



E-Learning cho Người mới bắt đầu

Bản dịch tiếng Việt do LearnSmart thực hiện tháng 11 -2015

Cuốn sách này không chỉ hữu ích cho những ai muốn thiết kế hoặc tổ chức các khóa học e-learning. Đối với các giảng viên cuốn sách này cũng cung cấp nhiều thông tin thú vị, đặc biệt là phần nghiên cứu nhu cầu học và các nguyên tắc sử dụng hình ảnh, màu sắc để xây dựng một khóa học nói chung.

Liên hệ: info@learnsmart.com.vn

www.Learnsmart.com.vn.

(08) 62916502

LearnSmart 

Mục lục

Giới thiệu	3	Làm cho E-Learning hiệu quả	43
E-Learning là gì?	6	Lỗi viết	44
Tự điều chỉnh tốc độ	8	Tương tác hấp dẫn	46
Tương tác	9	Thiết kế trực quan	51
Phương tiện truyền thông đa dạng	10	Phân phối E-Learning	55
Các ích lợi của E-Learning	12	Hệ thống quản lý việc học	58
Giảm chi phí và quy mô	13	SCORM	59
Tiếp cận người học ở mọi nơi	14	Tin Can API	60
Thích ứng với tốc độ kinh doanh	14	Nguồn thông tin E-Learning	61
Hành trình xanh	15		
Truyền sự tự tin cho mọi người	15		
Tạo ra E-Learning	17		
Mọi người	18		
Quy trình	21		
-Tổng quan việc lập kế hoạch và phân tích	21		
-Việc lập kế hoạch bắt đầu	22		
-Tổng quan phân tích lỗ hổng	24		
-Thực hiện phân tích lỗ hổng	25		
-Bài báo và sách hữu ích	31		
-Sự biến đổi	31		
Đo lường hiệu quả khóa học	36		
Công cụ	38		

Introduction



Chào mừng đến thế giới tuyệt vời của e-learning! Bạn đã tham gia vào một ngành công nghiệp mà nó đang thay đổi mọi lúc theo những cách thức thú vị, làm cho nó vừa hấp dẫn và đôi khi cũng khó khăn.

Khi mọi người đã bắt đầu sử dụng thuật ngữ “e-learning” trong thập niên 90, hầu hết e-learning bao gồm những phiên bản Flash của bài thuyết trình bằng PowerPoint. Trong nhiều trường hợp, đây cũng chính là những bài thuyết trình bằng PowerPoint mà những người huấn luyện đã truyền đạt trong các lớp học truyền thống. Nhưng bây giờ, học viên có thể xem trực tuyến.

Trong giai đoạn đầu, những khóa học PowerPoint-to-Flash này đã gieo trồng những hạt giống quan trọng cho ngành công nghiệp. Và khi công nghệ băng thông phát triển thì ngành công nghiệp e-learning bùng nổ. Bây giờ nó là một ngành công nghiệp phức tạp với một con số cao ngất các công cụ, công nghệ, người chơi, và thuật ngữ.

Nếu bạn là một người mới thiết kế e-learning, bạn có thể bị áp đảo. Chúng tôi biết vì chính chúng tôi đã từng như vậy: người mới không chắc chắn “e-learning” thậm chí có nghĩa là gì, lại càng không biết những gì đã tham gia vào việc tạo ra nó. Bây giờ chúng tôi là những nhà thiết kế khóa học chuyên nghiệp đi đầu trong lĩnh vực này, và chúng tôi mong muốn chia sẻ những gì chúng tôi đã học được với bạn, để bạn có thể nhanh chóng và tự tin để bắt đầu.

Trong e-book này, bạn sẽ học:

- E-learning thực sự là gì
- Làm thế nào e-learning có thể giúp cho tổ chức của bạn
- Những gì tham gia vào việc tạo ra e-learning
- Các phương pháp đánh giá hiệu quả của e-learning
- Làm thế nào để đưa các khóa học đến học viên

Hãy bắt đầu bằng cách xem xét kỹ hơn “e-learning” nghĩa là gì.

What Is E-Learning?



Vậy thì, chính xác e-learning có nghĩa là gì? Nói ngắn gọn, e-learning là việc giáo dục hoặc đào tạo được chuyển giao bằng đường điện tử.

Trong giáo dục và đào tạo truyền thống, giáo viên hoặc người huấn luyện truyền đạt kiến thức trong một khung cảnh lớp học thực tế. Học viên lắng nghe, xem và tương tác trực diện với giáo viên hoặc huấn luyện viên.

Với e-learning, học viên tiếp thu nội dung đào tạo trên máy vi tính, máy tính bảng và điện thoại thông minh. Và “nội dung đào tạo” đó chính xác là gì? Vâng, nó có thể là rất nhiều điều khác nhau. Nó thể là một chuỗi các slide, các file PDF, các video, screencast, phần mềm mô phỏng hay một khóa học dựa trên các slide tương tác đa dạng.

Nhiều người nghĩ rằng một khóa học e-learning là một hoạt động học trực tuyến dựa trên các slide có chứa các nút điều hướng đơn giản (chẳng hạn như các nút “tiếp theo” và “quay lại”), kết hợp với các câu hỏi trắc nghiệm. Nhưng không phải tất cả các khóa học e-learning đều như thế. Ví dụ, một khóa học e-learning có thể mô phỏng cách sử dụng một phần mềm để áp dụng vào công việc bằng cách hướng dẫn nhấp chuột theo một thứ tự nào đó; hoặc nó có thể là một khóa học tương tác cao trong đó có diễn vai và đưa ra các quyết định phức tạp.

Cho dù e-learning rất đa dạng, chúng vẫn có một số yếu tố chung.



Tự điều chỉnh tốc độ

Một trong những đặc điểm thuận lợi nhất của e-learning là học viên có thể tự điều chỉnh tốc độ và không cần học cùng một lúc. Điều này có nghĩa là không có việc cài đặt sẵn thời gian cho việc học. Khác với việc học tập truyền thống, nơi mà học viên phải học vào thời gian được định sẵn và với tốc độ lựa chọn của người hướng dẫn, e-learning có thể được sử dụng ở bất kỳ lúc nào, ở bất kỳ tốc độ nào.

Chúng ta nên lưu ý rằng mặc dù học viên có thể tự do học theo tốc độ riêng mình nhưng một số tổ chức sẽ thiết lập thời hạn cuối cùng để hoàn tất e-learning. Ví dụ, nhân viên bán hàng có thể được yêu cầu hoàn tất các khóa học về sản phẩm mới trước khi đưa sản phẩm ra thị trường, hoặc sinh viên có thể phải hoàn thành một khóa học trước khi kết thúc học kỳ. Và dù đặc điểm của e-learning là không cần học cùng lúc, thì cũng có khi nó cần tập hợp nhiều học viên cùng một lúc, chẳng hạn như hội nghị web hoặc chat qua mạng.



Tương tác

Tương tác là cách để e-learning lôi cuốn được học viên. Thay vì học thụ động, nghĩa là học viên chỉ thu nhận kiến thức thông qua việc đọc hoặc xem nội dung, thì e-learning tương tác đòi hỏi học viên phải tham gia mật thiết. Họ nhấp chuột hoặc chạm vào màn hình. Họ kéo nội dung từ nơi này đến nơi tiếp theo. Khi học viên thực hiện các chọn lựa khác nhau, họ sẽ được xem các nội dung khác nhau. E-learning tương tác có thể bao gồm các hoạt động sử dụng tư duy phản biện, chẳng hạn như các trò chơi, câu đố, các tình huống mà học viên phải đưa ra quyết định và khuyến khích học viên khám phá xem kết quả là gì đằng sau mỗi chọn lựa của họ. Cho dù có vô số khóa học e-learning không có tương tác được phát triển mỗi ngày, e-learning cần phải có tương tác thì mới hiệu quả.



Phương tiện truyền thông đa dạng

E-learning thường bao gồm đa phương tiện truyền thông. Thành thật mà nói, sẽ khá nhàm chán nếu chỉ nhấp chuột vào một chuỗi các slide PowerPoint đầy chữ và các gạch đầu dòng. Thật vậy, khi chúng tôi nghiên cứu trên 500 học viên trực tuyến, họ nói chán nhất là phải đọc danh sách các thủ tục và quy định tẻ nhạt và vì thế họ chán các khóa học. E-learning hiệu quả nhất phải giành được sự quan tâm và chú ý của học viên, thu hút họ theo một cách thực tế để họ thật sự nắm vững được tài liệu. Đó là lý do tại sao nhiều khóa học e-learning bao gồm hình ảnh động, âm thanh và video – tạo ra một trải nghiệm học tập đa phương thức, sâu và hiệu quả.

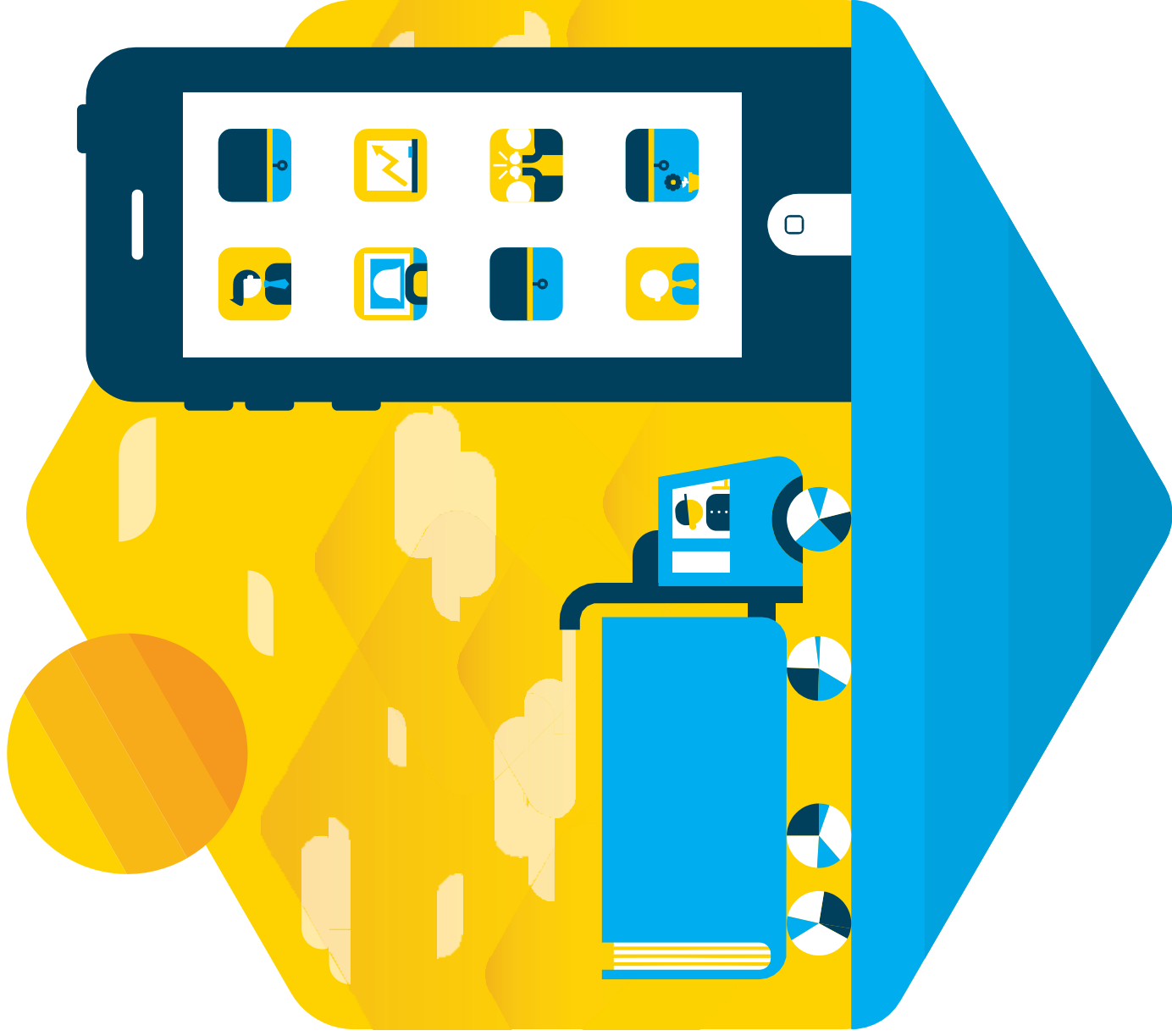


Nhìn chung, bất kể một khóa e-learning nào cũng sẽ thuộc vào một trong hai loại: dựa trên thông tin (information-based) hoặc dựa trên việc thực hiện công việc (performance-based). Các khóa học dựa trên thông tin (information-based) bao gồm các thông tin công ty cần chia sẻ với nhân viên, thường là các quy định phải tuân thủ. Các khóa học dựa trên thông tin (information-based) được thiết kế để nâng cao nhận thức hoặc xác nhận sự hiểu biết, không thay đổi hành vi. Ví dụ: khóa học về một chính sách mới hoặc các yêu cầu cần tuân thủ hàng năm của công ty.

Trái lại, các khóa học dựa trên việc thực hiện công việc (performance-based) nhắm tới việc thay đổi hành vi, chẳng hạn như việc áp dụng một kỹ năng mới trong công việc. Những khóa học loại này có thể tạo ra các ảnh hưởng thật sự cho doanh nghiệp và có thể đo lường được kết quả. Ví dụ, khi một nhân viên học được cách thức ứng phó hiệu quả với một khách hàng giận dữ, thì có thể tăng sự hài lòng của khách hàng và tỷ lệ giữ chân khách hàng.

Bạn chắc chắn đang nhận ra rằng e-learning rất đa dạng. Trên thực tế, một số khóa học e-learning không thực sự là một khóa học! Bạn rất tự do khi thiết kế e-learning. Tiếp theo, chúng tôi sẽ giải thích các lợi ích của e-learning đối với toàn bộ tổ chức của bạn.

Benefits of E-Learning



Khi chiếc máy pha cà phê xịn của bạn cuối cùng cũng bị hỏng sau khi pha một mẻ quá nhiều ly, thì bạn có thể, hoặc là chen lấn ở trung tâm mua sắm để chọn một chiếc máy mới trong số các máy đang bày bán, hoặc là đặt mua một mẫu được đánh giá cao trên trang Amazon.com và được giao trực tiếp đến tận cửa nhà bạn. Amazon giao hàng một cách nhanh chóng và dễ dàng, mà không có những rắc rối của việc chạy đến trung tâm mua sắm.

Vâng, e-learning làm điều tương tự cho giáo dục và đào tạo. Bạn không phải đi tham xuống lớp học với một đám đông những người khác. Với e-learning, bạn được dạy điều bạn cần phải biết một cách nhanh chóng và dễ dàng, bất cứ nơi đâu. Việc học được chuyển giao ngay cho bạn. Và điều đó mang lại những lợi ích to lớn cho tổ chức của bạn. Chúng ta hãy xem những điều đó là gì.



Cắt giảm chi phí và mở rộng quy mô

Một trong những lợi thế của e-learning là nó tốn kém ít hơn và có khả năng mở rộng quy mô trong khi việc không thể làm nổi. Thật vậy, các doanh nghiệp tiết kiệm 50-70% khi họ dùng e-learning thay thế việc giáo viên đào tạo trực tiếp.*

*(Nguồn: Institute of Management and Administration Survey)

Với lối đào tạo theo kiểu truyền thống, một tổ chức đầu tư các nguồn lực để có một giảng viên chuẩn bị một khóa học. Người giảng viên dành ra một vài tuần chuẩn bị một tài liệu bằng PowerPoint và một số các hoạt động. Sau đó một nhóm các học viên tập hợp lại trong một lớp học trong vài ngày để học nội dung đó. Trong khi họ học ở đó, họ không làm các công việc chính của họ. Nếu họ phải di chuyển cho khóa đào tạo, thì họ tiêu tốn thêm chi phí đi lại. Và khi khóa học kết thúc là hết. Lần sau nếu muốn đào tạo nữa, họ phải thực hiện tất cả các qui trình tương tự một lần nữa.

Nhưng với e-learning, các tổ chức có thể đầu tư một lần cho một khóa học, sau đó chuyển giao nó cho tất cả nhân viên của họ, ở bất cứ đâu. Vì vậy nhiều khả năng mở rộng hơn và ít tốn kém hơn! Và bởi vì nhân viên có thể tham gia khóa học theo tốc độ của riêng mình, nên họ có thể dễ dàng thu xếp việc học sao cho phù hợp với các nhiệm vụ khác của họ.

Tiếp cận học viên ở mọi nơi

Không có máy tính bàn ở nơi học viên của tổ chức của bạn đang hoạt động? Không sao cả. E-learning cũng có thể được truy cập từ máy tính bảng và điện thoại thông minh. Điều này có nghĩa là học viên của bạn có thể đang đi thị trường, đang trên đường, ngay cả khi đang ở những nơi xa nhất, vẫn truy cập được khóa học trên thiết bị mà họ thấy thuận tiện nhất. (Và hãy nhớ, e-learning rất hữu ích cho học viên. Bây giờ họ có thể học theo tốc độ riêng của mình, khi họ đang nằm dài trên sofa hay trong khi họ đang di chuyển trên đường. E-learning cho phép HỌC VIÊN được tự làm “tài xế”.)

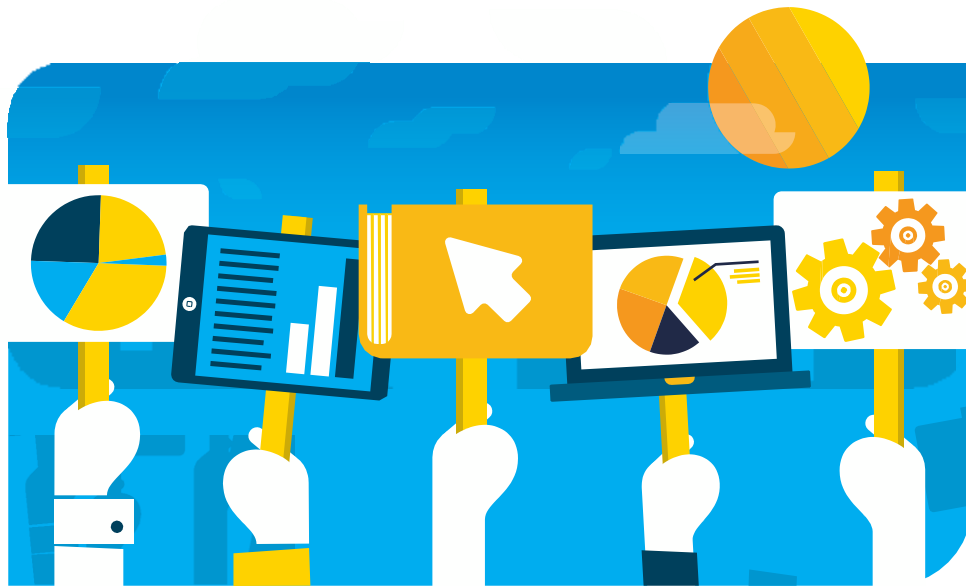
Thích ứng với tốc độ kinh doanh

E-learning cũng có thể giúp tổ chức của bạn thích ứng với tốc độ kinh doanh. Cần làm cho đội ngũ bán hàng của bạn nắm vững một sản phẩm mới nhanh chóng?

Với e-learning, bạn chỉ cần tạo ra một khóa học một lần, thường là trong một vài giờ, và chia sẻ nó ngay lập tức với hàng ngàn người sử dụng. Và khi những nhà quản lý muốn xem ai đã học gì mà phải lấy thông tin từ các sổ đăng ký đào tạo và phiếu tham dự thì có thể rất mệt mỏi với một mớ hỗn độn hồ sơ lưu trữ. Nhưng với e-learning, hệ thống sẽ giúp bạn tự động theo dõi và báo cáo ai đã học xong và điểm số bao nhiêu.

Hành trình xanh

E-learning có thể cung cấp một giải pháp thay thế thân thiện với môi trường, so với việc đào tạo trong lớp học. Cắt giảm chi phí đi lại không chỉ làm giảm chi phí, như đã được thảo luận trước đây, mà nó còn giúp làm giảm lượng khí thải các-bon. Đây là một điểm cộng cho bất kỳ tổ chức nào đã cam kết giảm thiểu lượng khí thải các-bon.



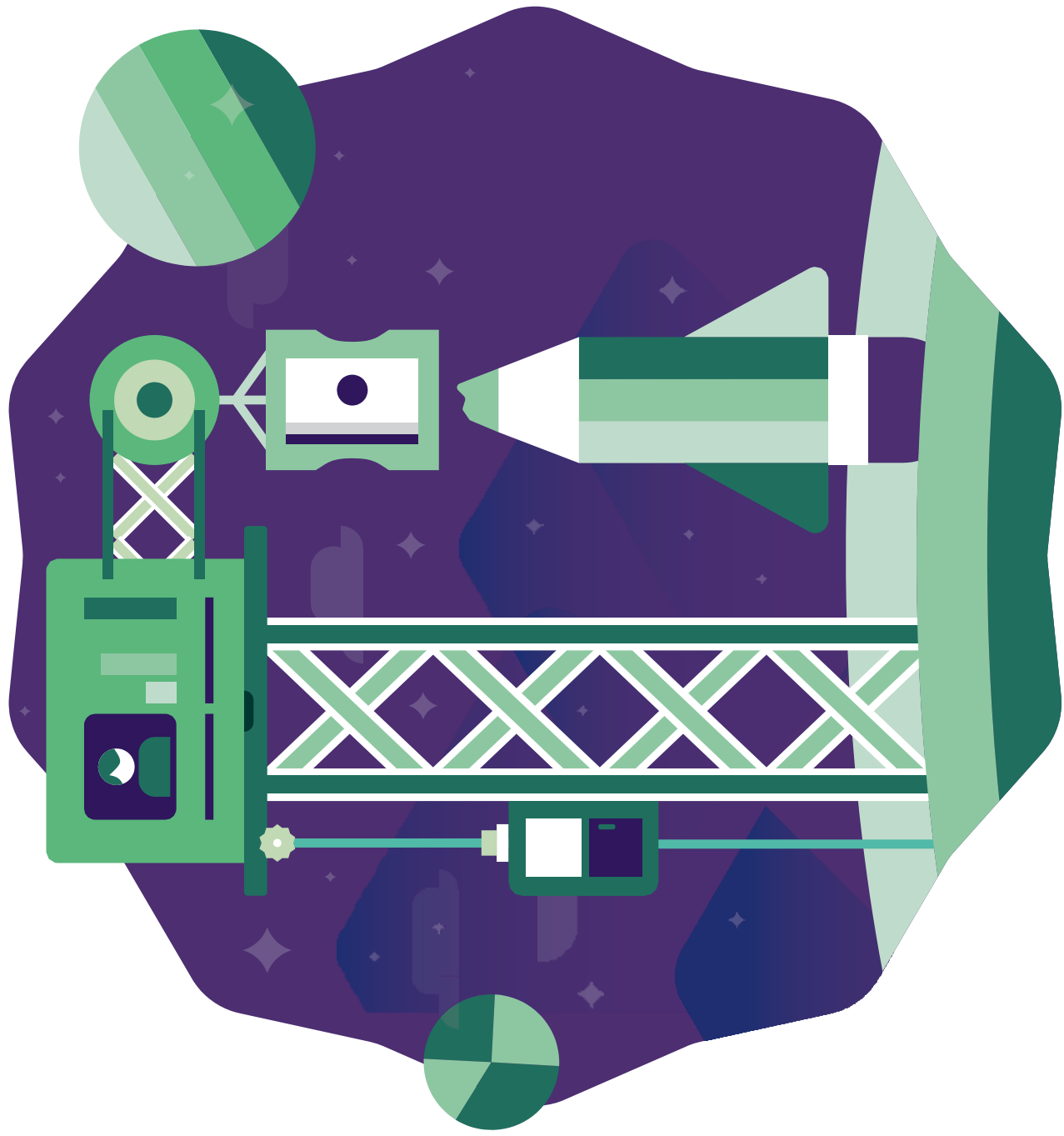
Trao quyền cho nhân viên

Mọi nhân viên đều hưởng lợi khi tổ chức của bạn đặt việc học vào tay của họ. Với e-learning, bộ phận đào tạo có thể tập trung vào việc tạo ra các khóa học e-learning tốt nhất thay vì lập kế hoạch và quản lý việc đào tạo kiểu lớp học truyền thống.

Và với việc truy cập để học tập theo yêu cầu, học viên của bạn được truyền sự tự tin để thực hiện và phát triển vai trò của họ - và vươn xa hơn. Cuối cùng, nhưng chắc chắn không kém phần quan trọng, những nhà lãnh đạo và quản lý doanh nghiệp có thể giảm đáng kể thời gian ngưng làm việc do việc đào tạo truyền thống nhờ e-learning, cũng như giữ cho mọi người làm việc tập trung và hiệu quả. Tóm lại, e-learning truyền sự tự tin cho mọi người để thực hiện.

Với tất cả những lợi ích này, không có gì lạ là ngành công nghiệp e-learning đang tăng trưởng rất nhanh chóng! May thay, có những người như bạn để giúp các tổ chức lợi dụng tất cả những phần tinh túy. Trong mục tiếp theo, chúng ta sẽ khám phá những điều bạn cần biết để xây dựng e-learning hiệu quả.

Creating E-Learning



Hãy tưởng tượng bạn là một thợ làm bánh và cần nướng một cái bánh e-learning. Để làm điều này, bạn sẽ cần ba điều. Bạn cần **mọi người** giúp bạn làm đúng loại bánh: một cái bánh mà nó sẽ ngon và đầy đặn. Bạn cần **một quy trình**, giống như một công thức với những hướng dẫn để chuẩn bị cho cái bánh, từ việc thu thập những nguyên liệu tốt nhất đến việc đảm bảo mỗi nguyên liệu được kết hợp với tỷ lệ thích hợp, để có được hương vị mà bạn muốn. Và bạn cần **các dụng cụ** để giúp bạn chuẩn bị nguyên liệu, nướng bánh, và phục vụ bánh.

Trong mục này, chúng tôi sẽ hướng dẫn bạn qua từng thành phần để bạn sẽ được chuẩn bị tốt để làm cái bánh e-learning rất riêng của bạn.

Nhân lực

Hãy sử dụng một ví dụ thực tế rất phổ biến – đào tạo bán hàng – để minh họa cách thức mọi người, quy trình và các công cụ phối hợp làm việc cùng nhau. Hãy tưởng tượng rằng bạn được yêu cầu đào tạo cho đội ngũ bán hàng của công ty bạn. Mục tiêu của đội là để tăng doanh thu bán hàng 15% trong quý kế tiếp. Ai, cách nào, và điều gì bạn cần để giúp họ đạt được mục tiêu này?

Đầu tiên, bạn cần nhân lực. Hãy nhớ chúng tôi đã nói rằng mọi người đều hưởng lợi khi công ty của bạn đặt việc học vào trong tay của mọi người? Mọi người là trọng tâm của e-learning và cũng là phương tiện để tạo ra nó, vì thế chúng ta hãy bắt đầu từ đó. Công ty của bạn càng lớn, bạn có càng nhiều học viên, nhưng điều đó cũng có thể có nghĩa là bạn có nhiều người hơn với những vai trò và trách nhiệm riêng biệt- những người có thể giúp bạn đưa dự án e-learning của bạn đạt được kết quả tốt đẹp lúc khởi đầu. Trong những tổ chức lớn hơn, một đội ngũ dự án e-learning điển hình có thể bao gồm người hưởng lợi, quản lý dự án, chuyên gia nội dung, chuyên gia phương pháp, thiết kế đồ họa/ phương tiện truyền thông, thiết kế e-learning, người dùng thử/ quản lý chất lượng, và bộ phận IT hỗ trợ. Công ty càng nhỏ, thì càng nhiều những vai trò và trách nhiệm này thường được đổ lên vai của ít người hơn- hoặc thậm chí chỉ một người!

Nhưng cho dù bạn là một phần của một đội dự án lớn hay một đội chỉ một người, thì gần như mọi dự án e-learning bao gồm ba vai trò: khách hàng/người hưởng lợi, chuyên gia nội dung, và chuyên gia thiết kế e-learning. Chúng ta hãy xem xét từng vai trò này.



Khách hàng/ người hưởng lợi là những người đã xác định được một mục tiêu kinh doanh và đã yêu cầu sự giúp đỡ của bạn để đạt được mục tiêu đó. Trong ví dụ đào tạo bán hàng của chúng tôi, khách hàng có thể là giám đốc kinh doanh là người đến gặp bạn để yêu cầu giúp đỡ tăng trưởng doanh số bán 15%. Cô ấy nghĩ đội của cô ấy, sau khi được đào tạo, sẽ bán được doanh số tốt hơn.

Các chuyên gia nội dung có nội dung hoặc kiến thức mà học viên cần để đạt được mục tiêu của khách hàng. Các khách hàng và chuyên gia nội dung đôi khi là một. Một lần nữa, gắn với ví dụ đào tạo bán hàng, có thể có một vài chuyên gia nội dung cho khóa học đó. Chuyên gia nội dung có thể là một quản lý bán hàng hiểu biết công việc của nhân viên bán hàng và chịu trách nhiệm giám sát và huấn luyện đội. Chuyên gia nội dung cũng có thể là một phụ trách sản phẩm, người cung cấp tất cả các chi tiết của sản phẩm để giúp bán sản phẩm.

Hoặc bạn có thể dùng chuyên gia nội dung là người làm ở bộ phận tiếp thị sản phẩm, người hiểu rõ các sản phẩm có thể đáp ứng nhu cầu của khách hàng như thế nào. Chuyên gia nội dung cũng có thể là những người từ bộ phận pháp lý, họ kiểm soát các quy định từ chối trách nhiệm liên quan đến sản phẩm và dịch vụ mà đội ngũ bán hàng cần phải biết khi giao dịch với các khách hàng.

Chuyên gia thiết kế e-learning (bao gồm chuyên gia phát triển e-learning, chuyên gia thiết kế khóa học) chịu trách nhiệm tạo ra khóa học. Họ là những người làm bánh làm ra những chiếc bánh e-learning. Nếu bạn đang đọc cuốn e-book này, thì rất có thể điều này mô tả bạn. Bằng cách làm theo quy trình thiết kế, bạn hành động như là một cố vấn cho các khách hàng, chuyên gia nội dung và học viên. Bạn đặt rất nhiều câu hỏi để hiểu được các mục tiêu của việc đào tạo và xác định các lỗ hổng kiến thức. Sau đó bạn sử dụng thông tin đó để thiết kế và phát triển khóa học e-learning đáp ứng các mục tiêu của khách hàng. (Đừng lo lắng, chúng tôi sẽ đề cập dưới đây về cách thức bạn bắt đầu làm đúng việc đó.)



Quy trình

Điều thứ hai bạn cần để làm chiếc bánh e-learning của bạn là quy trình; đó là, công thức bạn sẽ tuân theo để tạo ra đúng loại khóa học. Khi nói đến thiết kế e-learning, thì có nhiều quy trình người ta sử dụng, nhưng tất cả đều có ba bước tổng quát chung: lập kế hoạch và phân tích, xây dựng khóa học, và đo lường hiệu quả khóa học. Chúng ta hãy xem xét từng bước.

Lập kế hoạch và phân tích

Bước lập kế hoạch và phân tích thực chất là hai giai đoạn chồng chéo nhau. Trong một số tổ chức, hai giai đoạn này rất khác biệt và phần lớn việc lập kế hoạch dự án được thực hiện bởi một người quản lý dự án đào tạo riêng biệt. Trong nhiều tổ chức khác, công việc này lại do chuyên gia phát triển e-learning thực hiện. Cho dù bạn đang làm tất cả việc lập kế hoạch dự án và phân tích một mình hoặc chỉ làm một phần nhỏ, thì việc hiểu được các mục tiêu của bước này trong quy trình thiết kế là rất tốt để bạn có thể thấy nó hỗ trợ các bước tiếp theo như thế nào.

Về cơ bản, các mục tiêu của bước lập kế hoạch và phân tích là để tổ chức dự án của bạn, xác định các lỗ hổng (gaps) cần đào tạo, và đưa ra một chiến lược để lấp lỗ hổng (chúng tôi sẽ định nghĩa những thuật ngữ này sau). Để hoàn thành các mục tiêu này bạn cần hỏi khách hàng, chuyên gia nội dung và học viên cả tấn câu hỏi khác nhau.

[Tải danh sách các câu hỏi hữu ích này để giúp bạn bắt đầu.](#)

Mỗi đối tượng mà bạn hỏi sẽ tiếp cận mục tiêu từ một góc nhìn khác nhau. Khách hàng hoặc chuyên gia nội dung thường có tầm nhìn chiến lược, tổng quát về mục tiêu, trong khi đó học viên lại đi vào các chi tiết.

Cân bằng những quan điểm này là một phần quan trọng của việc đánh giá xem phương pháp đào tạo và nội dung nào nên được sử dụng để lấp các lỗ hổng kiến thức hoặc kỹ năng.

Khởi động việc lập kế hoạch

Trước khi xác định những nhu cầu đào tạo cụ thể, bạn phải hiểu được những nhu cầu dự án của bạn. Đây là lúc cần phải lập kế hoạch. Một cách tốt để bắt đầu việc lập kế hoạch là mời khách hàng đến một buổi họp khởi động dự án. Mục đích của buổi họp là để đặt các câu hỏi giúp bạn hiểu rõ hơn các mục tiêu của dự án và nắm rõ hậu cần dự án, chẳng hạn như thời hạn khách hàng tung ra khóa học, ngân sách của họ, và những người nào bạn có thể cần cho dự án. Sau đó, bạn sẽ sử dụng các thông tin này để xây dựng kế hoạch dự án và chuẩn bị các câu hỏi để hiểu rõ hơn về đối tượng học viên.

Những buổi họp khởi động dự án cũng là một cách tuyệt vời để thiết lập các kỳ vọng và đạt được sự đồng ý của mọi người về các vai trò và trách nhiệm. Việc biết ai là người ra quyết định cuối cùng khi các vấn đề phát sinh sẽ giúp bạn biết cần phải chuyển vấn đề tới ai khi muốn thúc đẩy dự án tiến triển. Và vì khách hàng thường rất bận rộn và không nắm các chi tiết hoạt động hàng ngày nên khó có thể xác nhận tính chính xác của nội dung, bạn cần yêu cầu khách hàng chỉ định một chuyên gia nội dung để đảm nhiệm vai trò đó. Sau đó bảo đảm là người này vào guồng hoạt động.

Một chủ đề khác bạn sẽ muốn thảo luận trong buổi họp khởi động là việc tung khóa học. Để khóa học thành công, bạn sẽ cần phải nói về việc triển khai dự án. Xác định rõ ai sẽ thông báo cho học viên là khóa học đã sẵn sàng, ai sẽ được yêu cầu tham gia khóa học, và có cần theo dõi xem ai đã hoàn thành khóa học hay không. Bạn cũng sẽ muốn có sự thống nhất về quy trình thu thập thông tin phản hồi, thảo luận cách thức bạn sẽ kết hợp việc thu thập thông tin phản hồi trong khóa học, và lập các kế hoạch để duy trì khóa học sau khi ra mắt.



Khi bạn rời buổi họp khởi động dự án, bạn có thể thấy là bạn vẫn còn rất nhiều kế hoạch để làm! Không sao, bởi nếu bây giờ bạn đầu tư vào việc lập kế hoạch và tổ chức dự án thì sau này bạn sẽ giảm được sự lộn xộn sau này. Vì thế, bạn nên đưa ra mục tiêu sau cuộc họp là thực hiện hai việc sau:

Đầu tiên, liên hệ với tất cả những người đóng góp cho dự án. Ví dụ như chuyên gia nội dung do khách hàng chỉ định, nhóm học viên học thử, bộ phận hỗ trợ công nghệ thông tin, hoặc những người phát triển truyền thông đa phương tiện. Hãy chắc chắn rằng họ hiểu dự án và sẵn sàng đóng góp.

Thứ hai, phải đưa ra một kế hoạch dự án với các mốc thời gian chính. Quan trọng là bạn và khách hàng của bạn thống nhất về khoảng thời gian cần để tạo ra khóa học. Bạn có thể muốn sử dụng một công cụ phức tạp để quản lý dự án, chẳng

hạn như Microsoft Project, nhưng theo chúng tôi thì chỉ cần một bảng tính (excel) hoặc thậm chí một bảng đơn giản là được rồi. Dĩ nhiên, bạn là người quyết định.

Để được giúp đỡ về việc lập kế hoạch khóa học, hãy xem E-Learning 101 Series của chúng tôi, [“Thiết lập kế hoạch cho khóa học của bạn”](#).



Phân tích lỗ hổng (nhu cầu đào tạo)

Sau khi lập kế hoạch xong, bạn sẽ chuyển sang phân tích. Một số người gọi giai đoạn phân tích là phân tích đối tượng học viên hoặc phân tích lỗ hổng. Nói cách khác, nó có nghĩa là thực hiện việc xử lý lỗ hổng về các kỹ năng và kiến thức của học viên để họ có thể làm việc tốt hơn và đạt được các mục tiêu của khách hàng. Chỉ khi bạn xác định được lỗ hổng này thì bạn mới có thể xây dựng được khóa học thích hợp để lấp lỗ hổng.

Mục tiêu của việc phân tích lỗ hổng là để chỉ ra chính xác các lỗ hổng, tập trung vào các mục tiêu, và xác định rõ các chiến lược bạn sẽ sử dụng để lấp các lỗ hổng và đo lường tác động của đào tạo lên kết quả cuối cùng.

Đầu tiên, bạn cần xác định xem là các lỗ hổng có phải do thiếu các kỹ năng hoặc kiến thức của các học viên hay không. Đây là những lĩnh vực bạn sẽ muốn tập trung vào trong khóa đào tạo. Thứ hai, bạn cần xác định mục tiêu học tập. Khách hàng đã đưa cho bạn một mục tiêu cuối cùng – trong ví dụ của chúng tôi, tăng doanh số bán hàng lên 15% - nhưng với sự hiểu biết của bạn về kỹ năng và kiến thức của các học viên (và những lỗ hổng trong đó), bạn sẽ cần phải phân nhỏ mục tiêu đó ra thành những hành động cụ thể mà các học viên của bạn cần phải thực hiện hoặc các kiến thức mà họ cần có để đáp ứng mục tiêu đó. Ví dụ, “Học viên phải thể hiện được khả năng vượt qua các phản đối của khách hàng,” hoặc “Học viên sẽ thảo luận với các khách hàng các tính năng và lợi ích của sản phẩm một cách chính xác.”

Khi đã xác định được các mục tiêu rõ ràng, bạn có thể xác định rõ một chiến lược học tập. Một chiến lược học tập là một phương pháp bạn sẽ sử dụng để dạy các học viên của bạn – ví dụ, xác định xem là bạn cần một khóa học e-learning dựa trên thông tin (knowledge – based) hay dựa trên việc thực hiện công việc (performance – based).

Cuối cùng, thiết lập một chiến lược đo lường hiệu quả đào tạo. Điều này sẽ giúp bạn đánh giá chiến lược học tập của bạn hiệu quả như thế nào trong việc đạt được mục tiêu của khách hàng. Ví dụ, bạn có thể dùng các báo cáo về tỉ lệ phần trăm doanh số để so sánh hiệu quả làm việc của học viên trước và sau khi đào tạo.

Thực hiện phân tích lỗ hổng

Bạn có thể bắt đầu xác định rõ các lỗ hổng bằng cách nói chuyện với nhiều người khác nhau trong tổ chức của bạn. Chúng ta hãy sử dụng ví dụ đào tạo bán hàng của chúng tôi để khám phá ai là người bạn có thể muốn nói chuyện với và điều bạn có thể muốn hỏi họ. Hãy ghi nhớ là chủ đề và mục tiêu khóa học của bạn sẽ chỉ ra ai là

người bạn sẽ cần phỏng vấn cho việc phân tích lỗ hổng của bạn. Nhưng hy vọng ví dụ này sẽ cho bạn điều gì đó đáng suy ngẫm.

Trong ví dụ của chúng tôi, bởi vì chúng tôi đang cố gắng cải thiện doanh số bán của một sản phẩm cụ thể, nên giám đốc sản phẩm và đội ngũ tiếp thị là những nguồn lực tuyệt vời để giúp tăng cường sự hiểu biết của học viên về sản phẩm. Những chuyên gia nội dung này biết cách thức sản phẩm hoạt động, các đặc tính và chức năng của nó, và cách thức giới thiệu nó với các khách hàng. Nếu bạn có hiểu biết nhiều hơn về những điều này, bạn có thể xác định được là đội ngũ bán hàng có đang vật lộn để làm nổi bật các tính năng tốt của sản phẩm; hoặc có khó khăn khi xử lý những nhầm lẫn của khách hàng về một số khía cạnh của sản phẩm hay không. Ví dụ như, bạn có thể hỏi giám đốc sản phẩm về các đặc tính then chốt của sản phẩm và định vị sản phẩm, cũng như có được sự thấu hiểu sâu sắc về định vị của các sản phẩm cạnh tranh. .
Được trang bị thông tin này, bạn sẽ hiểu về sản phẩm, cũng như việc nhân viên bán hàng cần hiểu sản phẩm ra sao để có thể bán được. Điều này sẽ giúp bạn biết cách thiết kế khóa học phù hợp.

Để hiểu rõ hơn các học viên, môi trường làm việc của họ, và những thách thức trong việc bán sản phẩm, hãy bắt đầu bằng cách nói chuyện với giám đốc bán hàng. Giám đốc bán hàng có thể mô tả một ngày làm việc của một nhân viên bán hàng, bắt đầu bằng mục tiêu doanh số và kết thúc bằng các phương pháp người nhân viên đó sử dụng để chốt bán hàng. Giám đốc bán hàng cũng có thể cung cấp thông tin về cách đánh giá hiệu suất làm việc của đội, điều này hữu ích vì nó giúp bạn biết được bộ phận bán hàng quan tâm đến điều gì, qua đó xác định được các lĩnh vực cần tập trung trọng điểm cho việc đào tạo. Hy vọng giám đốc bán hàng có thể chỉ ra một cách rõ ràng các điểm mạnh và điểm yếu của đội ngũ bán hàng. Bạn cũng nên nói chuyện trực tiếp với thành viên của đội ngũ bán hàng (tốt hơn là một trong những học viên của bạn) để hiểu rõ hơn công việc của người trong cuộc.

Một trong những lợi ích của việc nói chuyện và quan sát những học viên của bạn trong môi trường làm việc của họ là bạn có thể cảm nhận tốt hơn về cách thức họ thực hiện công việc của mình, cũng như các khía cạnh tình cảm liên quan đến công việc của họ. Qua đó có thể nhận ra những lỗ hổng kiến thức và/hoặc kỹ năng



từ góc độ của người học viên. Nhờ vậy bạn có thể tìm ra cách thu hút sự chú ý hoặc thiết kế một cách sáng tạo, thật sự thúc đẩy và thu hút họ học tập. Để lấy được thông tin hiệu quả nhất từ học viên, hãy yêu cầu họ nói về điều gì hữu ích và chưa hữu ích lắm đối với việc bán sản phẩm của công ty. Phần nào của quy trình bán hàng mà họ thấy là thách thức nhất? Các hệ thống nào họ sử dụng và chúng hoạt động tốt như thế nào? Điều gì là khó khăn hoặc dễ dàng đối với việc bán sản phẩm cho các khách hàng?

Một đối tượng khác mà bạn cần phân tích chính là khách mua hàng của doanh nghiệp. Điều tuyệt vời khi nói chuyện với khách mua hàng là bạn có thể nắm bắt được các trải nghiệm của khách mua hàng trong quá trình mua và dùng sản phẩm.

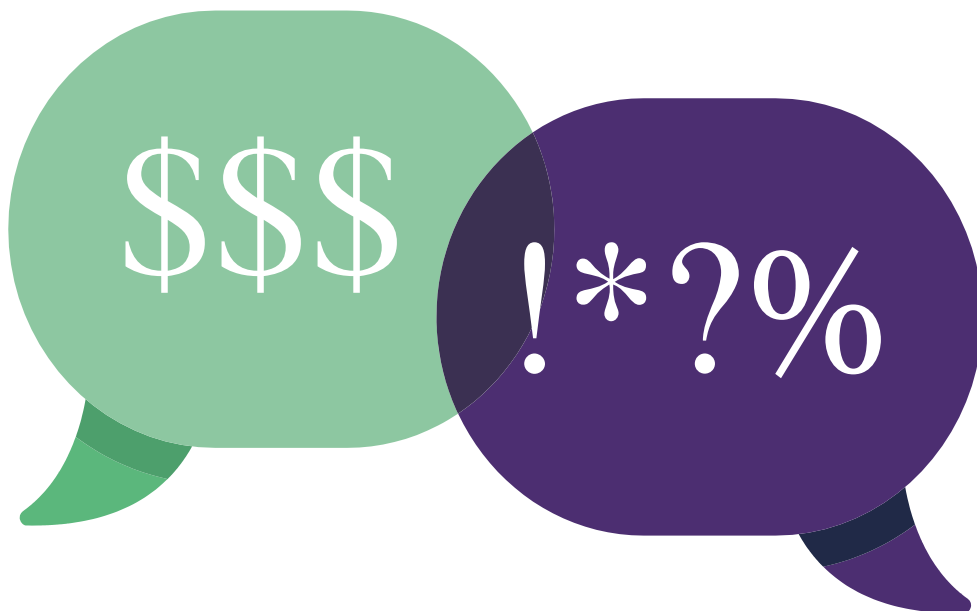
Những cuộc trò chuyện với khách mua hàng có thể giúp bạn lược lặt nhiều điều chẳng hạn như sản phẩm được nhân viên bán hàng giải thích tốt như thế nào, quy trình mua hàng ra sao, và liệu họ sẽ mua sản phẩm một lần nữa không. Sau đó, bạn có thể so sánh thông tin khách hàng với các cách đánh giá khác mà bạn đã thu thập.

Bạn đã đặt rất nhiều câu hỏi cho khách hàng, chuyên gia nội dung, học viên và khách mua hàng của công ty –bây giờ làm gì? Bạn làm gì với tất cả những thông tin đó? Đây là lúc bắt đầu tổng hợp và rút ra vài kết luận từ tất cả những thông tin bạn đã thu thập. Những kết luận này sẽ giúp bạn tập trung chiến lược học tập của bạn, mục tiêu học tập, hệ thống gửi tin nhắn, và xử lý sáng tạo.

Để rút ra các kết luận bạn cần phải nhìn vào các thông tin bạn đã thu thập được và tập trung vào nguyên nhân gây ra các lỗ hổng. Lỗ hổng có khuynh hướng rơi vào hai loại: lỗ hổng kiến thức hoặc lỗ hổng kỹ năng.

Chúng ta hãy xem xét một ví dụ nhanh.

Vinh, một trong những học viên trong đội ngũ bán hàng mà bạn đã nói chuyện, nghĩ là anh ta sẽ bán được nhiều hơn nếu không phải quá vất vả xử lý các phản đối của khách mua hàng về giá của sản phẩm. Anh ta nói rằng kịch bản bán hàng do đội ngũ tiếp thị sản phẩm đưa ra không thật sự phản ánh được các loại phản ứng của khách mua hàng về giá.



Dựa theo thông tin của Vinh, loại lỗ hổng nào mà bạn thấy ở đây – kiến thức hay kỹ năng?

Nếu bạn nghĩ rằng cách suy nghĩ của Vinh nói về lỗ hổng kỹ năng, thì bạn đi đúng hướng rồi đó. Vinh nhận thức được khá rõ ràng quy trình bán hàng của công ty. Anh ta thậm chí còn biết phần nào của quy trình đó gây ra nhiều rắc rối nhất và tại sao. Anh ta chỉ thiếu các kỹ năng để đối phó ở một phần của quy trình.

Nhưng trước khi bạn bắt đầu xây dựng một khóa học giúp xử lý các phản ứng của khách mua hàng, thì trước tiên bạn cần phải tổng hợp những suy nghĩ của Vinh với các thông tin và những quan điểm khác mà bạn đã thu thập. Ví dụ, những người tiếp thị sản phẩm có thể đã cho bạn biết về khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường. Khi bạn vừa hiểu được bối cảnh cạnh tranh, vừa biết rằng Vinh chưa sẵn sàng để ứng phó với các phản ứng của khách mua hàng về giá cả, bạn sẽ hiểu vấn đề sâu sắc hơn và đưa ra cách thức giải quyết lỗ hổng kỹ năng tốt hơn cho khóa học

Có thể đối thủ cạnh tranh của bạn gần đây đã giảm giá, dẫn đến những phản ứng mới về giá mà đội ngũ bán hàng đã không được trang bị để đối phó. Hoặc có thể đội ngũ bán hàng cần phải hiểu cách sử dụng kịch bản bán hàng hiện tại để tập trung làm nổi bật các tính năng tốt của sản phẩm nhằm làm cho khách mua hàng đánh giá tốt hơn về giá trị của sản phẩm. Việc sử dụng một mô phỏng hoặc tương tác nhập vai có thể là một cách tốt để giải quyết những yêu cầu này bởi vì nó cho phép Vinh và đồng nghiệp của anh ta thực hành ứng phó với những phản đối và sử dụng kịch bản bán hàng để nhấn mạnh những tính năng khác biệt của sản phẩm, biện minh cho mức giá cao hơn của nó.

Bạn cũng có thể tổng hợp các quan điểm để xác thực kết luận của bạn về bản chất của lỗ hổng. Hãy xem xét ý kiến của giám đốc bán hàng, kết hợp với các yêu cầu của khách hàng và những điều mà đội bán hàng giải thích về hiệu suất bán hàng của chính họ. Việc xem xét các dữ liệu nói về những trải nghiệm của khách mua hàng đối với sản phẩm và quá trình bán hàng cũng có thể hữu ích trong việc thấu hiểu bản chất của lỗ hổng và cách lấp nó.

Nếu bạn đang nghĩ là việc lập kế hoạch và phân tích đường như rất giống việc tìm kiếm các dữ liệu thực tế, thì bạn đã đúng. Việc dành thời gian trao đổi với các bên liên quan để thu thập các dữ kiện sẽ giúp bạn tạo được e-learning có ý nghĩa và hấp dẫn hơn sau này.

Tất cả việc đặt câu hỏi, suy nghĩ, và phân tích bạn làm sẽ dẫn đến một sự hiểu biết rõ ràng hơn về lỗ hổng và điều gì cần thực hiện để lấp nó. Thông qua quá trình phân tích bạn sẽ đề ra một chiến lược học tập (khóa học dựa trên kiến thức hoặc dựa việc thực hiện công việc), các mục tiêu đào tạo, và cách đo lường hiệu quả của chiến lược học tập dựa trên việc đạt được mục tiêu của khách hàng.

Nên lưu ý rằng chúng tôi đã đưa cho bạn một cái nhìn tổng quan và ví dụ về cách thức bạn có thể tiếp cận thu thập và phân tích thông tin. Nhưng mỗi dự án sẽ khác nhau và phân tích lỗ hổng của bạn có thể thay đổi. Và, sự thật là, không phải mọi dự án sẽ đòi hỏi một quy trình lập kế hoạch và phân tích kỹ lưỡng. Đôi khi khách hàng cung cấp cho bạn mọi thứ bạn cần. Trong một số trường hợp, bạn thậm chí có thể có đủ kiến thức về một lĩnh vực nào đó, hiểu được các lỗ hổng và cách đào tạo hiệu quả để lấp lỗ hổng.

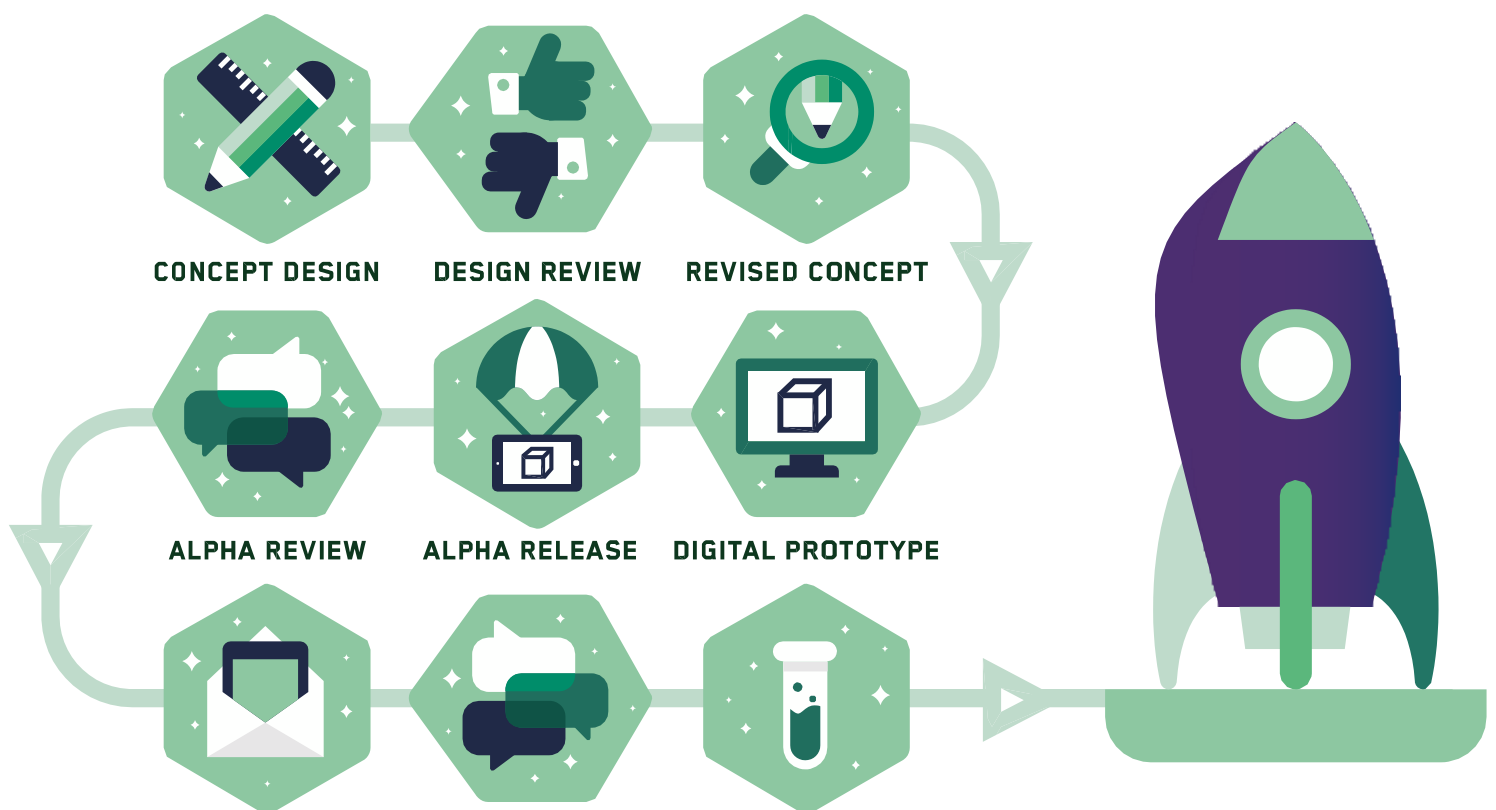
Để có thêm những lời khuyên về việc thực hiện một phân tích lỗ hổng, hãy xem những bài báo và sách hữu ích này:

1. [3 loại phân tích E-Learning](#)
2. [Phân tích nhu cầu: Khi nào E-Learning là giải pháp?](#)
3. [Cách phân tích nhu cầu của học viên khi xây dựng E-learning.](#)
4. [Từ phân tích đến đánh giá: Công cụ, mẹo, và kỹ thuật cho những người huấn luyện bởi Tiến sĩ Dr. Jane Bozarth](#)

Sự chuyển đổi

Ngay khi bạn đã hấp thu tất cả các nội dung thô bạn có thể xử lý, đó là lúc để chuyển nó thành một khóa học hấp dẫn và hiệu quả. Chúng tôi muốn gọi đó là sự chuyển đổi, và đó là tất cả những gì mà quá trình thiết kế thực hiện. Trong suốt giai đoạn này, bạn có thể sử dụng phương pháp động não, bản đồ trí tuệ, phác thảo, hoặc tư duy sâu – về cơ bản bất cứ điều gì cần thiết để có được dòng năng lượng sáng tạo của bạn – để sử dụng thông tin bạn có và làm mới nó lên giấy, và cuối cùng trên công cụ thiết kế mà bạn sử dụng. Nhưng không phải tất cả cùng đến trong một lúc. Sự chuyển đổi bao gồm một số bước quan trọng.

Bước đầu tiên của sự chuyển đổi là tạo ra ý tưởng thiết kế ban đầu.



Đối với các khóa học e-learning, một thiết kế phác thảo có thể bao gồm một giao diện màn hình để minh họa cách thức người sử dụng sẽ điều hướng khóa học, một đề cương khóa học để thông qua cấu trúc nội dung và các hoạt động, một kịch bản chi tiết – hoặc tất cả những điều ở trên. Mức độ chi tiết cho thiết kế phác thảo thường được xác định bởi thời hạn của dự án, ngân sách, và mục tiêu. [Hãy xem kịch bản mẫu này để có những ý tưởng về cách phối hợp các ý tưởng của bạn lại với nhau.](#)

Tiếp theo, bạn sẽ cần khách hàng và chuyên gia nội dung xem xét thiết kế phác thảo và phản hồi. Đây là một bước rất quan trọng, bởi vì nó đảm bảo bạn đang định hướng đúng trước khi lao vào việc phát triển khóa học.

Với thông tin phản hồi từ khách hàng và chuyên gia nội dung trong tay, bạn sẽ thực hiện một số các thay đổi cho thiết kế phác thảo. Những thay đổi này thường tiếp tục diễn ra khi bạn nhận được các đánh giá và phản hồi định kỳ từ khách hàng và chuyên gia nội dung, ngay cả khi bạn đã bước vào giai đoạn kế tiếp – phát triển khóa học.

Bước phát triển khóa học có thể khác nhau đối với từng dự án, nhưng nó hầu như luôn luôn bắt đầu bằng một thiết kế kỹ thuật số mẫu (digital prototype). Bước này là lúc bột bánh e-learning của bạn được biến đổi thành bánh e-learning. Đôi khi rất khó khăn để hình dung ra các thiết kế trên giấy, bất kể là chúng có thể chi tiết hay được chú thích tốt như thế nào. Đó là lúc mà các thiết kế kỹ thuật số mẫu phát huy tác dụng. Thay vì phát triển toàn bộ khóa học rồi mới nhận phản hồi của khách hàng thì bạn nên cung cấp một thiết kế kỹ thuật số mẫu để khách hàng, chuyên gia nội dung, và thậm chí các học viên có thể thử nghiệm khóa học.

Được tạo ra bằng một công cụ thiết kế (chúng tôi sẽ bàn luận nhiều hơn về điều này bên dưới đây), một thiết kế mẫu có thể chỉ là một ít trang hoặc mục đầu tiên của khóa học. Vài nhà thiết kế e-learning chuyển từ một kịch bản trên giấy sang một thiết kế mẫu trong khi họ vẫn đang viết kịch bản. Một số người khác lựa chọn xây dựng một nguyên mẫu kỹ thuật số ngay sau khi họ đã hoàn thành kịch bản cuối cùng nhưng

trước khi họ phát triển toàn bộ khóa học. Rõ ràng là tùy thuộc vào bạn, nhưng mỗi cách tiếp cận cũng có những mặt tích cực và tiêu cực.

Một số người bỏ qua việc viết kịch bản và đi thẳng vào việc tạo nguyên mẫu bởi vì họ thấy như vậy tiết kiệm thời gian và họ có được thông tin phản hồi nhiều ý nghĩa hơn từ các khách hàng và chuyên gia nội dung. Những người khác thì nghĩ là việc viết kịch bản thì cần thiết hơn bởi vì nó buộc bạn phải tạo ra một kế hoạch chi tiết của toàn bộ khóa học trước khi khóa học được xây dựng. Nhiều trong số những người cùng chọn bỏ nguyên mẫu thì ưa thích viết kịch bản hơn, trong khi những người khác tin tưởng là cả hai bước đều cần thiết để đảm bảo kết quả tốt nhất.

Những người vừa viết kịch bản và vừa tạo nguyên mẫu kỹ thuật số trong quá trình thiết kế và phát triển e-learning thường nhận được thông tin phản hồi ở cả kịch bản và nguyên mẫu trước xây dựng ra khóa học toàn bộ, nhưng, như bạn có thể tưởng tượng, điều này mất thời gian hơn,.

Nếu bạn quyết định tạo nguyên mẫu, thì hãy nhớ là nó cực kỳ hữu ích trong việc làm rõ các yêu cầu hoặc sở thích về thiết kế của khách hàng, là những điều mà có thể các khách hàng khó giải thích cho bạn hiểu nếu họ không nhìn thấy nguyên mẫu. Để có thêm thông tin về việc viết kịch bản và thiết kế phác thảo, hãy xem E-Learning 101 Series, [Phát triển khóa học](#).

Ngay khi bạn đã có được sự phê duyệt cho kịch bản và/hoặc nguyên mẫu kỹ thuật số, thì đó là lúc để xây dựng phiên bản alpha của bạn: phiên bản đầy đủ đầu tiên cho khóa học của bạn. Tuy có nhiều cách diễn giải khác nhau về phiên bản alpha, ít nhất nó phải phản ánh được các yêu cầu mà khách hàng đã truyền đạt trong suốt quá trình viết kịch bản và tạo nguyên mẫu kỹ thuật số.



Phiên bản alpha của bạn cũng sẽ hiển thị nội dung đã được chuyển đổi. Điều này bao gồm một giao diện cho người sử dụng làm việc (các nút và các tính năng khóa học khác cho phép người sử dụng di chuyển qua các nội dung), bất kỳ các thiết bị tương tự nào chẳng hạn như các câu chuyện hoặc kịch bản, đầy đủ các tương tác, bao gồm các câu đố.

Nếu như phiên bản alpha của bạn là cơ hội cho thấy bạn đã kết hợp thông tin phản hồi của khách hàng từ nguyên mẫu như thế nào, thì phiên bản beta là cơ hội để chứng minh bạn đã kết hợp những thông tin phản hồi từ phiên bản alpha như thế nào. Về cơ bản, phiên bản beta cho khách hàng một cơ hội cuối cùng để thực hiện những thay đổi nhỏ trước khi bạn xuất bản một bản chính thức. Nhiều người tải phiên bản beta lên LMS của họ hoặc đến một máy chủ trang web để thử nghiệm. Với cách đó, nếu họ tìm thấy bất kỳ các vấn đề nào, thì vẫn còn thời gian để giải quyết các lỗi và thực hiện những điều chỉnh nhỏ trước khi phát hành chính thức.

Trong khi chờ bất kỳ sự điều chỉnh nào cho phiên bản beta, thì bạn hoàn chỉnh sản phẩm, chuẩn bị sẵn sàng cho việc phát hành chính thức. Trong giai đoạn

này, dự án e-learning được phát hành chính thức của bạn được tải lên một nền tảng lưu trữ, hoặc LMS, và sẵn sàng cho các học viên – giống như một chiếc bánh sẵn sàng để được ăn! Bây giờ khóa học của bạn đã sẵn sàng để cho các học viên sử dụng, và bạn sẽ muốn thông báo điều đó. Một số tổ chức sử dụng một e-mail đơn giản để thông báo một khóa học mới. Những tổ chức khác thì đưa ra các chiến dịch tiếp thị nội bộ phức tạp hơn để mọi người biết đến và hào hứng với khóa học.

Đo lường độ hiệu quả của khóa học

Đến lúc rồi: giai đoạn cuối cùng trong quy trình của bạn. Khóa học của bạn đã đáp ứng được các mục tiêu của khách hàng không? Chiếc bánh của bạn có vừa ngon và đầy đủ không? Việc đo lường thành công của e-learning phụ thuộc rất nhiều vào cách bạn đã định nghĩa thành công ở giai đoạn lập kế hoạch và phân tích. Khóa học của bạn có được thiết kế để thay đổi hành vi của người học của bạn (dựa trên việc thực hiện công việc) hoặc thông tin cho họ (dựa trên thông tin) không?



Nếu khóa học của bạn đã được thiết kế để thay đổi hành vi của học viên, thì bạn sẽ muốn có tương quan giữa những thay đổi tích cực trong cách làm việc của họ với việc tham gia khóa học của bạn. Quay lại ví dụ đào tạo bán hàng của chúng tôi, bạn có thể so sánh doanh số bán ở mức độ cá nhân để thấy là những người đã hoàn thành việc đào tạo đã tạo ra nhiều doanh số hơn những người chưa hoàn thành. Doanh số chốt bán hàng của họ có tăng lên 15% không? Hãy nhớ rằng phó chủ tịch bán hàng đã đòi hỏi thúc đẩy doanh số lên 15% và dựa vào việc đào tạo của bạn để giúp đạt được mục tiêu đó.



Nếu khóa học của bạn dựa trên thông tin, thì bạn có thể sử dụng các biện pháp đo lường chẳng hạn như ai đã hoàn tất khóa học hoặc các học viên được cho điểm như thế nào trên bài kiểm tra để đánh giá hiệu quả của nó. Ví dụ, nếu việc hoàn tất khóa học cao nhưng điểm số kiểm tra thấp, thì bạn có thể cần phải viết lại các câu hỏi kiểm tra của bạn để chúng phù hợp hơn với nội dung. Cách khác là, bạn có thể viết lại nội dung để học viên được chuẩn bị tốt hơn cho bài kiểm tra. Nếu bạn không có một LMS để theo dõi điểm số bài kiểm tra và việc hoàn tất, thì không sao. Đôi khi tất cả



những gì bạn cần biết là liệu e-learning bạn đã cung cấp có đang được truy cập bởi các học viên và rằng họ có đang thấy nó hữu ích không. Trong những trường hợp này, việc sử dụng một cuộc khảo sát đơn giản hoặc cơ chế thông tin phản hồi khác có thể giúp bạn nhìn thấy những gì mà các học viên đã cảm thấy là có giá trị nhất về việc học.

Vấn đề là sử dụng các chiến lược đo lường bạn đã xác định và định nghĩa trong giai đoạn lập kế hoạch và phân tích để chắc chắn là công việc nặng nhọc của bạn đã được đền đáp. Đôi khi sự đền đáp ở dưới dạng thông tin được cung cấp cho những người cần nó và đôi khi sự đền đáp ở trong những thay đổi về kết quả công việc. Hãy nhớ là khi nói đến việc đo lường tác động của e-learning, thì có nhiều thước đo bạn có thể sử dụng để định nghĩa thành công, nhưng tham số quan trọng nhất là tham số được cung cấp bởi khách hàng của bạn. Để có thêm hỗ trợ về việc đo lường thành công của khóa học, hãy xem E-Learning 101 series của chúng tôi, [Phát triển và đo lường khóa học](#).



Công cụ

Điều thứ ba và là điều cuối cùng bạn cần để thoát ra khỏi một công thức cũ và làm được một chiếc bánh e-learning thỏa mãn, bổ ích (như đã được nói ở trên) là các công cụ. Công cụ hơi giống với những ly đo lường, chén, máy trộn, chảo làm bánh, muống, và lò nướng mà bạn cần để làm một cái bánh. Đối với e-learning, bạn cần một công cụ thiết kế, một nền tảng lưu trữ, và thỉnh thoảng một số ứng dụng chuyên biệt khác để phát triển, xuất bản, và chia sẻ khóa học của bạn.

Một công cụ thiết kế chỉ là một công cụ bạn sử dụng để viết ra hoặc tạo ra khóa học của bạn. Các công cụ thiết kế có thể xây dựng các tương tác đa phương tiện truyền thông phong phú với văn bản, hình ảnh, hình ảnh động, âm thanh và video. Chúng thường được chia thành hai loại: công cụ chuẩn và công cụ tự do.

Các công cụ chuẩn cung cấp cho bạn các mẫu tương tác và/hoặc các câu hỏi kiểm tra. Tất cả điều bạn cần thêm vào là văn bản, hình ảnh, và phương tiện truyền thông khác. Bạn cũng có thể thay đổi màu sắc để phù hợp với một chủ đề cụ thể hoặc phong cách thương hiệu. Articulate Engage (một phần của Articulate Studio) là một ví dụ hoàn hảo của công cụ chuẩn. Nó cung cấp sẵn 20 loại tương tác để bạn có thể tùy biến với thông tin và truyền thông của riêng bạn. Đây là một số ví dụ về các hoạt động e-learning dựa trên hình dạng được tạo ra sử dụng Articulate Engage'13: [Biểu đồ vòng tròn](#), [Bản tin](#), và [Kim tự tháp](#).

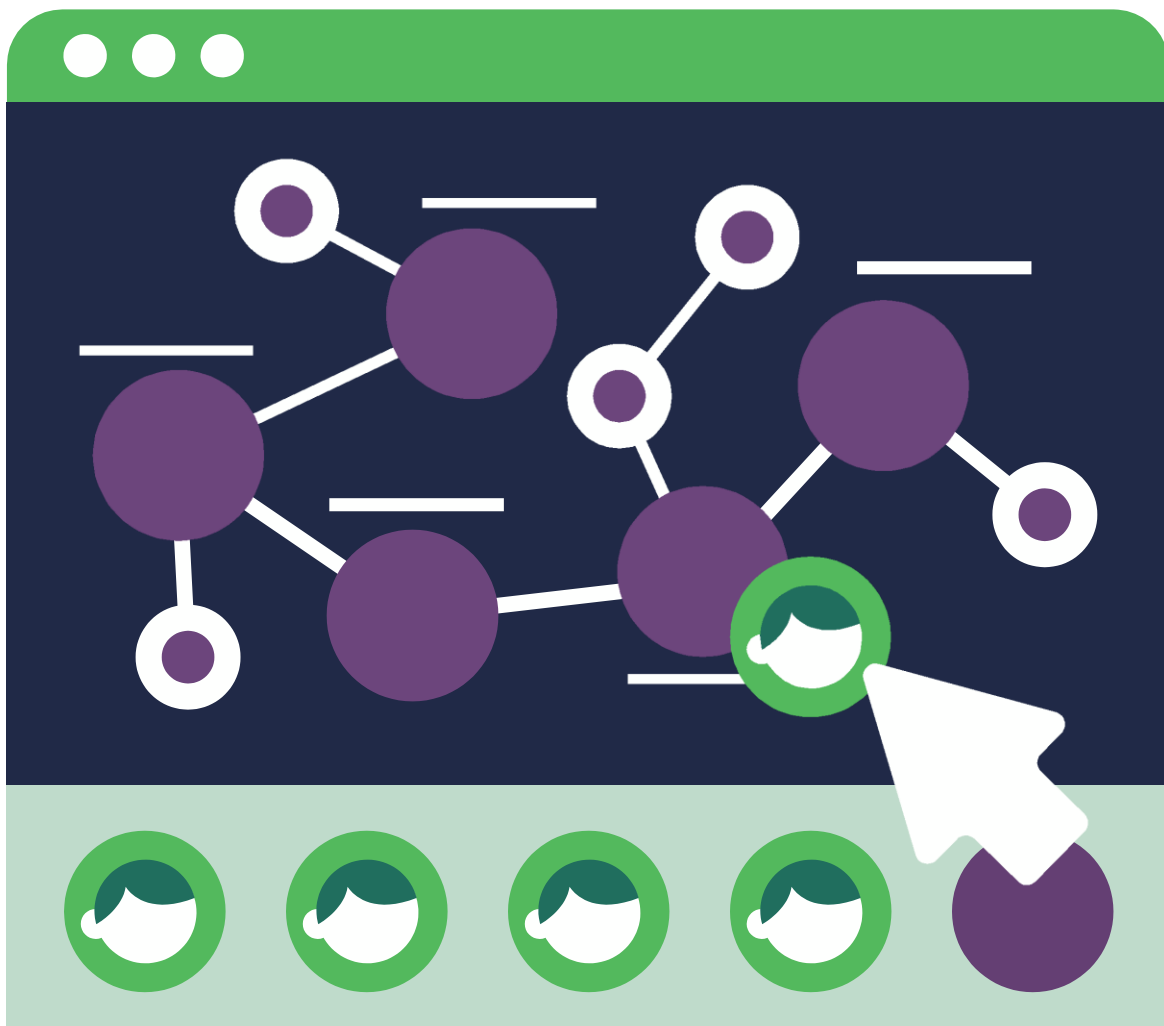
Công cụ chuẩn rất tuyệt vời cho những người cần phát triển nội dung nhanh chóng. Chúng cũng rất có ích cho những người kém hiểu biết về kỹ thuật, hoặc những người mới đối với e-learning và không muốn học một kỹ năng khó. Những công cụ này cung cấp sự đơn giản, nhưng lại không điều chỉnh được. Đó là một sự đánh đổi mà nhiều người vui vẻ chấp nhận khi “nhanh chóng” và “dễ dàng” là những ưu tiên hàng đầu của họ.



Các dụng cụ tự do cho phép bạn tạo ra e-learning đặt làm theo ý khách hàng. Với các công cụ tự do, giới hạn duy nhất là trí tưởng tượng của bạn! Các công cụ tự do tốt nhất trên thị trường, chẳng hạn như công cụ công nghiệp ưa thích Articulate Storyline, cũng được thiết kế siêu đơn giản để sử dụng. Các công cụ tự do giúp bạn tạo ra e-learning tương tác cao, tùy biến cao một cách nhanh chóng và dễ dàng. Chúng cũng giúp bạn phát triển năng lực thiết kế, và cho phép bạn xây dựng bất kỳ điều gì từ e-learning đơn giản lên đến e-learning phức tạp. Bạn có thể tìm thấy những ví dụ tuyệt vời về nội dung e-learning tự do được tạo ra từ Articulate Storyline trong cộng đồng [E-Learning Heroes](#). Dưới đây là một số ví dụ ưa thích của chúng tôi: [Các thanh trượt và những con đường chuyên động](#), [Bản đồ tương tác](#), và [trò chơi kéo và thả](#).



Cũng có các công cụ thiết kế cung cấp cho bạn cả hai khả năng Chuẩn và Tự do. Articulate Storyline và Articulate Quizmaker là hai ví dụ tốt cho các loại công cụ này. Chúng cho phép bạn chọn từ hai mẫu phát triển khác nhau: Xem Chuẩn (Form View) và Xem Slide (Slide View). Với Form View, bạn chỉ cần điền vào một mẫu để tạo ra một bài kiểm tra (dựa trên Chuẩn). Chuyển sang Slide View bạn có thể thiết kế các slide của bạn theo bất cứ cách nào bạn muốn (Tự do). Để có được một bức tranh rõ ràng hơn, hãy xem những ví dụ Articulate Quizmaker: [Tình huống Chọn-Một](#), [Mẫu Bài kiểm tra được lấy Cảm hứng từ Bảng](#), và [Kiểm tra Kiến thức Kéo-và-Thả](#).



Để tìm hiểu thêm về việc chọn lựa một công cụ thiết kế thích hợp cho dự án của bạn, hãy xem bài báo này: [9 Cân nhắc hàng đầu để chọn công cụ thiết kế e-learning phù hợp](#).

Ngay khi bạn đã xuất bản dự án e-learning hoàn chỉnh với công cụ thiết kế của bạn, thì bạn sẽ sử dụng một nền tảng lưu trữ để cho phép các học viên truy cập nó. Vài ví dụ về nền tảng lưu trữ bao gồm một trang web của công ty hoặc một hệ thống quản lý việc học (cũng được gọi là LMS). Chúng tôi sẽ nói thêm về nền tảng lưu trữ trong mục tiếp theo của cuốn e-book này.

Cuối cùng, các công cụ hỗ trợ là bất kỳ phần mềm nào được sử dụng cùng với các công cụ thiết kế và nền tảng lưu trữ để giúp bạn thiết kế hoặc phát triển các phần trong dự án của bạn. Các ví dụ về những công cụ hỗ trợ bao gồm phần mềm chỉnh sửa âm thanh và video tiên tiến, phần mềm screencasting chẳng hạn như Articulate Replay, và các công cụ chỉnh sửa hình ảnh mạnh mẽ như là Adobe Photoshop.

Rất giống một thợ làm bánh, bạn sẽ có các khách hàng lớn, nhỏ, can thiệp và không can thiệp. Nhưng ngay cả khi một khách hàng yêu cầu một cái bánh khiếm tốn thay vì một cái bánh cưới nhiều tầng, thì bạn vẫn không nên bỏ qua các bước quan trọng của việc nướng bánh e-learning. Dành thời gian để có được đúng người, quy trình và các công cụ đúng vị trí để bạn có thể chuyển giao các khóa học liên quan, hiệu quả, mọi lúc. Để có thêm hỗ trợ về quy trình tạo ra khóa học, hãy xem [Xây dựng Các khóa học Tốt hơn](#) và [E-Learning 101 hubs](#) trên E-Learning Heroes, và đặt các câu hỏi trong [diễn đàn thảo luận](#) của E-Learning Heroes. Tiếp theo, chúng ta sẽ khám phá các yếu tố then chốt làm cho e-learning tuyệt vời và cách thức bạn có thể áp dụng chúng cho những khóa học của riêng bạn.



Making E-Learning Effective



Chúng ta đã nói chuyện về cách để làm ra một cái bánh e-learning, nhưng làm cách nào bạn biết là nó ngon miệng? Đối với e-learning để hiệu quả, bạn cần phải lôi kéo người học cắn miếng đầu tiên và sau đó tiếp tục ăn - nhấm nháp mọi lúc. Vậy làm thế nào để bạn làm điều đó? Trong mục này, chúng tôi sẽ chia sẻ một vài mẹo chuyên nghiệp để hướng đến sự cân bằng của hương vị và cấu trúc với văn phong sống động, những tương tác hấp dẫn, và thiết kế trực quan gắn kết. Tất cả những yếu tố này làm việc với nhau để tạo ra một cái bánh e-learning mà các học viên của bạn sẽ thấy không thể cưỡng lại. Đầu tiên, chúng ta sẽ nhìn vào vai trò quan trọng của văn phong.



Viết bằng giọng văn ấm áp và nhân văn / Nhắm trực tiếp đến học viên / Giữ nội dung súc tích

Văn phong

Chúng tôi thích nghĩ về văn phong như là một cuộc chuyện trò thân thiện giữa hai con người. Thật vậy, chúng tôi đang viết với giọng văn đàm thoại để kết nối trực tiếp với bạn ngay bây giờ! Lý do chúng tôi đã chọn giọng văn này có lẽ là cùng một lý do bạn vẫn đang đọc: nó hấp dẫn hơn.

Việc tạo ra e-learning hiệu quả bắt đầu bằng việc lôi cuốn các học viên bằng ngôn ngữ. Khi mọi người cảm thấy là bạn đang cung cấp cho họ thông tin thú vị, liên quan, và dành riêng cho họ, thì họ rất có khả năng lắng nghe và tiếp tục lắng nghe. Khi bạn đang viết cho e-learning, hãy dùng giọng văn đàm thoại bằng cách làm theo những quy tắc căn bản này:

Đầu tiên, sử dụng các dạng rút gọn của một từ để giữ cho văn phong của bạn âm áp và nhân văn. Bạn có thể đã học trong trường rằng việc sử dụng các dạng rút gọn của một từ trong văn bản kinh doanh là cầu thả và không chuyên nghiệp. Đó là một quan điểm hơi cũ kỹ. Trong thực tế, ngày càng nhiều các doanh nghiệp nhận ra là văn phong kết nối với mọi người thì hiệu quả hơn. Và đó đặc biệt đúng với e-learning. E-learning hiệu quả chạm tới mọi người ở mức độ tình cảm. Bạn muốn các học viên kết nối các ý tưởng của bạn với các hành động của họ, hay là tiếp thu để có thêm kiến thức mới. Những kết nối tình cảm đó rất khó để tạo ra khi văn phong của bạn trịnh trọng, cứng nhắc, hoặc như người máy. Ví dụ, thay vì đưa ra thông tin phản hồi bài kiểm tra như “Điều đó không đúng,” thì nên thử sử dụng ngôn từ nhân văn và hữu ích hơn chẳng hạn như “Rất tiếc. Điều đó không hoàn toàn đúng. Dưới đây là cách tốt hơn để giải quyết vấn đề.”

Thứ hai, nhắm đến học viên như là một cá thể. Không có điều gì làm tắt đi nhiệt huyết của con người hơn là liên tục bị gộp vào trong một tập thể “chúng ta” hoặc được gọi là “thực tập sinh” hay “học viên”. Thay vì chia sẻ các mục tiêu học tập trong một cách thức thụ động, chẳng hạn như “Sau khóa học này, học viên sẽ có khả năng làm (chèn mục tiêu ở đây),” thì hãy thử dùng câu nói khác mang tính cá nhân hơn, như “Việc hoàn tất khóa học này sẽ giúp bạn (kèm mục tiêu)” hoặc “Hãy tưởng tượng nếu bạn có thể (chèn mục tiêu).”

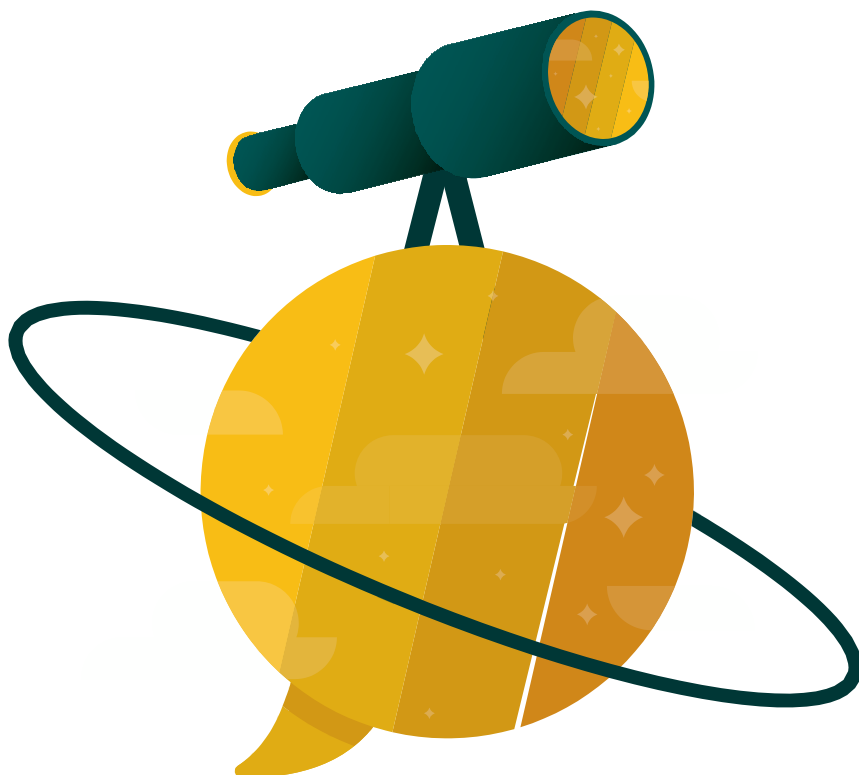
Cuối cùng, hãy giữ nội dung của bạn súc tích để tăng cường khả năng đọc. Việc đọc trên màn hình có thể làm mệt mắt, vì thế việc giữ văn bản của bạn ngắn gọn và ngọt ngào sẽ giúp các học viên của bạn duy trì sự tập trung của họ. Ví dụ, khi cung cấp

những hướng dẫn, thay vì nói “Đặt con trỏ để rê chuột trên lới đi vào văn bản liền kề trước khi nhấp chuột để vào văn bản” thì hãy thử sử dụng “Rê chuột trên vùng văn bản. Nhấp chuột để vào văn bản.”

Đây chỉ là một số gợi ý nhanh về văn phong. Nếu bạn muốn đào sâu hơn, hãy xem [Các Meo Văn phong Hàng đầu cho E-Learning](#) và [20+ Lời khuyên để Viết những Câu hỏi Bài kiểm tra Tuyệt vời](#) và lấy ý kiến thành viên trong [diễn đàn thảo luận E-Learning Heroes](#).

Những tương tác hấp dẫn

Lần cuối bạn đã có một ngày làm việc trọn vẹn không phải dự các cuộc họp hay các cuộc điện thoại hội nghị làm phân tâm là khi nào? Có lẽ là đã một khoảng thời gian rồi. Giống như bạn, các học viên của bạn có những nhu cầu khác nhau – chúng cạnh tranh với nhau để giành thời gian và sự chú ý của họ. Để làm cho e-learning hiệu quả, bạn cần phải loại bỏ sự phân tâm đó và giữ sự chú ý của các học viên của bạn từ lúc bắt đầu cho đến khi kết thúc.



Đúng như bạn lôi cuốn các học viên bằng văn phong của bạn, thì bạn cũng cần lôi cuốn họ bằng hoạt động – hoặc, một cách chính xác là, hoạt động tương tác. Những tương tác hấp dẫn là những tương tác cho các học viên cơ hội tìm ra, khám phá, hoặc kết nối với nội dung một cách có ý nghĩa.

Không giống như trải nghiệm thụ động của thông tin lắng nghe hoặc đọc, những tương tác có ý nghĩa sẽ hấp dẫn bởi vì học viên học bằng cách làm. Họ đang gõ nhẹ vào màn hình. Di chuyển các đối tượng xung quanh trên màn hình. Thực hiện những chọn lựa giúp cho não của họ hoạt động. Học bằng cách làm không chỉ là một cách thức hấp dẫn hơn để học tập, mà nó còn là một trải nghiệm mà các học viên có nhiều khả năng duy trì và áp dụng sau này.

Để có hiệu quả, những tương tác e-learning không cần phải siêu phức tạp. Thậm chí tương tác đơn giản nhất có thể truyền sự tự tin cho các học viên để khám phá nội dung trong một cách thức mà nó giúp họ thực hiện những sự kết nối. [Hãy xem tương tác được gắn thẻ đơn giản này.](#)



Nó bẻ nhỏ các nội dung liên quan một cách hấp dẫn, thay vì biểu thị bằng các gạch đầu dòng nhàm chán. Trong thực tế, nội dung được bẻ nhỏ sẽ dễ tiêu hóa hơn – việc thiết kế các tab mời gọi học viên khám phá nội dung theo cách có ý nghĩa nhất đối với họ.

Mặt khác, những tương tác phức tạp hơn có thể giúp học viên thực hành được các yêu cầu giải quyết các vấn đề hoặc đưa ra các quyết định quan trọng. [Hãy xem ví dụ tuyệt vời này về một mô phỏng nhập vai – một buổi phỏng vấn công việc.](#)



Việc sử dụng tên riêng của học viên và công ty đã cá nhân hóa việc tương tác ngay từ khi bắt đầu. Việc thúc đẩy học viên chọn các giải pháp và cung cấp thông tin phản hồi hữu ích đã biến một bài giảng thụ động về các kỹ năng phỏng vấn thành một trải nghiệm học tập tương tác hấp dẫn, vui vẻ, và thách thức.

Tin vui cho bạn là cho dù thiết kế tương tác của bạn đơn giản hay phức tạp, thì bạn có thể làm theo một số hướng dẫn chung để đảm bảo chúng hấp dẫn và hiệu quả.

Đầu tiên và trước hết, tập trung vào học viên. Như với văn phong, bạn cần xem xét nhu cầu của các học viên khi thiết kế các tương tác: họ là ai, điều họ thật sự cần phải học, và những thách thức nào họ đối mặt. Tóm lại, làm cho những tương tác của bạn có liên quan. Ví dụ, nếu các học viên của bạn đang vật lộn xử lý các khách mua hàng khó tính, thì một loại tương tác có liên quan bạn có thể sử dụng là một hoạt động mô phỏng một cuộc hội thoại khách mua hàng thực tế. Bằng cách cung cấp cho người học thông tin phản hồi hữu ích dựa trên những lựa chọn của họ, bạn có thể giúp họ học từ những sai lầm của họ trong một môi trường an toàn. Để có thêm lời khuyên về cách thức xây dựng một hoạt động mô phỏng, hãy xem [3 Điều Hàng đầu Bạn Cần phải Biết để Viết các Kịch bản](#) thực tế cho E-Learning và [4 Lời khuyên về Thiết kế để Tạo ra các Kịch bản Mô phỏng E-Learning Tuyệt vời](#).

Bạn cũng nên tránh xa việc quá tải thông tin. Não của chúng ta chỉ có thể xử lý khoảng ba đến năm mẫu thông tin tại một thời điểm. Khi bạn thiết kế các tương tác mà có nhiều phần chuyển động – chẳng hạn như các hình ảnh, hình ảnh động, văn bản, và nhiều tùy chọn trả lời– nó có thể gây bối rối khá nhanh chóng. Thay vào đó, hãy giữ các hoạt động rõ ràng và đơn giản và giới hạn số lượng các chọn lựa. Mọi người sẽ dàng quyết định hơn khi có ít sự chọn lựa hơn.



Khi thiết kế một tương tác nhiều bước, cũng nên cung cấp cho học viên một công cụ trực quan giúp họ biết được họ đang làm đến bước nào. Có rất nhiều cách thức sáng tạo khác nhau để minh họa cho tiến trình của họ, bao gồm [máy đo](#), các biểu tượng được đánh số đại diện cho các bước trong một quá trình, hoặc thậm chí chỉ là một chuỗi các hình đồ họa thay đổi màu sắc khi học viên làm xong mỗi bước.

Cuối cùng, chỉ ra cho các học viên các kết quả thực tế có thể xảy ra do chọn lựa của họ. Người ta nói kinh nghiệm là người thầy vĩ đại nhất, vì vậy khi bạn đang thiết kế một tương tác, hãy tìm các giúp học viên trải nghiệm cả những kết quả tốt và những hậu quả xấu của một quyết định mà họ có thể phải thực hiện trong công việc. Sau tất cả, còn cách nào tốt hơn là để học viên học từ những sai lầm của họ trong suốt thời gian đào tạo? Một cách để giúp các học viên trải nghiệm những hậu quả là cho phép họ thực sự nhìn thấy và nghe thấy những gì xảy ra. Ví dụ, giả sử bạn đã tạo ra một khóa học về cách thức kê đơn thuốc cho bệnh nhân. Dựa trên những chọn lựa của học viên, bạn có thể chỉ ra bệnh nhân đang chịu những tác dụng phụ nghiêm trọng từ một liều lượng mà nó quá cao hoặc quá thấp.

Điểm mấu chốt của các tương tác là nếu chúng súc tích, có liên quan, và kết nối với các trách nhiệm công việc thực sự của một học viên, thì chúng sẽ được ghi nhớ lâu sau khi học viên hoàn thành khóa học.

Thiết kế trực quan

Một sự thật đơn giản là mọi người đánh giá quyển sách qua cái bìa của nó. Tất cả chúng ta đều thích trải nghiệm khám phá và tương tác với những gì hấp dẫn trực quan. Việc xây dựng một khóa học với thiết kế trực quan tuyệt vời làm cho việc học tập hấp dẫn hơn. Nó mời gọi học viên đào xới và khám phá. Nó là lớp kem phủ trên bánh!

Thiết kế trực quan là một chủ đề lớn, và chúng ta chỉ có thể bàn sơ qua về nó ở đây. (Hãy xem e-book [Hướng dẫn Thiết yếu về Thiết kế Trực quan](#) của chúng tôi để có những hướng dẫn sâu hơn.) Nhưng chúngta hãy bắt đầu với ba nguyên tắc thiết kế trực quan cơ bản mà bạn có thể áp dụng để làm khóa học e-learning đầu tiên của bạn hấp dẫn hơn.

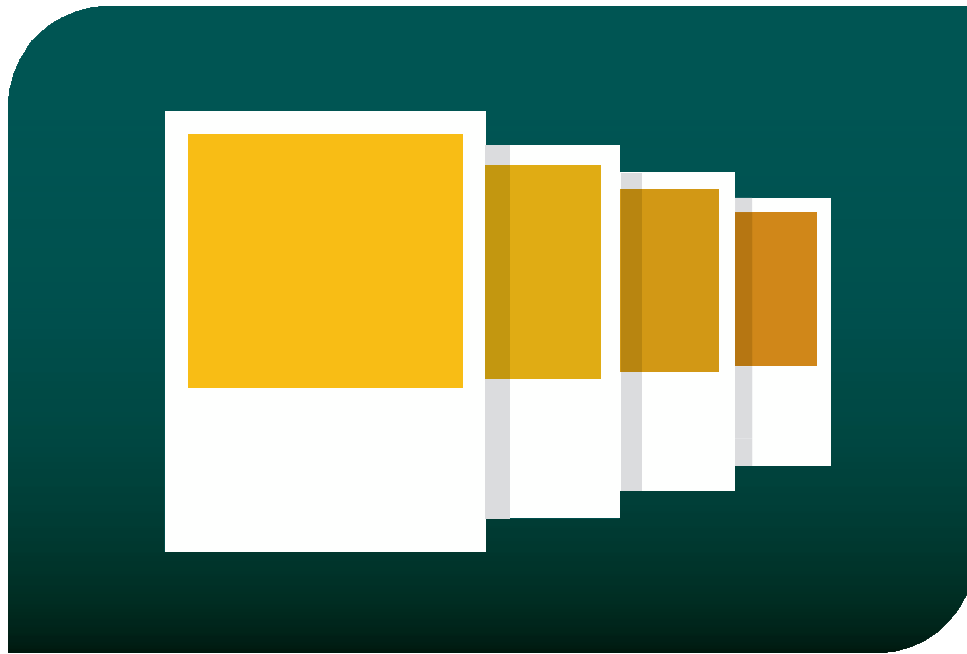
Đầu tiên, hãy cố gắng phân loại theo nhóm một cách hợp lý các yếu tố trên màn hình. Thiết kế trực quan e-learning của bạn có thể trông rất lộn xộn nếu các yếu tố như các hình ảnh, văn bản, nút, v.v... không được sắp xếp một cách hợp lý. Trong giới thiết kế đồ họa, việc phân nhóm hợp lý các hạng mục dựa trên nguyên tắc “gần gũi”. Bằng cách đặt các yếu tố giống nhau ở cùng với nhau và những cái khác nhau ở xa nhau, bạn tạo ra một cảm giác trật tự cho các học viên.



Và khi học viên không phải tìm chỗ để nhấp chuột hoặc xem xét đoạn văn này là của hình ảnh nào, thì họ có thể tập trung vào thông tin và trải nghiệm. Thí dụ điển hình: khi bạn thấy một dấu hiệu có ý nghĩa là “Không Đỗ xe”, cùng với một hình tượng của một xe kéo rơ-móc đang kéo một xe hơi, thì não của bạn nhận được thông điệp khá nhanh chóng! Nếu để thêm vào đó một số dấu hiệu khác với các thông điệp mâu thuẫn, không có sự kết hợp rõ ràng với nhau, thì não của bạn sẽ bị choáng ngợp – và hậu quả là cuối cùng bạn bị nhận một vé phạt đỗ xe.

Nguyên tắc tinh giản là một khái niệm phân nhóm khác phải ghi nhớ. Khi các màn hình của khóa học bị lộn xộn với quá nhiều các đối tượng, ngay cả nếu chúng được phân nhóm một cách hợp lý, thì cũng khó cho não của học viên sắp xếp thông tin và tạo ra những sự kết nối. Thay vì sử dụng nhiều đối tượng cạnh tranh sự chú ý của học viên, thì chỉ dùng đối tượng nào tuyệt đối cần phải có. Và để giảm hơn nữa sự hỗn loạn thị giác và tạo ra một cảm giác trật tự mạnh mẽ hơn, hãy thử cho tất cả các hộp, nút, và mũi tên cùng một phong cách - để chúng có cùng phong chữ, màu đỏ, hiệu quả rê chuột, phác thảo, và kết cấu.

Thứ hai, sử dụng một bảng màu nhất quán. Màu sắc có một tác động to lớn. Nó chuyển tải cảm xúc và ý nghĩa bằng những cách mà chỉ với từ ngữ và hình ảnh khó có thể làm được. Đây là lý do tại sao các dấu hiệu giao thông ở hầu hết mọi khúc quanh của quả đất đều sử dụng màu sắc, không phải từ ngữ, để giao tiếp với các tài xế! Chúng tôi không thể dành toàn bộ phần còn lại của hướng dẫn này giải thích chi tiết về lý thuyết màu sắc, nhưng một người mới vào nghề có thể sử dụng trực giác để ghi nhớ các điểm then chốt. Hãy sử dụng những sự kết hợp màu sắc mang lại ý nghĩa. Ví dụ, nếu bạn đang sử dụng một bảng màu xanh lá và đỏ cho các nút điều hướng, thì màu xanh lá sẽ có nghĩa là “đi” và màu đỏ sẽ có nghĩa là “dừng”. Tiếp tục sử dụng màu nhất quán cho toàn khóa học. Cách dễ nhất để làm điều này là tạo ra một bảng sắp xếp màu sắc theo hệ thống (color scheme). Hãy thử sử dụng một hình ảnh then chốt của khóa học để bắt đầu và tạo ra một bảng màu từ đó. Để có thêm gợi ý về cách thức tạo một bảng màu, hãy xem [5 Cách Dễ dàng để Tìm ra một Bảng Màu Tuyệt vời](#).



Cuối cùng, sử dụng những mô hình quen thuộc. Không có các mô hình trong tự nhiên, chẳng hạn như các chòm sao, chúng ta sẽ không bao giờ có thể đi vòng quanh trái đất, lại càng không thể đáp xuống mặt trăng. Về cơ bản, các mô hình giúp chúng ta điều hướng thế giới thực thể (và kỹ thuật số). Chúng ta hiểu được ý nghĩa của chúng bằng trực giác. Ví dụ, hầu hết chúng ta đều biết là hình tam giác có đầu nhọn hướng về bên phải dưới video có nghĩa là “chạy” và hai đường thẳng đứng có nghĩa là “tạm dừng”. Khi nói đến e-learning, bạn có thể sử dụng các mô hình này để tiết kiệm thời gian và công sức. Thay vì dán nhãn các nút với các từ “Chạy” và “Tạm dừng” hoặc mất rất nhiều thời gian thiết lập các mô hình trực quan mới, thì hãy thử sử dụng những cái đã được thiết lập hoàn chỉnh rồi.

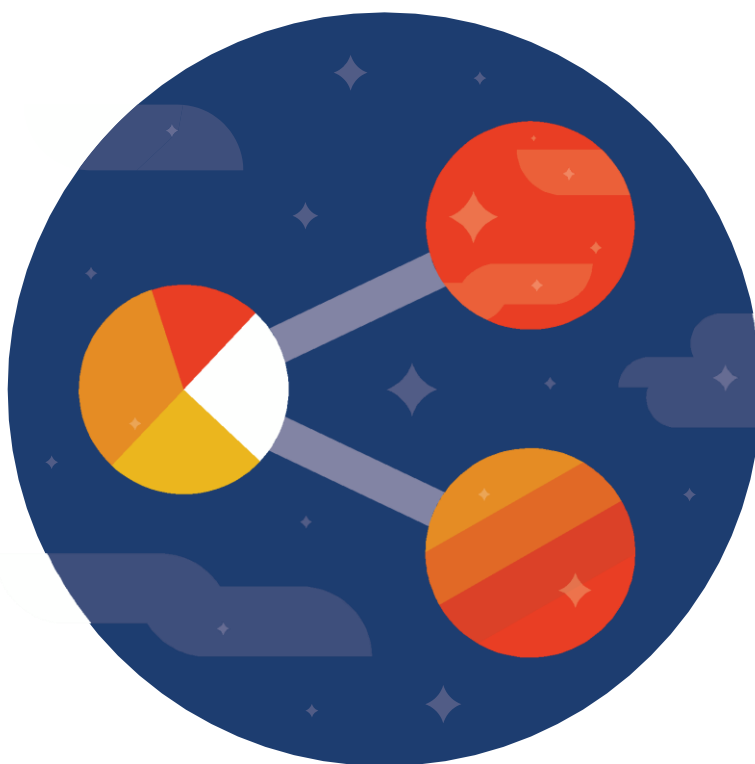
Hãy nhớ rằng thiết kế trực quan cho e-learning đòi hỏi nhiều hơn là chỉ cần đẹp. Các hình ảnh bạn sử dụng là những sứ giả uy quyền, thiết lập giọng điệu và truyền đạt những ý tưởng chính về khóa học mà không cần bạn phải nói một lời.

Hy vọng rằng, bây giờ bạn có một nền tảng để xây dựng e-learning hấp dẫn hơn. Tất cả bắt đầu với văn phong thân thiện, những giao diện hấp dẫn, và thiết kế trực quan gắn kết. Với một chút kỷ luật và sự chú ý đến những lĩnh vực này, bạn sẽ sớm nướng được một chiếc bánh e-learning ngon miệng thôi. Tiếp theo, chúng ta sẽ xem xét cách thức mà bạn (hoặc tổ chức của bạn) có thể đưa các khóa học của bạn đến tay học viên.

Distributing E-Learning



Bạn có thể là thợ làm bánh thủ công tài năng nhất thế giới, nhưng nếu tiệm bánh của bạn ngụ tại đáy của hẻm núi Grand Canyon, thì công việc kinh doanh của bạn sẽ chậm chạp. Rất giống “Công ty Bánh Grand Canyon”, thành công của khóa học e-learning của bạn phần lớn gắn liền với phương pháp chia sẻ nó với những người khác, hay còn gọi là sự phân phối. Chúng ta hãy nhìn vào hai trong số những phương pháp phân phối phổ biến nhất, cùng với các ưu và nhược điểm của từng phương pháp.



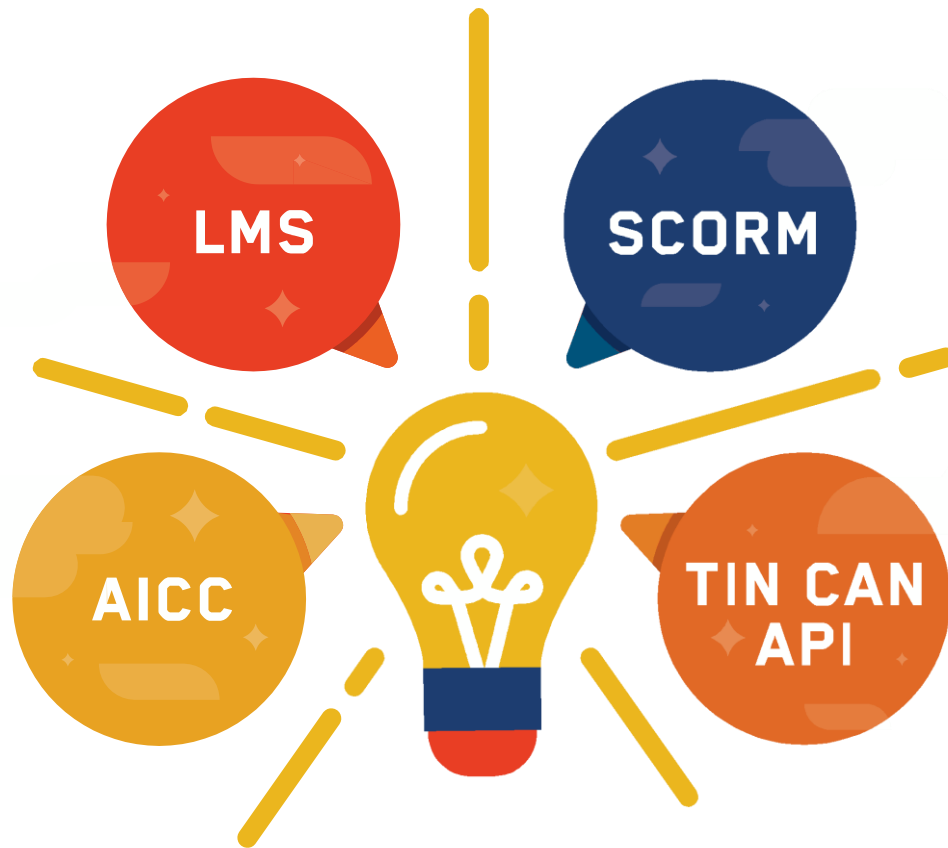
Phương pháp đầu tiên là cách phân phối không chính thức, và nó đơn giản là như thế - không chính thức. Có nghĩa là các học viên được cung cấp đường truy cập đến e-learning nhưng họ không được theo dõi hoặc cho điểm về việc hoàn tất. Có lẽ cách dễ dàng nhất để chia sẻ e-learning không chính thức là tải nó lên một máy chủ trang web và sau đó gửi cho học viên một đường liên kết để xem khóa học. Lối tiếp cận này có một vài lợi thế. Các học viên dễ dàng truy cập vào nội dung, thường không phải đăng nhập vào một nền tảng hay hệ thống khác. Nó cũng tuyệt vời đối với những nội dung học tập hữu ích mà người học muốn tìm hiểu hoặc những nội dung hỗ trợ việc thực hiện, chẳng hạn như một hướng dẫn tham khảo nhanh. Nhưng việc phân phối không chính thức cũng có một nhược điểm: bạn không biết chắc chắn liệu các học viên đã hoàn thành khóa học của bạn hay chưa.

Phương pháp thứ hai là cách phân phối chính thức, nghĩa là bạn theo dõi và lưu hồ sơ tình trạng và/hoặc điểm số của các học viên. Phân phối chính thức hấp dẫn ở chỗ việc thực hiện của học viên không chỉ có thể được theo dõi và báo cáo, mà nó còn có thể được phân tích cùng với những dữ liệu khác. Tuy nhiên, y như phân phối không chính thức, nó cũng có một bất lợi: nó phức tạp hơn. Đối với những người thiết kế, điều này có nghĩa là phải thực hiện và duy trì nhiều hệ thống hơn, cần nhiều thời gian và nguồn lực hơn.

Trong khi những thuận lợi và bất lợi của mỗi loại hình phân phối có thể đủ để gây ảnh hưởng đến quyết định chọn lựa loại hình này hay loại hình kia, thì còn có những yếu tố khác để xem xét. Những tổ chức cần cách phân phối chính thức e-learning thường có các hệ thống nhất định, trang thiết bị, và những tiêu chuẩn khiến họ có nhu cầu theo dõi việc hoàn tất và điểm số của học viên. Ví dụ, nhiều tổ chức cần phải chứng minh rằng họ phù hợp với những quy định của ngành nên phải tổ chức đào tạo bắt buộc thường xuyên.

Đối với các tổ chức khác, việc quản lý nguồn nhân lực là một chức năng quan trọng, và việc theo dõi thành tích của học viên giúp họ hiểu rõ nhân viên đã có các kỹ năng nào. Và phân phối chính thức hữu ích trong việc xác định cần đào tạo bổ sung thêm những gì. Ví dụ, nếu các học viên bị điểm kém nhiều lần ở một khóa học cụ thể, thì rất có thể họ cần phải được đào tạo những kiến thức và kỹ năng cơ bản hơn về chủ đề này.

Với cách phân phối chính thức, việc theo dõi thường được thực hiện thông qua một hệ thống quản lý việc học, gọi là LMS, như chúng tôi đã đề cập ở chương trước. Một LMS được xem là “chính thức” bởi vì nó tuân thủ các tiêu chuẩn ngành nhất định về thông tin báo cáo. Có một số các tiêu chuẩn này thường được sử dụng, bao gồm AICC, SCORM, và, gần đây hơn là Tin Can API, hay còn gọi là Experience API.



Nếu bạn đang ngần ngại sử dụng cách phân phối chính thức do việc bày binh bố trận chóng mặt của các chữ viết tắt và thuật ngữ, thì chúng ta hãy làm sáng tỏ chúng cho bạn.

Hệ thống Quản lý Việc học (LMS)

Một LMS là một phần mềm được sử dụng để quản lý, theo dõi, báo cáo và chứng minh bằng tài liệu việc chuyển giao những khóa học e-learning của bạn. Việc chọn lựa một LMS có thể cần đến một quy trình bởi vì chúng có nhiều tính cách đặc thù khác nhau. Một số LMS cung cấp một số ít các tính năng được thiết kế riêng cho những nhu cầu và ngân sách của các công ty nhỏ hơn. Một số LMS khác lại dành cho các hệ thống doanh nghiệp quy mô lớn. Một số LMS được cài đặt trên một mạng máy tính của tổ chức. Những LMS khác lại được đặt (hosted) bởi nhà cung cấp LMS trên mạng riêng của họ.

Nếu bạn không chắc là công ty bạn đã có một LMS, thì các hệ thống trong công ty và đội ngũ IT có thể cho bạn biết là họ đã đang hỗ trợ một LMS hay chưa và ai là người quản lý nó. Nếu không có LMS, thì bạn có thể yêu cầu các hệ thống trong công ty hoặc nhân viên IT giúp bạn nghiên cứu lĩnh vực này và chọn lựa hệ thống phù hợp với những nhu cầu và ngân sách của công ty bạn.

SCORM

Shareable Content Object Reference Model, hay còn gọi là SCORM, là một tập hợp các đặc điểm kỹ thuật và tiêu chuẩn cho e-learning cho phép việc thông tin liên lạc giữa nội dung e-learning và LMS. Có một số phiên bản SCORM và bạn cần đảm bảo là công cụ thiết kế của bạn và LMS của bạn cùng hỗ trợ một phiên bản SCORM.

AICC

AICC viết tắt cho Aviation Industry Computer-Based Training Committee. Nó là một bộ các tiêu chuẩn chủ yếu sử dụng HTTP AICC (HACP) để tạo thuận lợi cho việc thông tin liên lạc giữa nội dung khóa học và LMS. Hầu hết các LMS hỗ trợ AICC và SCORM/

Tin Can API

Tin Can là một API (Application Programming Interface) là một đặc điểm kỹ thuật mới cho e-learning. Tin Can là một API giải quyết một số các giới hạn của SCORM và AICC, mà chúng đôi khi làm cho hoạt động thông tin liên lạc của học viên với LMS gặp khó khăn. Tin Can thu thập thông tin về những trải nghiệm của các học viên khắp các hệ thống và công cụ khác nhau. Những dữ liệu này được ghi lại trong một Bộ dự trữ Ghi lại Việc học (LRS- Learning Record Store), bộ này có thể được truy cập bởi một LMS. Không phải tất cả nhà cung cấp LMS đã chấp nhận Tin Can, vì thế bạn nên bổ sung yêu cầu đó vào danh sách tiêu chuẩn hệ thống của bạn nếu việc thu thập dữ liệu từ bên ngoài của LMS là một yêu cầu quan trọng cho tổ chức của bạn.

Cho dù bạn chọn phân phối chính thức hay không chính thức, thì yếu tố quyết định sẽ là đ bạn cần phải đo lường cái gì. Một phương pháp phân phối chính thức cung cấp cho bạn dữ liệu mạnh mẽ hơn, nhưng với một gánh nặng hành chính lớn hơn. Các phương pháp không chính thức giảm chi phí hoạt động hành chính, nhưng cung cấp cho bạn ít dữ liệu cụ thể hơn. Để có thêm các ý tưởng về cách tiếp cận tốt nhất để theo dõi e-learning cụ thể của bạn, hãy xem [4 Cách để Theo dõi E-Learning của Bạn](#).

More E-Learning Resources



Chúng tôi đã chia sẻ rất nhiều thông tin cơ bản về e-learning để giúp bạn bắt đầu. Và bây giờ, hy vọng rằng, bạn có một ý tưởng thô về các lĩnh vực bạn cần hoặc muốn tìm hiểu sâu hơn nữa. [Articulate's E-Learning Heroes Community](#) là một kho báu giúp bạn có thể tiếp tục học hỏi và cung cấp tất cả các hướng dẫn bạn cần. Tại E-Learning Heroes, bạn có thể kết nối với một cộng đồng các chuyên gia e-learning thành viên sôi nổi, hữu ích. Họ sẽ giúp bạn cải thiện các kỹ năng của bạn, suy nghĩ các ý tưởng mới, và trưởng thành như là một nhà thiết kế và phát triển e-learning.

Trên E-Learning Heroes, bạn cũng sẽ tìm thấy một bộ sưu tập không ngừng gia tăng các e-book miễn phí, các bài báo về cách thức thực hiện, các mẫu, các hình đồ họa, và các ví dụ truyền cảm hứng cho các thiết kế của bạn và đẩy mạnh việc phát triển khóa học.

Bạn có thể muốn bắt đầu với những e-book và các bài báo hữu ích này: :

1. [Instructional Design Basics for E-Learning](#)
2. [Building Compelling Interactions: What You Need to Know](#)
3. [Essential Guide to Visual Design](#)
4. [BestPracticesforEffectiveProjectManagement](#)
5. [Considerations When Choosing an Authoring Tool](#)
6. [Getting Started with Articulate Storyline](#)
7. [Getting Started with Articulate Studio](#)

Vậy, bạn đã có thể giới e-learning ngắn gọn trong một nắm tay rồi đây. Chúng tôi yêu e-learning bởi vì nó cung cấp vô số cơ hội để tạo ra một tác động tích cực lên thế giới, và chúng tôi hy vọng cuốn e-book này đã làm cho bạn hứng thú về các khả năng mà elearning có thể tạo ra. Dĩ nhiên, không sao cả nếu bạn không có tất cả các kỹ năng và chuyên môn bạn cần ngay lúc này. Hầu hết chúng ta đều học thông qua thử và sai. Nhưng sứ mệnh của chúng tôi là đảm bảo rằng, với sự giúp đỡ của chúng tôi, bạn sẽ là một chuyên gia e-learning nhanh chóng trong tương lai không xa.

Nếu bạn đã thích hướng dẫn này, xin vui lòng đừng do dự hãy kết nối với nó từ trang web của riêng bạn hoặc chia sẻ đường liên kết này trên các mạng xã hội.

articulate®

Copyright © 2015 Articulate Global, Inc.

All rights reserved.

www.articulate.com

Đừng ngần ngại liên hệ với LearnSmart nếu bạn cần tư vấn thiết kế các khóa học e-learning.

info@learnsmart.com.vn www.learnsmart.com.vn (08) 62916502

