемый эмоциональный положительный ряд. Сочетайте их в описании для придания большего эффекта и красочности изложения информации.

Варианты слов для усиления визуального канала: светлый, цветной, зрелищный, контрастный.

Варианты слов для усиления аудиального канала: звенящий, ритмичный, тихий, зовущий, говорящий.

Варианты слов для усиления кинетического канала: мягкий, теплый, натянутый, душистый, невесомый, гладкий.

К каждой программе рекомендуется прилагать изображения и видеоматериал. В рейтинге муниципальных районов и городских округов предусмотрено проставление баллов за качественное выполнение данных условий.

Посредством изображений Вы задействуете визуальный канал восприятия информации, за счет видеоматериалов – визуальный и аудиальный канал.

Требования к изображениям программы:

1. Оригинальные картинки, а не скаченные.

Не рекомендуется использовать изображения, скаченные в Интернете так как, при этом теряется уникальность Вашей программы и поисковые системы не охотно «выдают» подобную информацию при запросе пользователя. Более того, скаченное изображение может быть привязано к другому тесту и у поисковой системы могут возникнуть сложности в актуализации информации, а у родителя - ощущение, что данное изображение встречалось на другом сайте.

2. Использование гармоничных цветов и контрастов.

Результаты эксперимента Саноки и Сульмана на соотношения цветов свидетельствуют о том, что люди лучше способны усваивать и запоминать больше информации, воспринимая изображения с контрастной, но гармоничной цветовой гаммой, предпочтительно с сочетанием трех и менее цветов.

Калли Каворджиа описывает функции цвета и контраста:

«Контраст создает конфликт между элементами для привлечения внимания зрителя к определенной точке на изображении, и является наиболее эффективным способом добавить визуальный интерес...».

3. Изображения должны включать в себя людей, их эмоции.

Мы гораздо лучше помним изображение, центрированное на человеке, даже если это что-то столь банальное, как мужчина в метро. Даже с большей вероятностью запомнятся фотографии взаимодействующих людей – разговаривающих, танцующих, просто сидящих рядом. При этом даже образ, сосредоточенный на одном человеке запомнится намного лучше, чем самый красивый пейзаж.

Отражая на фотографиях эмоции, действия, движения формируется отклик в сознании зрителя.

Фотографии (занятий, процесса, деятельности) могут быть сделаны самостоятельно организатором, или учениками, попросив их об этом.

4. Изображение не должно содержать каких-либо надписей.

5. Изображения должны быть определенных размеров.

Загружаемые изображения должны иметь горизонтальную ориентацию и разрешение не менее 706*470 пикселей. Рекомендуется загружать файлы размером не более 1 Мб.

Для переноса фотографий с телефона на компьютер Вы можете воспользоваться шнуром, отправить фото на личную почту, облачное хранилище, или приложением WhatsApp Web (если телефон поддерживает WhatsApp).

Процедура подготовки изображений под данные требования отражена в Инструкции по работе с фото и видеоматериалами на канале YouTube.

Видеоматериал может быть предоставлен в форме:

- фрагмента занятия, конкурса, события;
- интервью самого педагога с рассказом о своем предмете, своей деятельности, своем опыте;
- видео-отзывов учащихся и родителей;
- вводного общего материала для понимания родителем направления и профиля реализуемой программы (документальные фильмы, исследования, сюжеты, интервью людей, связанных с данной направленностью и прочее);
- фильма о своем учреждении ДОД.

По данным ЮНЕСКО человек запоминает 12% услышанного и 25% увиденного, а при аудиовизуальном восприятии усваивается до 65% информации. Следовательно, привлечение всех органов чувств ведёт к исключительному росту степени восприятия материала.

Что даёт размещение видеоматериала?

Наглядность. Видеоматериалы отличаются визуализацией материала, его «оживлением», возможностью представить наглядно те процессы, которые могут повлиять на принятие положительного решения родителем отдать своего ребенка на данную программу.

Динамичность. Подвижность показываемых кадров способствует усилению внимания, вызывает интерес и делает разнообразным процесс передачи информации.

Использование видеоматериала позволит:

- расширить границы восприятия информации у родителя;
- сформировать более глубокое понимание учебного процесса;
- поднять рейтинг и профессионализм педагога в глазах родителя (при размещении интервью педагога);
- увеличить рейтинг учебного заведения в глазах родителей и детей, повысить узнаваемость учреждения в системе дополнительного образования;
- минимизировать последующие разочарования родителя и риску прекращения занятий, связанных с не понимаем сути направленности предмета;
- получать дополнительные баллы ответственным координатам в рейтинге координаторов Навигатора муниципальных районов и городских округов на территории Новосибирской области.

Консультацию по всем вопросам, связанных с работой Навигатора Вы можете получить у методиста Регионального модельного центра ГАУ ДО НСО «ОЦРТДиЮ» Нехаева Евгения Александровича, руководителя методического проекта «Региональный Навигатор дополнительного образования детей Новосибирской области как инструмент масштабирования эффективных практик дополнительного образования детей» по телефону 8-923-240-0666, или направив свой вопрос на почту nea@donso.su.