**1. Рассмотреть модели корпоративного обучения.**

**Модель 70:20:10**



70% времени отводится на получение опыта на рабочем месте;

20% образовательных результатов достигается через совместную работу, включая наставничество, коучинг, менторинг, тьюторство и т. д.;

10% образовательных результатов достигается через традиционные методы обучения: курсы, электронное обучение, семинары и другие.

Модель сформулировали в 1996 г. американские исследователи Морган Маккол (М. McCall) и его коллеги, работающие в Центре креативного лидерства. Двое из них, Майкл Ломбардо (М. Lombardo) и Роберт Эйчингер (R. Eichinger), описали подход к обучению 70:20:10 в своей книге под названием The Career Architect Development Planner (1996).

**Модель 60:20:20.**

****

60 % времени приходится на обучение на рабочем месте; 20 % времени — на неформальное обучение; 20 % времени — на формальное обучение. Увеличение процентного соотношения формального обучения обосновано одновременно несколькими факторами. Во-первых, становятся очевидными несовершенство системы традиционного высшего образования и неспособность вузов поспевать за ускоряющимися изменениями рынков труда и требованиями компаний к практическим навыкам выпускников. Во-вторых, в связи с цифровой трансформацией бизнеса обучение становится одним из ключевых факторов всех преобразований — бизнеса, операций, технологий и людей.

**Модель 3:33**

Модель разработал канадский автор книги «Flat Army: Creating a Connected and Engaged Organization» Дэн Понтефрак.

По мнению автора, время нужно распределять равномерно между формальным (33%), неформальным (33%) и социальным обучением (33%).

**2.Критерии выбора модели корпоративного обучения**

• Эффективность - обучение помогает выполнять работу быстрее и лучше. Например, сотрудник, интервьюирущий кандидатов при приеме на работу, после обучения может за более короткое время получать всю необходимую информацию о кандидате и делать о нем более корректные выводы

• Сокращение затрат - отсутствуют затраты на перелеты и переезды (для сотрудников, находящихся в регионах), сокращается время отсутствия на рабочем месте

• Удовлетворенность клиентов - обучение может улучшить отношения между сотрудниками, проходившими обучение и клиентами компании, с которыми они работают. Таким образом обучение может косвенным образом улучшить финансовые результаты компании.

• Радикальные изменения в бизнесе - в результате обучения сотрудник могут получать знания инавыки, которые могут радикально изменить стиль их работы (и возможно работу компании в целом) в лучшую сторону

**3. Исследуйте рынок образовательных услуг с позиции стратегического партнерства в организации корпоративного обучения персонала.**

Емкость рынка корпоративного обучения в 10 раз превышает объем предложения.

Объем рынка корпоративного обучения в России ежегодно составляет более 73 млрд руб., говорится в исследовании 2020 года консалтинговой компании TalentCode. Более развита такая система в банковской сфере и ретейле, а также в производственных компаниях, где на повышение квалификации синих воротничков приходится примерно 50% всего образовательного бюджета, говорит гендиректор компании Univertus Елена Абашкина. Сейчас расходы средней российской компании на образование в расчете на одного сотрудника составляют около 50 тыс. руб. в год, поясняет руководитель HR-консалтинга компании Manpower Group Russia & CIS Анна Бурова.

Популярность онлайн-образования поддерживается продолжающейся пандемией COVID-19 и введенными из-за нее противоэпидемическими ограничениями, а также желанием самих соискателей больше работать из дома.

Согласно опросам Elearning Industry, 90% работников хотели бы продолжать работать на дому, по крайней мере частично, а почти 50% опрошенных хотят продолжать работать удаленно большую часть времени или на постоянной основе.

В результате, как указывает в своем исследовательском отчете «Рынок корпоративного онлайн-обучения — Прогноз и аналитический отчет на 2021–2025 годы» компания Technavio, объем рынка корпоративного онлайн-обучения увеличится на $37,8 млрд с 2020 по 2025 год. При этом 40% роста рынка будет приходиться на крупнейший рынок корпоративного онлайн-обучения — Азиатско-Тихоокеанский, в частности на Индию и Японию.

По данным AMR, до 2027 года, как и сейчас, набольшим спросом будут пользоваться программы, сосредоточенные на практических навыках: на них приходится до четверти всего объема рынка корпоративного образования. Спрос на них не удивителен — сейчас глобальный рынок труда переживает трансформацию рабочих мест, вызванную распространением новых технологий.