**Геймификация в микрообучении**

Геймификация — это тип микрообучения, который помогает сотрудникам учиться во время игры.

Вариативность в домашних заданиях — это не геймификация, как и баллы, которые начисляются человеку за выполнение домашних заданий. Но если вывести баллы в открытый доступ, получится рейтинговая система (по сути, соревнование), это уже будет геймификацией. Если задания разной сложности изначально будут предлагаться за определенную «цену», которая может повлиять на рейтинг, это тоже будет геймификацией.

Таким образом, геймификация это набор инструментов, позволяющий разнообразить учебный процесс и привнести в него не только развлекательную составляющую, но и учебную, социальную и мотивационную.

**Элементы геймификации**

Элементы геймификации делают стандартный курс более интересным. Например, игровые механики могут мотивировать выполнять домашние задания и решать тесты, а если тема слишком сложная, то простые примеры с геймификацией позволят лучше понять и выучить материал на будущее.

Большой курс по навыкам, в котором студенты рискуют «утонуть», обычно дополняют рейтингом — такой инструмент дает стимул идти до конца. А поощрительные бейджи или баллы за разные действия при выполнении практических заданий будут мотивировать сдать его в срок.

Помимо прочего, игровые механики делают сами занятия более запоминающимися.

**Оптимальное распределение игровых механик по курсу**.

На курсе может быть два варианта геймификации: сквозная и точечная.

1. Сквозная проходит через весь курс и помогает студенту на протяжении всего обучения: система поощрений, визуализация учебного прогресса или игровой сценарий (например, спасаешь компанию от вирусов, пока проходишь курс).
2. Точечная — оживляющая механика, применяемая в конкретных элементах обучения. Например, курсы с вебинарами. Действительно, на вебинарах порой бывает скучно: они долгие, приходится постоянно быть во внимании, чтобы не прослушать какой-то важный материал рассказ оживляют интерактивные инструменты.

**Какие ошибки портят впечатление от курса?**

1. Плохо проработанный сценарий. Лучше всего, если ты веришь в сценарий, как веришь сюжету фильма, поэтому важно давать правдоподобные кейсы, которые предлагают участвовать в соревновании с определенной целью, и объяснять правила игры «на берегу».

2. Слишком много элементов игр. Если создатели предлагают и игровой сценарий, и баллы, и звания, и артефакты, — такое количество игровых украшательств курса просто обязано вас напугать. Отвлекаясь на все игры, вы и не вспомните, что именно хотели узнать в процессе учебы.

3. Геймификация ради самого себя. Любой элемент в образовательном процессе отнимает время и силы студента. Так зачем их тратить понапрасну, если самая главная цель — обучиться, а не поиграть?

В корпоративном обучении важно создавать системы, где нужно проходить локации и собирать артефакты, чтобы предметы несли в себе какую-то ценность. Каждый предмет должен быть связан с темой курса, в каждом артефакте должна быть видна учебная ценность, и, что важно, необходимо видеть пояснения создателей курса, что все это собой представляет и как оно пригодится в дальнейшем. Если такого нет, курс подготовлен некачественно.

**Что учесть компаниям при запуске геймификации в образовательном продукте?**

1. Инструкция во главе всего. Студент должен знать правила игры. Вовлеченность и интерес будут максимально велики, когда люди понимают, что их в принципе ждет.

2. Забыть про стереотипы. Часто создатели курса боятся включать игровые механики, думая, что люди ценят свое время и не хотят игр, и им не интересно обучаться играя. Это неправда. Как показывает практика, играть интересно всем.

3. У студента должна быть разная мотивация. Большинство инструментов геймификации относится к внешней мотивации, так как происходит воздействие на человека механиками извне (стимулами и подкреплением). Внешняя мотивация обладает большой силой, но она не долгосрочна. Студенту трудно держаться полгода на «призах» и рейтинге. Поэтому должна подключаться внутренняя мотивация: пользователь должен формулировать цели, к которым идет, стремиться к саморегуляции обучения; ему нужно показать, что за результат ответственен он сам, а не преподаватель или родители.

4. Эксперименты. Не нужно бояться пробовать разные форматы, тестировать разные игровые механики. Идти по проторенной дорожке проще всего, но это скучно. Скучно не только для тех, кто разрабатывает обучение, но и для самих учащихся.

5. Удовольствие. Каждый раз, получая «‎приз», ученик должен испытывать удовольствие. Поэтому игровые инструменты должны быть спроектированы так, чтобы они «приземлялись» на аудиторию, а люди потенциально могли соотнести присуждаемые звания с собой.

Интересный пример внедрения геймификации в сфере корпоративного обучения это, например, геймифицированный приветственный курс для сотрудников PepsiCo, реализованный в виде квеста. Новый сотрудник компании решает в реальных локациях офиса интерактивные задачи, общается с коллегами, изучает видеоролики и слайды. То есть, адаптация идет в условиях, максимально приближенных к реальной работе в офисе (заранее были отсняты панорамы рабочего пространства), проходит интересно, интерактивно и нескучно.