"Дизайн-ой жүгүртүү иш-аракетте" тренинги

УДК 745/749 (076)
ББК 85.12 Я7
Д44

Д44 “Дизайн-ой жүгүртүү иш-аракетте” тренинги: Инновациялар үчүн практикалдык куралдар. Окуу-усулдук колдонмо. – Б.: Кыргызпатент, 2022.– 129 б.

ISBN 978-99-67-479-50-0

Колдонмо дизайн-ой жүгүртүүнүн куралдары жана ыкмалары боюнча теориялык материалдарды жана инновациялык долбоорлорду, продуктуларды түзүүдө практикалык көнүгүүлөр, тапшырмаларды аткаруу боюнча кадамдык көрсөтмөлөрдү камтыйт. Колдонмодо тренингдерди түзүү жана фасилитациялык көндүмдөрдү өнүктүрүү боюнча практикалык сунуштар берилген.

УДК 745/749 (076)
ББК 85.12 Я7

ISBN 978-99-67-479-50-0

© “Тэкайым” коомдук фонду, 2022

Мазмуну

5-7 - бет — Киришүү

8-13 - бет — 1-сессия
Инновация жана дизайн-ой жүгүртүү

14-20 - бет — 2-сессия
Инновация үчүн ой жүгүртүү

21-32 - бет — 3-сессия
Иш аракетте дизайн- ой жүгүртүү

33-38 - бет — 4-сессия
Дизайн-ой жүгүртүүнүн этаптары .
Көйгөйдү тандоо.

39-55 - бет — 5-сессия
Эмпатия

56-74 - бет — 6-7-сессия
Багыт алуу

Мазмуну

75-82 - бет — 8-сессия: Идеяларды генерациялоо

83-93 - бет — 9-10-сессиялар: Прототип түзүү

94-102 -бет — 11-12 сессиялар: Тестирлөө. Питчинг.

103-112 - бет — 13-сессия: Үч күндүк маршруттун жыйынтыктары

113-121- бет — 14-сессиялар: Тренингди кантип түзүү жана өткөрүү керек

122-128- бет — 15-сессия: Практикум

Киришүү

Бул практикалык колдонмонун негизги максаты - бардык ышкыбоздорго инновациялык идеяларды жаратуу жана аларды реалдуу долбоорлорго которуу үчүн дизайн-ой жүгүртүү боюнча ыкмаларды түшүнүүгө жана практикалык колдонууга кызыктыруу, шыктандыруу жана жардам берүү, ошондой эле жаштар үчүн формалдуу эмес окутуунун алкагында тренингди жана фасилитациялык сессияларды түзүү көндүмдөрүн түшүнүү жана өнүктүрүү болуп саналат.

Колдонмо дизайн-ой жүгүртүүнүн куралдары жана ыкмалары боюнча теориялык материалдарды жана инновациялык долбоорлорду, продуктуларды түзүүдө практикалык көнүгүүлөр, тапшырмаларды аткаруу боюнча кадамдык көрсөтмөлөрдү камтыйт. Колдонмодо тренингдерди түзүү жана фасилитациялык көндүмдөрдү өнүктүрүү боюнча практикалык сунуштар берилген.

Бул практикалык колдонмо кимдер үчүн?

Колдонмо, инновацияга жана окууга кызыккандарга, инновациялар үчүн дизайн-ой жүгүртүү боюнча тренингдерди өткөрүүгө жана сессияларды фасилитациялоого арналат.

Инновация аймагына кош келиңиздер!

Жолду баскан арбытат!

Бул колдонмо WeSTEAM долбоорунун алкагында "Тэкайым" коомдук фонду тарабынан Кыргыз Республикасынын Жогорку Технологиялар Паркынын колдоосу менен иштелип чыкты.

Колдонмону басып чыгарууга көмөк көрсөткөндүгү үчүн Кыргыз Республикасынын Министрлер Кабинетине караштуу Интеллектуалдык менчик жана инновациялар мамлекеттик агенттигине ыраазычылык билдиребиз.

Команда тууралуу

Авторлор-түзүүчүлөр:



Айбийке Эсенгулова -

Борбордук Азиядагы Америка университетинин доценти
Социалдык ишкерлик жана дизайн-ой жүгүртүү программасынын координатору
"Talent Startup" долбоорунун жетекчиси
Business Innovation Group компаниясынын кошо негиздөөчүсү
MoveGreen коомдук кыймылынын кошо негиздөөчүсү



Наталья Сластникова -

Борбордук Азиядагы Америка университетинининКошумча билим берүү борборунун аткаруучу директору, бизнес тренер, эксперт жана карьераны өнүктүрүү,жумшак ыкмалар, дизайн-ой жүгүртүү боюнча басылмалардын автору.



Елена Чигибаева -

"Techaim" коомдук фондунун кошо негиздөөчүсү, TechWomen 2018 программасынын бүтүрүүчүсү, Technovation Girls Challenge амбассадор жана ментор, STEAM билим берүү , дизайн-ой жүгүртүү, стартап, продуктуларды түзүү боюнча эксперт

Дизайны: Наталья Сластникова

Эмне үчүн инновация жана дизайн-ой жүгүртүү?

Ар бир бизнестин ийгилигинин негизги көрсөткүчү - бул анын продуктуларынын же кызматтарынын атаандаштыкка туруштук берүү жөндөмдүүлүгүнүн деңгээли. Бул атаандаштыкка туруштук берүү жөндөмдүүлүктү камсыз кылуу үчүн, өсүп келе жаткан ишканалар инновацияны баштапкы компетенциясына айлантып, жаңы жолдорду жана технологиялык чечимдерди издеп жатышат.

Дизайн- ой жүгүртүүнүн технологиясы максаттуу аудиториянын көйгөйлөрүн түшүнүүгө жана продуктуларды биз ойлогондой эмес, адамдарга алардын эмгеги жана жашоо шартында керектүү болгудай иштеп чыгууга жардам берет. Дизайн- ой жүгүртүү кардарлардын же колдонуучулардын канааттандырылбаган же аң-сезимге сыйбаган муктаждыктарына болгон түшүнүгүн өнүктүрүү менен баштаган адамга арналган инновацияга алып келет.

Дизайн - ой жүгүртүү ар кандай тармактарда стандарттуу эмес өзгөчө чечимдерди табууга жана адамдардын көйгөйлөрүн чечүүчү инновациялык долбоорлорду, продуктуларды, кызматтарды түзүүгө мүмкүндүк берген ыкмаларды жана куралдарды сунуштайт.

Дизайн - ой жүгүртүү боюнча тренинг - бул көйгөйлөрдү чечүүгө, инновациялык ой жүгүртүүгө жана командалык кызматташууга стимул берүү болуп саналат.

Адабияттар жана интернет булактары

1. Браун Т. Дизайн-мышление в бизнесе, Басмакана: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
2. Васильева Е.В. Исследование клиентского опыта на основе инструментов дизайн-мышления в курсе «Интернет-маркетинг» курсундагы дизайн-ой жүгүртүү куралдарынын негизинде Эл аралык илимий-практикалык конференциянын материалдарынан «Современные информационные технологии и ИТ-образование» / М. В. Ломоносов атындагы ММУ.
3. Дизайн-ой жүгүртүү. Жумушчу материалдар. Методическое руководство по применению человекоориентированного подхода к проектированию. - Москва 2017
4. Васильева Е.В. Техники дизайн-мышления для развития командных навыков и креативных способностей технологических предпринимателей // «Заманбап маалыматтык технологиялар жана IT билим берүү» X юбилейдик эл аралык илимий-практикалык конференциянын материалдарынан.
5. Думай как дизайнер. Дизайн-мышление для менеджеров / Жанна Лидтка, Тим Огилви: Манн, Иванов и Фербер; - Москва; 2015
6. Дон Норман "Дизайн обычных вещей", Манн, Иванов и Фербер.- Москва, 2018
7. Йири Шерер, Техники креативности, СмартБук, 2009
8. https://4brain.ru/blog/ - блог о саморазвитии
9. https://www.ideo.com/blog/build-your-creative-confidence-the-wallet-exercise
10. https://www.designthinking-methods.com/en/
11. https://tilda.education/courses/web-design/designthinking/
12. https://spin.atomicobject.com/2018/12/12/how-might-we-design-thinking/
13. https://ux-journal.ru/
14. https://www.marketing.spb.ru/

1-сессия
Инновациялар кантип жаралат?

Инновациянын кыймылдаткыч күчү башка чектөөлөр сыяктуу эле сарамжалдуулук деп эсептейм. Сиз өзүңүздүн өзгөчө чечимдериңиздин жардамы менен гана кандайдыр бир тар алкактын чегинен чыга аласыз.

Джефф Безос Ишкер (Amazon)



Максаты: инновациялардын жаралышы менен STEAM билим берүү жана дизайн- ой жүгүртүүнүн ортосундагы байланышты карап чыгуу, буга кайсы ыкмалар керек экенин түшүнүү.



Сессиянын аягында катышуучулар төмөнкүлөрдү биле алышат:

- STEAM билим берүү деген эмне экендигин жана дизайн - ой жүгүртүү менен кандайча байланышы бар экендигин, сарамжалдуу стартапты жана ийкемдүү ыкманы;
- инновациянын жаралышын жана алар кандай болорун;
- XXI кылымда кандай ыкмаларды өнүктүрүү керек экендигин.



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт



Материалдар жана каражаттар: калем саптар, маркерлер, А4 баракгары, флипчарт ,PowerPoint, компьютер, проектор



Ыкмалар жана формалар: Таанышуу үчүн көнүгүү, дискуссия, мини лекция; көнүгүү; топтук иш; рефлексия

Сессиянын жүрүшүнүн

„Биздин инновация кардардан башталат, биз кандайдыр бир жаңы нерсени "жогорудан төмөн карай жаратабыз ". Кардардын муктаждыгы башталышка баа берүүнүн негизги критерийи болуп калат»

Джефф Безос, Amazon, ишкер

 Таанышуу үчүн көнүгүү

 Убактысы: 15 мүнөт

 **Көнүгүү:** "Бардыгы үчүн бир тилек" **Максаты:** катышуучуларды тааныштыруу,эс алдыруу, позитивдүү маанайга багыттоо.

 **Жол-жобосу**: таанышууга ылайыктуу болгон каалаган көнүгүүнү алса болот.

Катышуучуларды 3-4 адамдан турган командаларга бөлүңүз. Ар бир команда флипчарттын жанына жайгашып, (ватман) түстүү маркерлердин керектүү санын алат. Оюнду 5-7 гана каалоону аткара ала турган алтын балык кармалды деген окуя менен баштаңыз (саны командалардын санына жараша болот). Балык бардык командага тиешелүү бир гана каалоону аткара алат.
Көнүгүү "Мен каалайм ..." фразасы менен башталат. Катышуучулар бири -бири менен таанышсын жана команданын бир каалоосун төмөнкүчө аныктасын: Топтун биринчи мүчөсү азыр эмнени алууну кааласа, экинчиси ватманга биринчисинин каалоосун тартат жана аны оозеки түрдө толуктайт. Үчүнчү катышуучу экинчисинин өтүнүчүн аткарып, каалаганын айтат. Эгерде команда 3 адамдан турса, анда анын биринчи мүчөсү сүрөттү тартып, сүйлөшүүнү улантат. Кийинки оюнчулардын каалоолору бири -бирин толуктап турушу маанилүү. Ар бир командага 1 каалоо үчүн 10 мүнөт берилет.
Мисалы:

1 си: мен тапочканы каалайм

2 си: *тапочканын сүрөтүн тартат жана айтат * тапочкалар ар түрдүү түстө болушун каалайм

3 сү: *тапочкаларды ар түрдүү түскө боёйт* тапочканын көздөрү болуусун каалайм,

1 си: *көздөрүн тартат* тапочкалар 45- өлчөмдө болушун каалайм.

2си : *тапочкаларга өлчөмдөрдү белгилейт, оюн уланат*

Көнүгүүгө 10 мүнөт бөлүңүз, андан кийин топту өз ордуларына отургузуп, пайда болгон "сүрөттөрдү" талкуулайсыз.

 **Мини-лекция**  **Убактысы:** 20 мүнөт

Таяныч конспект

Дүйнө жүзү боюнча, стартаптардын 90%нын жолу болбойт (Forbes), анын биринчи себеби – рынокто жолу болбогондук: "Алар эч кимге кереги жок продукцияларды чыгарышат." (Fortune)

Дайыма өзгөрүп турган дүйнөдө, ар кандай маселелерди тез жана чыгармачылык менен чечүү жөндөмү абдан талап кылынган көндүмдөрдүн бири. Кадимки нерселерди кайра карап чыгуу, тез багыт алуу жана мектептеги, жумуштагы же үйдөгү кырдаалдан күтүлбөгөн чечим табуу - бул чоң артыкчылык болуп саналат, макулсузбу?

Ошол эле учурда, бүгүнкү күндө баарыбыз күн сайын колдонгон ар кандай продуктулар жана кызматтар бар. Кээде инновациялык продуктуларды жана кызматтарды ойлоп табуу, мурда болбогон, бирок рынокто суроо -талапка ээ боло турган жаңы долбоорлорду түзүү абдан кыйын. Дизайн- ой жүгүртүү бул көйгөйдү чыгармачылык жана командалык иш аркылуу чечүүгө жардам берет.

Бул ыкманы IBM, Google, Apple, Facebook сыяктуу компаниялар көйгөйлөрдү чечүүдө, продукцияны жана кызматтарды иштеп чыгууда жана долбоорлоодо колдонушат. Кыргызстанда бул ыкма дээрлик жаңы, бирок аны жарым -жартылай колдоно баштаган компаниялар бар, мисалы, Билайн, Компаньон банкы ж.б.

Бүгүнкү күндө дизайн-ой жүгүртүү бир гана дизайнда эмес, ар кандай тармактарда колдонулат. Продукциянын же кызматтын, айрыкча технология менен байланышкан кызматтардын ар кандай иштелмелери дизайн-ой жүгүртүүгө негизделген. Эрте жашынан балдардын чыгармачылыгын, инновацияны жана өзгөчө ойлонуу жөндөмүн өнүктүрүү максатында Батыш өлкөлөрүндө дизайн-ой жүгүртүү мектептерге, бала бакчаларга киргизилип жатат.

Ошондой эле, дизайн - ой жүгүртүү келечектеги продуктуларды жана кызматтарды колдонуучулардын эмпатиясы аркылуу башка адамдарды угуу жана түшүнүү жөндөмүн өнүктүрүүгө жардам берет, кийинчерээк рынок тарабынан кабыл алынуучу прототиптерди түзүү жана тестирлөө көндүмдөрүн өнүктүрөт.

Атаандаштыкка туруштук берип, рынокторду жана колдонуучуларды жоготпоо үчүн ар бир компания өзүнүн продукциясын өркүндөтүп турушу керек.

Жаңылык	Инновация (жаңылык киргизүү)
– бул көрсөтүлгөн түрдө жана сапатта али кездеше элек интеллектуалдык эмгектин продуктусу катары аныкталат.	- бул продуктулар, материалдар, технологиялар, жабдуулар, өндүрүштү уюштуруу жана башкаруу ж. б.түрүндө өндүрүшкө киргизилген жаңылык.

Инновациялардын пайда болушунун негизинде илимий - техникалык прогресс жатат, ал жалпысынан коомдук өндүрүштүн, айрыкча жеке ишканада сандык жана сапаттык өзгөрүүлөрдү аныктайт.

Инновациялар ар түрдүү келет. Аларды бир катар чен белгилер боюнча классификациялоого болот. Мазмуну боюнча инновациялар төмөнкүлөргө бөлүнөт:

- өндүрүштүк, анын ичинде жабдуулардын жаңы түрлөрү, чийки заттар, материалдар, өндүрүш технологиялары ж.б;
- башкаруучулук, анын ичинде өндүрүштү уюштуруунун жаңы ыкмалары, башкаруу, товарларды рынокко жылдыруу ж.б;
- маалыматтык, анын ичинде сапаттуу жаңы деңгээлде башкаруу чечимдерин кабыл алуу үчүн маалыматты чогултуунун, иштеп чыгуунун жана берүүнүн жаңы ыкмалары;
- социалдык, эмгек шарттарынын, жашоонун, экологиянын, конкреттүү адамдардын же жамааттардын өзгөрүшүн камтыган ж.б.

Инновациялардын диффузиясы

Айылдык социолог жана коммуникация профессору Эверетт Роджерс өзүнүн 1962-жылы чыккан «Инновациялардын таралышы» деген китебинде диффузия процессин, башкача айтканда, жаңы идеялардын жана инновациялардын жайылышын сүрөттөгөн.

Ал жаңы нерсенин коомго жайылтуу процессин, жаңы продуктулардын жайылышынын мыйзам ченемдүүлүгүн, технологияларды жана потенциалдуу керектөөчүлөрдүн (колдонуучулардын) арасында пайда болгон учурдан тартып сунуштарды,ошондой эле ар кандай заттардын малекулаларынын өз ара аралашуу процессиндеги аналогия боюнча физикалык диффузия деп атады.

Инновациялардын диффузиясынын негизги түшүнүктөрү:

Инновациялар – колдонуучулар жаңы деп эсептеген продуктулар, идеялар жана технологиялар. Жаңы нерсе катары мурда рынокко чыга элек революциялык продуктуну эсептөөгө болот, жаңынын кайрадан ойлоп чыгарылган нерсеси: мисалы, 18-кылымда эле пайда болгон автомобилдердин прототиптери, же алардын кайрадан ойлоп чыгарылышы- Илон Маскка таандык Tesla.

Колдонуучулар – бул инновацияны кабыл алуучулар же кабыл алууга даяр болгон адамдар.Англис тилинде бул түшүнүк «adopters»деп айтылат. Э. Роджерс колдонуучулардын 5 түрдүү типтерин бөлүп көрсөткөн: новаторлор,мурдагыны алып жүргөндөр, мурдагы көпчүлүк, кийинки көпчүлүк жана кечиккендер.

Критикалык масса – инновацияны иретке келтирүү үчүн инновацияны кабыл алуучулардын саны.

Кабыл алуу процесси – бул аудитория жана ар бир жеке колдонуучу тарабынан инновацияны кабыл алуу процесси, ал беш кадамдан турат (биз бул тууралуу бир аз төмөндө сөз кылабыз).

Роджерсти айыл чарба инновациясы кандайча жайыла тургандыгы абдан кызыктырчу. Ал, айрым фермерлер акыркы тренддерди көзөмөлдөп туруп үрөндүн жаңы сортторун жана жаңы жабдыктырда колдоно башташканын белгилечү.

Башкалар прогресске бир топ убакыт каршылык көрсөтүп, бирок эгерде технолгия же үрөндүн сорту жакшы натыйжа берсе-ошол замат колдоно башташчу.Бул жөнөкөй эле нерсе жана ошол эле учурда инновациянын диффузиясынын болушун ачык-айкын далилдейт.

Инноваторлор. Чечкиндүү адамдар, өзгөрүүнү текшерип тургандар. Инноваторлор коммуникациянын эң маанилүү механизми болуп саналат.

Эрте алып жүрүүчүлөр. Кадырлуу адамдар, формалдуу эмес лидерлер, жаңы идеяны колдонуп көрүшөт, бирок этияттык менен колдонушат.

Эрте көпчүлүк. Кылдат, сак адамдар, бирок өзгөрүүнү кадыресе адамдарга караганда тезирээк кабыл алышат.

Кийинки көпчүлүк. Скептиктер, жаңы идеяларды же продуктуларды көбү колдонуп көргөндөн кийин гана колдоно башташат.

Артта калган колдонуучулар. Эски ыкмаларга таянган адамдар, жаңы идеяларга сын көз караш менен карашат, жаңы нерсе массалык түрдө же салттуу түрдө колдонула баштаганда гана кабыл алышат.

Ошентип, бизде инновация жана билим бар, аны айрымдар дароо кабыл алат, кээ бирөөлөр күтөт. Кабыл алуу процесси кандай болот? Сүрөттөн жогоруда сүрөттөлгөн беш топту көрсөтмөлүү сүрөттөгөн коңгуроо формасындагы графикти көрө аласыз.

Инновацияны кабыл алуунун ийри сызыгы,%

Инноваторлор	Эрте колдонуучулар	Эрте көпчүлүк	Кийинчерээк көпчүлүк	Артта калган колдонуучулар
2,5	13,5	34	34	16



Жыйынтыктоо:

Бүгүнкү күндө инновацияларды ар бир адам, өзгөчө өздөрү же айлана-чөйрөдөгү адамдар туш болгон көйгөйлөрдү чечүүгө умтулгандар түзө алат.

Дизайн-ой жүгүртүү ыкмасы жана методологиясы катары жаңы продуктулар жана кызматтар үчүн, ошондой эле учурдагылар үчүн колдонулушу мүмкүн.

Эскертме үчүн/рефлексия

2-сессия
Инновациялар үчүн ой жүгүртүү

"Ой жүгүртүүнүн ийкемдүүлүгү – адамдын ар кандай идеяларды сунуштоо, көйгөйгө ар тараптан мамиле кылуу, ар кандай стратегияларды жана чечимдерди колдонуу жөндөмдүүлүгүнүн көрсөткүчү.

Джой Пол Гилфорд



Максаты: ой жүгүртүүнүн өсүүсүн жана дивергенттик ой жүгүртүүнү өнүктүрүү



Сессиянын аягында катышуучулар төмөнкүлөрдү биле алышат:

- туруктуу ой жүгүртүү менен өсүү ой жүгүртүүсүн, конвергенттик жана дивергенттик ой жүгүртүүнү айырмалоону;
- туруктуу ой жүгүртүүнү этап-этабы менен өзгөртүү процессин билүү жана аны өсүү ой жүгүртүүсүн өнүктүрүү үчүн колдонууну;
- дивергенттик ой жүгүртүүнү өнүктүрүү үчүн ар кандай ыкмаларды түшүнүүнү жана колдонууну.



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт



Материалдар жана каражаттар: калем саптар, карандаштар, маркерлер, А4 баракгары, флипчарттар, PowerPoint, компьютер, проектор



Ыкмалар жана формалар: мини - лекция, көнүгүүлөр, топтук иш, фасилитация, энерджайзер - социометрия

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

Көнүгүү: социометрия

Максаты: кылыптанып жаткан ой жүгүртүүнү аныктоо

Жол-жобосу:

- Дубалды бойлой түз сызыкты элестетип көрүңүз, анын бир чети Ооба (ырастоо менен макулдашуу), экинчи жагы - ЖОК (ырастоого каршы пикир).
- Азыр тастыктоолор айтылат жана бул билдирүүгө болгон мамилеңизге жараша, көбүрөөк шайкеш келген позицияны ээлейсиз. Бул акыркы же ал позицияга жакын же башка болушу мүмкүн. Сиз тиешелүү сызыктагы жерди ээлейсиз. Сиздин милдет - бул алган позицияңызга аргумент келтирүү.

Убакыт: 15 - 20 мүнөт (Позицияны тандоо жана талкуулоо, дискуссия)

Ырастоолор:

Мага кыйынчылыктар жана сыноолор жакпайт.
Жеңилүү менин мүмкүнчүлүктөрүмдү чектейт.
Кайтарым байланыш - бул сын, мен ага көңүл бурбайм.
Көйгөйлөр – бул жаман;
Кайтарым байланыш – бул сын, бул мага жакпайт;
Башкалардын ийгилиги – мен үчүн коркунучтуу.

Мини- лекция Убакыт: 20 мүнөт

“Эгер сиз азыраак элестетсеңиз, анда сиз татыктуу болгон нерселер да азыраак болот”.

Дебби Миллмэн

Биздин жашоону калыптандыруучу ой жүгүртүү

Туруктуу ой жүгүртүү	Өсүүчү ой жүгүртүү
Статикалык интеллект	Өсүп-өнүгүүчү интеллект
Көйгөйдөн коркот	Көйгөйлөрдү кабыл алат
Мага кыйынчылыктар жана сыноолор жакпайт	Кыйынчылыктар менин өсүшүмө жардам берет
Ийгиликсиздик менин мүмкүнчүлүктөрүмдү чектейт	Ийгиликсиздик жаңы өсүү мүмкүнчүлүктөрүн ачат
Эмне болсо болгону ошол, мындан ары өсүү болбойт	Мен каалаган нерсемди үйрөнө алам
Менин мүмкүнчүлүктөрүм чектелүү, ошондуктан аракеттерим пайдасыз	Менин аракетим жана мамилем чеберчиликтин жолун жана мүмкүнчүлүктөрүмдү аныктайт
Кайтарым байланыш- бул сын, мен ага көңүл бурбайм	Кайтарым байланыш конструктивдүү, жана ал мени өнүктүрөт
Башкалардын ийгилиги – мен үчүн коркунучтуу	Мени башкалардын ийгилиги шыктандырат
Мен билгенимди бербейм	Мага жаңы нерсени жасап көрүү жагат



Ой жүгүртүүнү **өзгөртүүнүн ачкычы** – баарынан мурда **эстүүлүктө!**

Туруктуу ой жүгүртүүнү өзгөртүүнүн кадамдык процесси:

туруктуу ой жүгүртүүнүн «үнүн» уга билүүгө үйрөнүү;
тандооңуз бар экенин моюнга алуу;
өсүүчү ой жүгүртүү үнүнүн жардамы менен жооп берүү;
өзүңүздөгү жаңыча ой жүгүртүүнү өнүктүрүү: жаңы чакырыктарды кабыл алуу, ийгиликсиздиктерден сабак алуу, туруктуу болуу, кайтарым байланышка жараша аракеттерди тууралоо, өзүнүзгө туура суроолорду берүү.

Дивергенттик жана конвергенттик ой жүгүртүү

Дивергенттик ой жүгүртүү – (лат. divergere «тароо, четтөө») – **адамдын, бир эле маалыматтардын негизинде көп сандагы чечимдерди кабыл алуу жөндөмү.**

Туура жооптордун көптүгү: белгисиз, логикасыз, жалпыланган, күңүрт, метафоралык, болжолдуу, бүдөмүк, парадоксалдуу, юморлуу

Конвергенттик ой жүгүртүү – (лат. convergere – «бир борборго биригүү») – **адамдын,** көйгөйдү чечүү үчүн бир негизги чечимге багыт алуусу

Жалгыз гана туура жооп: түзмө-түз, ачык, так, конкреттүү, логикалык, даана, олуттуу, ырааттуу

Чыгармачыл ой жүгүртүү

Конвергенттик ой жүгүртүү:
Логикалык
Ырааттуу
Сызыктык

+

Дивергенттик ой жүгүртүү:
Бүтүн
Интуитивдик
Релятивдик

=

Чыгармачылыктын өзгөчөлүктөрү:
Оригиналдуулук
Ийкемдүүлүк
Эркиндик

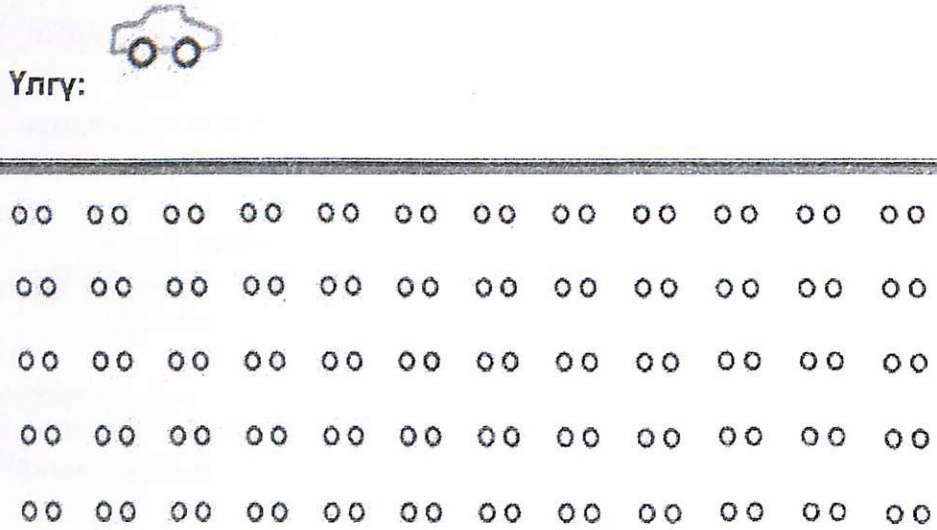
Көнүгүү: креативдүүлүккө тест

Максаты: чыгармачыл ой жүгүртүүнү өнүктүрүү

Убакыт: 10 мүнөт: (4 мүнөт сүрөт тартууга, 4 мүнөт – галлерея түзүүгө, карап чыгуу жана эң жакшысына добуш берүү , 2 мүнөт–дебрифинг жана жыйынтыктоо)

Жол-жобосу: Калемсаптарды жана бир барак кагаз алып, төмөндө көрсөтүлгөндөй кылып жубу менен тегерекчелерди тарткыла: тикесинен 5ти, узатасынын 12ни. Тегерекчелерди чакан сүрөттөргө айландыргыла, болушунча көп сүрөт тарткыла.
Тартып бүткөндөн кийин сүрөттөрүңөрдү дубалга илгиле, галерея жаралат. Бири-бириңердин иштериңердии карагыла.

Үлгү:



Дебрифинг: **Убакыт:** 2 мүнөт

- Эмоциялар жана сезимдер кандай?
- Учурдагы креативдүүлүктүн “температуралык градусу” кандай?

Жыйынтыктоо: креативдүүлүктүтү өнүктүрүүгө мүмкүн жана өнүктүрүү керек.

Көнүгүү: бир чынжыр менен байланышкан

Максаты: дивергенттик ой жүгүртүүнү өнүктүрүү, стандарттуу эмес ой жүгүртүүнү билүү, башкы идеяны тандоо үчүн конвергенттик ой жүгүртүүнү колдонуу

Убакыт: 30 мүнөт (идеялардын генерациясы жана"гибридди"түзүү, ар бир команданын презентациясы, дебрифинг, жыйынтыктоо)

Жол-жобосу:

Топтук иш: 7 адамдан турган команда.
Флипчарт баракчаңыздын үстүн үч тилке чийиңиз:
биринчисине – кеңсе буюмдарынан бир нерсенин атын жазыңыз (мисалы: скрепка, калемдер, степлер);
экинчисине – ашкана буюмдарынан бир нерсенин атын жазыңыз (аралаштыргычтар, чайнектер, тамак-аш);
үчүнчүсүнө - гараждан же устакана буюмдарынан бир нерсенин атын жазыңыз (балка, мык, кычкач);
таблицаны толтуруңуз, буюмдарды тандап жазууну макулдашыңыз;
ар кайсы топтон экиден буюмду тандап алуу керек, күлкүлүү жана мүмкүн эмес функция жаралат;
мээге чабуул жүргүзгүлө, командалардагы эң жакшы идеяларга добуш бергиле;
жаңы "гибридддеги "скетчти жасагыла.
Презентация кылууга ар бир командага 2 мүнөт берилет:

Үлгү - мисал: эшигинде телевизору бар микротолкундуу меш бир маалда попкорн даярдоо жана сериал көрүү үчүн.
Ар бир команданын презентациясынан кийин скетчтерди галлереяга жөнөтүңүз.

Кеңседеги буюмдар	Ашканадагы буюмдар	Усатканадагы буюмдар
Кандай болбосун 3 буюм	Кандай болбосун 3 буюм	Кандай болбосун 3 буюм
1	1	1
2	2	2
3	3	3



Дебрифинг:



Убакыт: 10 мүнөт

бул көнүгүүдө эмне татаал болду?
"гибридди"даярдоого эмне жардам берди?
тандоону кандай макулдаштыңыз?
идеяларды генерациялоодогу жана тандоодогу принципиалдуу айырма эмнеде болду?
бул көнүгүү эмнени үйрөтөт?



Жыйынтыктоо:

озуп чыккан идеялар чыгармачылык процессте жаралат;
идеялардын ар түрдүүлүгү – жакшы нерсе;
идеяларды генерациялоо жана бир тандоого багыт алуу үчүн ой жүгүртүүнүн ар түрдүү типтери болушу керек.

Эскертүү / рефлексия

Кошумча ресурстар:

https://4brain.ru/blog/ - өзүн- өзү өнүктүрүү боюнча блог
https://blog.mann-ivanov-ferber.ru/2019/12/26/dva-vida-myshleniya-ot-kotoryx-zavisit-nash-potencial/
https://4brain.ru/blog/creativity-development-exercises/
https://4brain.ru/tvorcheskoe-myshlenie/dopolnitelnye-materialy.php
Йири Шерер, Креативдүүлүктүн техникасы, СмартБук, 2009
https://4brain.ru/blog/ - блог о саморазвитии
https://blog.mann-ivanov-ferber.ru/2019/12/26/dva-vida-myshleniya-ot-kotoryx-zavisit-nash-potencial/
https://4brain.ru/blog/creativity-development-exercises/
https://4brain.ru/tvorcheskoe-myshlenie/dopolnitelnye-materialy.php
Йири Шерер, Техники креативности, СмартБук, 2009

3-сессия
Дизайн-ой жүгүртүү иш-аракетте

"Ийгиликтин негизги чени - дизайнда да, бизнесте да - кимдир бирөө үчүн баалуулук жаратуу".

Жанна Лидтка, "Дизайнер катары ойлон" китебинен



Максаты: катышуучулар эксперимент аркылуу дизайн-ой жүгүртүү ыкмасынын практикалык тажрыйбасына ээ болушат



Сессиянын жыйынтыгында катышуучулар:

- долбоорду аткаруу менен дизайн-ой жүгүртүүнүн бардык этаптарынан өтүшөт;
- өзүнүн аудиториясынын муктаждыктарынын баалуулугун жана маанилүүлүгүн түшүнүшөт;
- өнөктөшүнүн муктаждыгын аныктоо боюнча интервью жүргүзүүнү үйрөнүшөт;
- көйгөйдү туюнтуу үчүн HMW техникасын колдонууну үйрөнүшөт (мен кантип жардам бере алам);
- идеяларды иштеп чыгууну жана прототиптерди түзүүнү, кайтарым байланыштын баалуулугун түшүнүүнү үйрөнүшөт;
- жаратуучу продукт/кызматты тууралоо үчүн кайтарым байланышты колдонууну үйрөнөт.



Ыкмалар жана формалар: фасилитация, инструктаж, долбоордук тапшырманын үстүндө жуп болуп иштөө, тажрыйба аркылуу окутуу



Материалдар жана каражаттар: катышуучулар үчүн проектор, компьютер, PowerPoint: А4 баракгары, маркерлер, фломастерлер, түстүү кагаз – картон, кайчы, желимдегич, калем саптар

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

Машыктыруучу фасилитатордун ролунда болот, 90 мүнөттүн ичинде машыктыруучулар сунуштаган долбоордун үстүндө иштөө үчүн дизайн-ой жүгүртүүнүн практикасына киришүүнү сунуштайт. Фасилитатордун ролундагы машыктыруучу катышуучуларга көрсөтмө берет, демилгелейт, чыгармачыл ишмердүүлүк жүргүзүү үчүн шарт түзүп берет, долбоордун үстүндөгү иштин ар бир этабындагы убакытты көзөмөлдөйт, пайда болгон суроолорго жооп берет, керектүү учурларда комментарий берет,процессти алып жүрөт.

"Капчык жасайбыз" долбоору
d. school долбоору



1 **Төмөндө идеалдуу капчыктын сүрөтүн тартыңыз**

Убакыт: 3 мүнөт

1



Сиздин шеригиңиз үчүн маанилүү жана пайдалуу кылып жасаңыз. Эмпатияны жаратыңыз, суроолорду бере баштаңыз, жоопторун төмөндө жазыңыз.



Интервьюга убакыт: 2 сессияга 4 мүнөттөн



Шпаргалка
360° куралы

Каалаган тандоолор

Фактылар	**Формалар**
Материал	Өлчөмү
Өңү-түсү	Формасы
Баасы	Текстурасы
Салмагы	Чөнтөктөрү
Бренди	
.....	.....

Иш-милдеттери	**Байланыштары**
Эмнеге колдонулат	Өнөктөштүн капчыгында сиздикинде жок болгоне эмне бар?
Аны кантип көтөрүшөт?	Ал эмнени жоготкондон коркот?
.....	Капчыктын жекече белгилери барбы?

.....

3 Интервью “5 эмне үчүн”

Интервьюга убакыт: 2 сессия 3 мүнөттөн

Жоопторду төмөндө жазыңыз

3

“5 эмне үчүн” ыкмасы

Көйгөйдүн биринчи жаралышын анализдөө куралы



Шпаргалка

Эмне үчүн чоң капчык?

Анткени сумкам чоң, аны табууга оңой болот.

Эмне үчүн чоң сумка?

Анткени менин көп буюмдарым бар.

Эмне үчүн сиздин буюмдарыңыз көп?

.....

4 Ал эми азыр жекече иш жүргүзүңүз. Көйгөйдү кайра формулировкалоо керек: – үч инсайтты, шериги жөнүндө үч табылганы, анын каалоосун, максатын жазыңыз. Балким сиз анын мотивдери,сезимдери тууралуу кандайдыр бир жаңы нерсени билдиңиз. Табылгаларды төмөндө жазыңыз.

Убакыт: 3 мүнөт

4

1

2

3

5 **Инсайтка (интервью процессиндеги табылга) жана өзүңүздүн шеригиңиздин муктаждыктарына көңүл бурдурган** көз карашты/ Point of View (POV) - ырастоону туюндуруңуз. Аны төмөндө жазыңыз.

Убакыт: 3 мүнөт

5

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Көз караш
Point of View
Инструмент
Биз кандай жардам бере алабыз...
How might we

Мен (шеригиме) кандай жардам бере алам (эмне кылуу керек, ким үчүн) ага (муктаждык), анткени (инсайт, сиз чыгарган тыянак)

мисалдарды төмөндө караңыз

Жакшы / Жаман мисалдар



Жаман мисал

Биз кандай кыла алабыз бардык колдонуучулар үчүн

Эмне кылуу керек? Ким үчүн?

биздин тейлөө тажрыйбабызды колдонууну жакшыртуу үчүн

Этиш менен айтылган муктаждык

Анткени аларды тейлөө канааттандырбайт ?

Кандайча / Анткени



Жакшы мисал

Биз кандай кыла алабыз Пашага жардам берүү

Эмне кылуу керек? Ким үчүн?

апасынын мобилдик байланышын төлөөгө

Этиш менен айтылган муктаждык

1 мүнөттүн ичинде жана эң кыска жол менен ?

Кандайча / Анткени



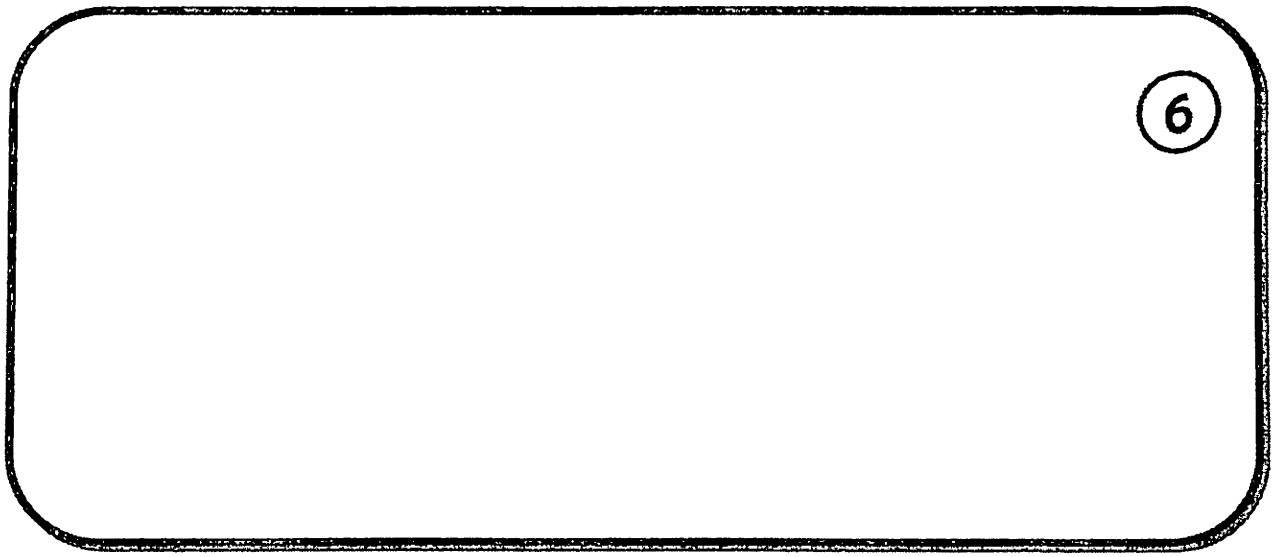
Идеялардын генерациясы.

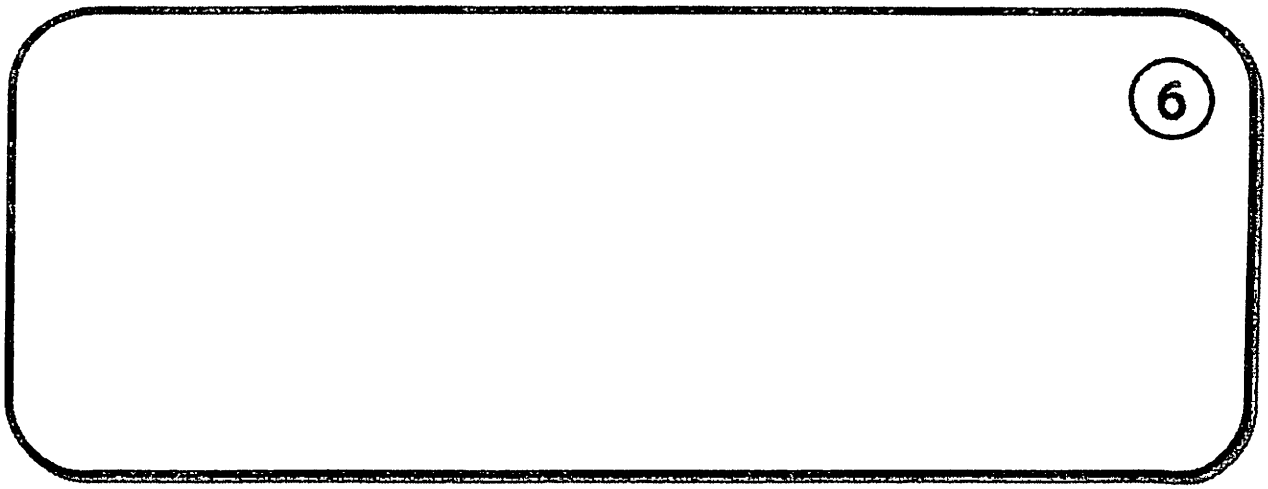
Минимум 5 скетч жасагыла (5 радикалдуу идеялар) шеригиңиздин муктаждыктарына кандайча жооп бере алат.

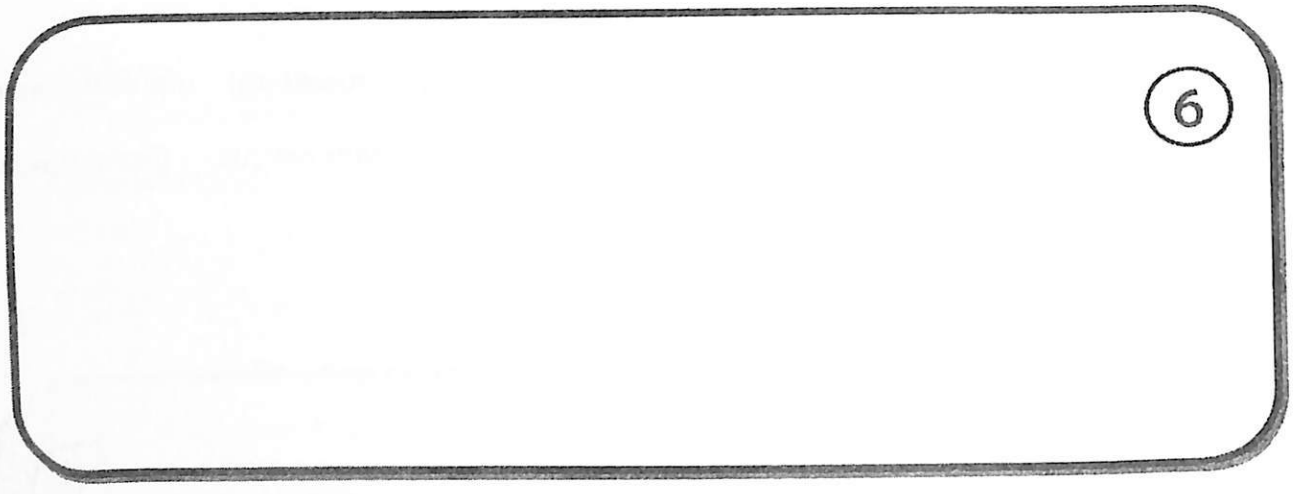
Сунуштар: санын көбөйткүлө, өзүңүздүн идеяңызды баалабаңыз, визуалдаштырыңыз.

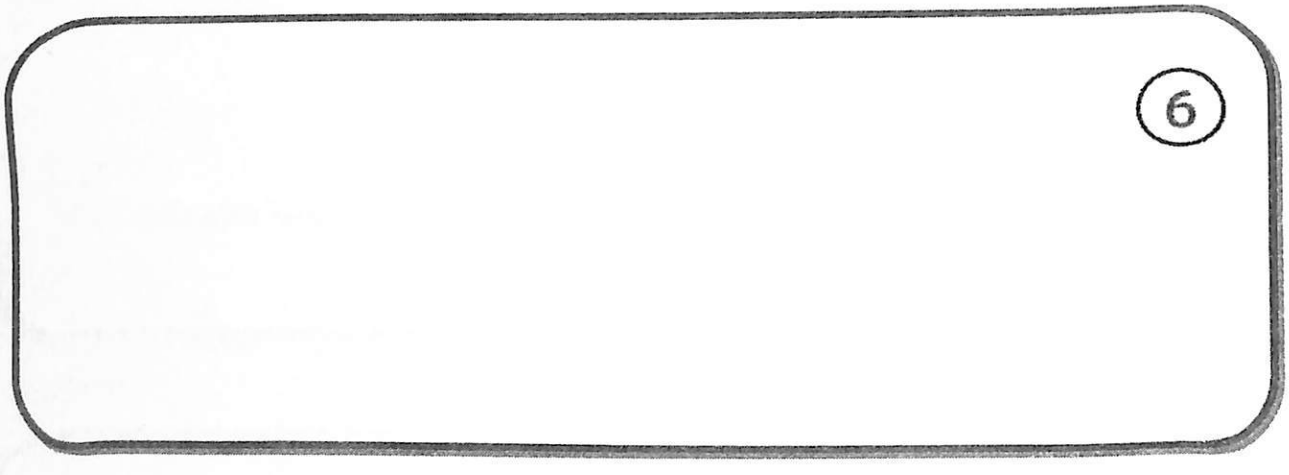


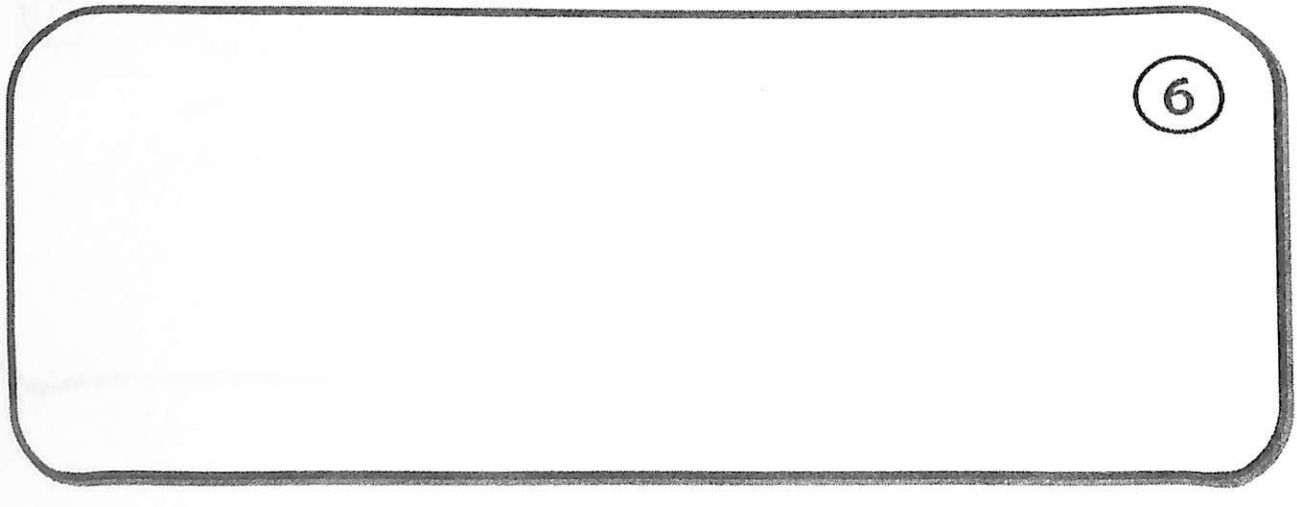
Убакыт: 5 мүнөт






6


6


6

7 Өзүңүздүн чечимиңиз тууралуу шеригиңиз менен бөлүшүңүз жана **кайтарым байланыш алыңыз.**

Убакыт: 2 сессия 5 мүнөттөн

7

8 Ойлонуңуз, өзүңүздүн шеригиңиз жана жаңы чечимдериңиз тууралуу жаңы эмнени билдиңиз, жаңы чечимди түзүңүз, скетч жасаңыз.

Убакыт: 3 мүнөт

8

9 Прототип түзүү этабы. Эми **физикалык прототип** түзүңүз

Убакыт: 15 мүнөт



10 Эмне жакшы ишке ашты, шеригиңизден эмнени жакшыртуу керектиги тууралуу кайтарым байланыш алдыңыз, суроолор

Сунуштоо: өзүңүздүн прототипти жактабаңыз, тескерисинче, шеригиңиз аны колдонуп көрүп, кайтарым байланыш берүүсүнө мүмкүнчүлүк бериңиз.

Убакыт: 2 сессия 4 мүнөттөн

Эмне ишке ашты?	Эмнени жакшыртса болот?
Суроолор?	Идеялар?

3 - 5 ыктыярчы 1 мүнөттүк презентацияга чакырылат:



- кайсы муктаждыктын негизинде прототип түзүлдү,
- кандай инсайттар табылды,
- кайсы чечим тандалып алынды.

Артефакттардын (капчыктар) галереясы дубалга илинет, катышуучулар галереяны карап чыгышат.

Убакыт: 10 мүнөт



Дебрифинг:

Убакыт: 10 мүнөт

- Кандай сезимдерге ээ болдуңуз?
- Бул тажрыйба сизди кандай ой жүгүртүүлөргө алып келди?
- Шеригиңиз менен болгон маек сиздин дизайн түзүүңүзгө кандай таасир берди?
- Кайтарым байланыш сиздин дизайндын өзгөрүшүнө таасир бердиби?
- Сиз үчүн кайсы этап татаал жана кыйын болду?

Жыйынтыктоо:

Дизайн - ой жүгүртүүнүн баштапкы баалуулуктары:

- Адамга багытталган дизайн;
- Эксперимент жана прототип түзүү – инновациялык процесстин интегралдык бөлүгү;
- Иш-аракет жүргүзүүнү тандоо.
- Дизайн - ой жүгүртүү – **"колдор менен ой жүгүртүү".**
- Көрсөткүлө, айтып бербегиле! **Визуалдаштыргыла!**

Эскертүү / рефлексия

Кошумча ресурстар:
https://4brain.ru/blog/ - өзүн-өзү өнүктүрүү блогу
https://blog.mann-ivanov-ferber.ru/2019/12/26/dva-vida-myshleniya-ot-kotoryx-zavisit-nash-potencial/
https://4brain.ru/blog/creativity-development-exercises/
https://4brain.ru/tvorcheskoe-myshlenie/dopolnitelnye-materialy.php
Йири Шерер, Креативдүүлүк техникалары, Смарт Бук, 2009https://4brain.ru/blog/
https://tiburon-research.ru/metodichka/dizayn-myshlenie-metod-i-mesto-issledovaniy
https://www.ideo.com/blog/build-your-creative-confidence-the-wallet-exercise

4-сессия
Дизайн-ой жүгүртүү
Этаптары
Көйгөйдү тандоо

Максаты: дизайн-ой жүгүртүүнүн этаптарын анализдөө жана долбоордук иш жүргүзүү үчүн көйгөйдү тандоо

Сессиянын убактысы: 90 мүнөт

Сессиянын аягында катышуучулар төмөнкүлөрдү аткара алышат:

- Дизайн-ой жүгүртүүнүн этаптарын түшүнүп, аларды "Капчык түзүү" долбоорунун жүрүшүндө алынган практикалык тажрыйба менен байланыштырат;
- Туруктуу өнүгүүнүн 17 максаты менен стратегиялык багытын аныктайт;
- Стратегиялык чөйрөгө багытталган көйгөйлөргө мээ чабуулун өткөрөт;
- Критерийлерди пайдалануу менен көйгөйлөрдү тандайт жана анализдейт;
- Тандалган көйгөйлөр жана күтүлүүчү натыйжалар кайсы максаттуу аудиторияга таасир этерин аныктайт.

Ыкмалар жана формалар: фасилитация, инструктаж, долбоорлук тапшырмалар боюнча жуп менен иштөө, тажрыйба аркылуу окутуу

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

Мини- интерактивдүү лекция

Убактысы: 20 мүнөт

"Дизайн-ой жүгүртүү — диалогго бардыгы катыша ала турган көп багыттуу тажрыйба түзүү".
Тим Браундун "Бизнестеги дизайн-ой жүгүртүү" китебинен

Материалдар жана каражаттар: проектор, компьютер, PowerPoint, катышуучулар үчүн: А4 баракгары, маркерлер, фломастерлер, түстүү кагаз – картон, кайчы, клей, калемдер

Машыктыруучу инструктор жана модератор / фасилитатордун ролун аткарып, катышуучулардын капчык түзүү долбоорунун мурунку тажрыйбасына байланыштуу суроолорду берип, катышуучуларды этаптарды талдоого тартат.

Дизайн-ой жүгүртүүнүн этаптары



ЭМПАТИЯ

Этаптын максаты - тигил же бул иш-аракеттерди жасаган адамдардын жүрүм - турумун, алардын сезимдерин, эмоцияларын, муктаждыктарын, каалоолорун түшүнүү, тажрыйбасына чөмүлүү, көйгөйлөрүн түшүнүү, инсайттарды табуу жана колдонуучунун тажрыйбасын жакшыртуу мүмкүнчүлүктөрүн аныктоо.

Багыт алуу(фокусировка)

Этаптын максаты - чечиле турган көйгөйдү аныктоо үчүн эң маанилүүсүн тандоо менен, эмпатия баскычында чогултулган маалыматтарды маңыздуу изилдөө.

ИДЕЯЛАРДЫН генерациясы (Идеация)

Этаптын максаты - маселени чечүү үчүн мүмкүн болушунча көп идеяларды түзүү.

ИДЕЯЛАРДЫ ТАНДОО

Этаптын максаты – белгилүү критерийлерди колдонуу менен эң жакшы идеяларды тандап алуу.

ПРОТОТИП ТҮЗҮҮ

Этаптын максаты – прототип түзүү.

ТЕСТ

Этаптын максаты –_сиздин чечимиңизди жакшыртуу үчүн колдонуучулар менен кайтарым байланыш түзүү

Ар бир этапты түшүндүрүү процессинде аудиторияга суроолор берилет:
эмпатия баскычында долбоордо эмне кылдыңыз, бул этапта кандай ой жүгүртүү керек эле?
аналогиялык суроолор ар бир этап боюнча берилет.

Дизайн-ой жүгүртүү — адамга багытталган продуктуларды, кызматтарды, долбоорлорду иштеп чыгуу ыкмасы.

Дизайн-ой жүгүртүү – бул дагы бир аныкталган дүйнө тааным, анын негизги принциптери:

1. **Адамга жана анын баалуулуктарына багыт алуу.** Аудиториянын көйгөйлөрүнө жараша чечим кабыл алуу. Продуктуга карата эмес адамга карата ой жүгүртүү.
2. **Ката кетирүү – бул жакшы.** Дал ошол каталар акырында укмуштуудай чечимдерге алып келиши мүмкүн.
3. **Экспериментке макулдук.** Аз сүйлөп, көп иште. Прототип түз, прототип түз, прототип түз жана тестирлөөдөн өткөр, тестирлөөдөн өткөр, тестирлөөдөн өткөр.
4. **Адамдар менен биргелешип иш- аракет жүргүз, тажрыйбаларды бириктиргиле**, жараткыла жана озуп чыккан чечимдерди кабыл алгыла. Жаңы идеялар дисциплиналар аралык командада жакшы жаралат.

Тапшырма: Көйгөйдү тандоо

Максаты: тренинг учурунда бир көйгөй менен иш алып баруу үчүн ошол көйгөйдү тандоо боюнча командалык иш алып баруу.

Убакыт: 40 мүнөт

Жол-жобосу:

Топтук иш. 5- 7 адамдан турган команда.

- Туруктуу өнүгүүнүн 17 максаты боюнча стратегиялык багытты аныктап алгыла.
- Стратегиялык багыттагы көйгөйлөргө бреймсторминг жүргүзгүзгүлө.
- Өзүнүздүн страгегялык багытыныздагы 10 көйгөйдүн тизмесин түзгүлө.
- Өзүңүз көргөн же башыңыздан өткөргөн нерселериңиз, бир нече адам көргөн же башынан өткөргөн нерселер жөнүндө ой жүгүртүңүз.
- Көйгөйдү тандоо критерийлери катары төмөнкү кртерийлерди пайдалангыла:
  - -аны чечүү татаал;
  - -ал аны менен эмне байланышы бар экенин так айтып турат;
  - -ал кеңири жетиштүү жана аны кандайча чечерин аныктабайт;
  - -ал демилге берет жана адамдар аны чечкиси келет.
- Сиз тандаган көйгөйлөр кайсы максаттуу аудиторияга таасир этерин жана кандай жыйынтык күтөөрүңүздү аныктаңыз.
- Көйгөйдүн контекстин изилдөө үчүн Ким, Эмне, Кайда, Качан, Эмнеге жана Кантип методун колдонуңуз.
- 10 көйгөйгө карата максаттуу аудиторияны жана күтүлүүчү натыйжаларды тизмектеңиз.
- Ар бир команда өз тандоосун галереяга жайгаштырат жана өз кезегинде, командалар максаттуу аудиторияны аныктап, тандалган көйгөйлөрдүн презентациясын жасашат, калган командалар суроолорду беришет жана өз пикирлерин айтышат.

Шпаргалка



Көйгөйдү аныктоо



«Ким, эмне, кайда, качан, эмне үчүн жана кантип» ыкмасы

Көйгөйдүн контекстин талдоо жана көйгөйлөрдү чечүү үчүн идеяларды жаратууга жардам бере турган жерин аныктагыла

Ким көйгөйгө туш болот ?

Колдонуучулар, кардарлар, камсыздоочулар, кесиптештер...

Эмне көйгөйдү түзөт?

Иш аракет, жүрүм-турум модели, куралдар...

Кайсы жерде жүргүзүлөт?

Географиялык, маданий, социалдык, экономикалык...

Качан болот?

Өткөн чакта, учурда, келечекте, кырдаалдык контекстте («Мен шашып бара жатканда»), кайсы мезгилдүүлүктө...

Эмне үчүн бул болот?

Себептери, чектөөлөр, муктаждыктар, мотивация...

Кантип кырдаал пайда болот?

Процесстер, көрсөткүчтөр, натыйжалар...

Маселени тандоодо суроолордун жообу эске алынат.
Маселенин коюлушун тандаңыз.

- Аны чечүүгө болобу?
- Биз муну жасай алабызбы?
- Сатып алышабы?
- Бул боштукпу же нишабы?
- Бул нерсеге менин убактым барбы?

Чечимдериңизге тиешелүү адамдардын тизмесин түзүңүз
Алар азыр өзүн кандай алып жүрүшөт?
Альтернативалар кандай?
Эмне үчүн алар сиздин чечимиңизге муктаж болушу мүмкүн?

Рефлексия/кайтарым байланыш: **Убактысы:** 20 мүнөт

5-7 адамдан турган командада иш алып баруу

Катышуучуларга тапшырма: кабарчылар келип бүгүнкү тренинг жөнүндө репортаж жасоону суранышат. Алардын өзгөчө шарты бар: репортаж төмөнкү жанрлардын биринде болушу керек:
“детектив”
“фантастика”
“триллер”
“укмуштуу окуялар”

Өзүңүз тандаңыз!



Күндүн жыйынтыгын чыгаруу **Убакыт:** 10 мүнөт

5-сессия
Эмпатия этабы
Куралдар

" Сиз адамдарды сезимиңизге жакын кабыл алганда гана түшүнө аласыз"

Джон Стейнбек



Максаты: дизайн- ой жүгүртүүдөгү эмпатиянын маанилүүлүгүн түшүнүү, колдонуучулардын тажрыйбасына сүңгүп кирүү үчүн эмпатия баскычынын куралдарын өздөштүрүү



Сессиянын аягында катышуучулар:

- ✓ дизайн-ой жүгүртүүдө эмпатиянын маанилүүлүгүн түшүнө алышат;
- ✓ эмпатиянын куралдары менен тааныша алышат;
- ✓ колдонуучунун тажрыйбасына сүңгүп кирүү жана алардын көйгөйү менен түйшүктөрүн түшүнүү үчүн куралдарды колдоно алышат.



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт



Материалдар жана каражаттар: калемдер, карандаштар, маркерлер, А4 баракчары, түстүү стикерлер, флипчарттар, PowerPoint, компьютерлер, проектор



Ыкмалар жана формалар: мини -лекция; фасилитация, дискуссия, топтук иш: стейкхолдерлердин картасын түзүү, интервью

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

 Мини- лекция

 **Убакыт:** 10 мүнөт

Эмпатия дизайндын өзөгүн түзөт. Адамдар эмнени көрүп, эмнени баштан кечирип жатканын түшүнбөсө, дизайн өз маанисин жоготот

Tim Brown, IDEO

Эмпатия - (грекче empatheia empati) адамдын башка адам менен баарлашуу процессинде пайда болгон эмоцияларын бөлүшө билүү жөндөмү.

Психологиялык сөздүк

Эмпатия - бул биринчи изилдөө этабы, анткени анын негизинде байкоо жүргүзүү жатат. Биз адамдын тажрыйбасына кирип, анын иш-аракеттерине эмпатия көрсөтөбүз.

Эмпатия этабы кардар менен таанышууга, анын көйгөйлөрүн, каалоолорун ишке ашырууга жана анын баалуулуктары жөнүндө билүүгө багытталган.

Куралдар

Аныктайбыз

Стейкхолдерлердин картасы



Стейкхолдерлердин картасы долбоорго кайсы кызыкдар тараптар тартылышы мүмкүн экенин визуалдуу түрдө сүрөттөөгө, алардын чыныгы жана потенциалдуу таасирин баалоого жана божомолдоого мүмкүндүк берет

Стейкхолдерлер — бул сиздин продукт же кызматыңыз менен түз же кыйыр түрдө баарлашкан бардык адамдар. Картада адамдардын жана уюмдардын позициялары, колдонуучуларга болгон таасиринин даражасына жараша чагылдырылган.

Продукт

бул түздөн -түз иштешиңиз керек болгон продукт же кызмат.

Колдонуучулар

кызматыңыздын акыркы колдонуучулары боло турган адамдар же уюмдар.

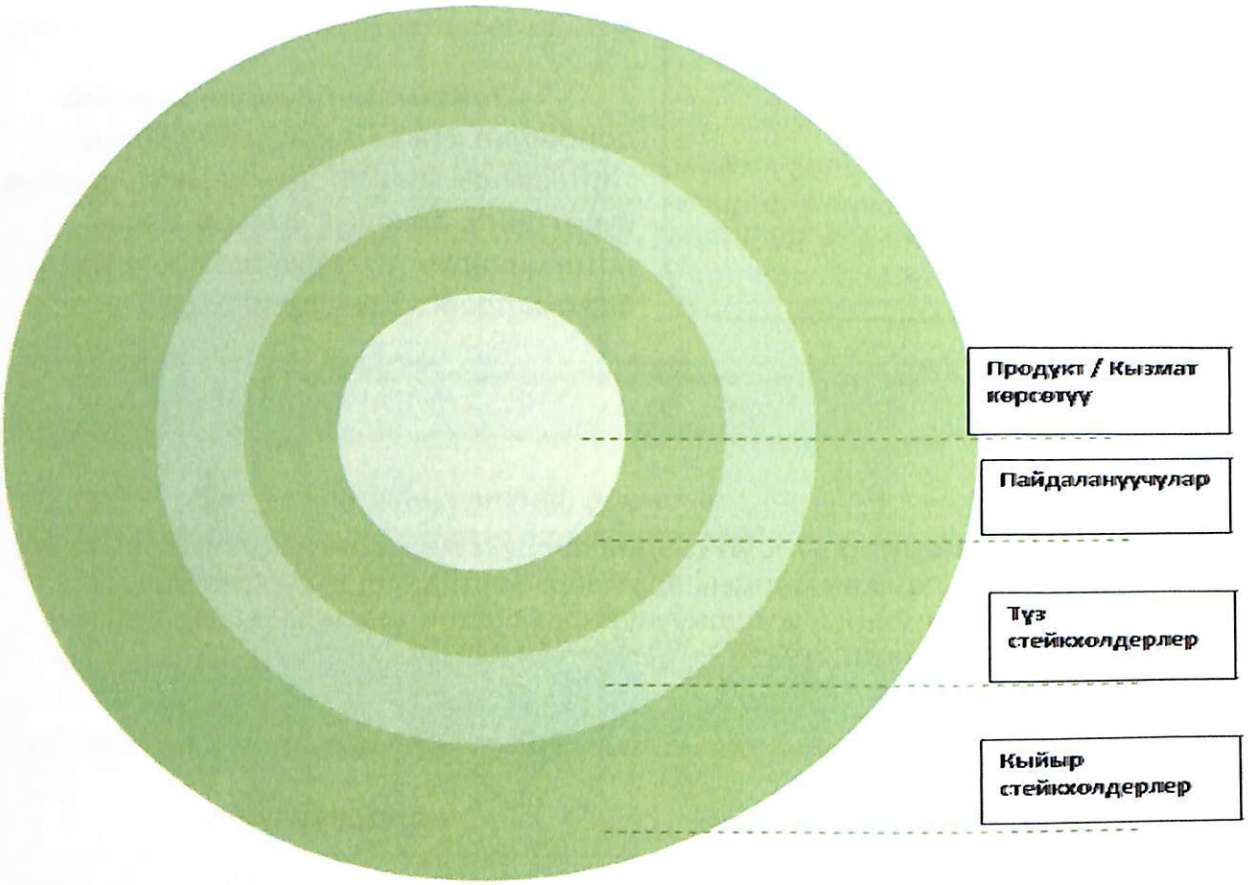
Түз стейкхолдерлер

колдонуу тажрыйбасына түздөн -түз таасир эткен, түзгөн адамдар же уюмдар.

Кыйыр стейкхолдерлер

Түз стейкхолдерлерге ишине шарт түзө турган же алардын ишмердүүлүгүнө башкача таасир берүү менен колдонуучунун тажрыйбасына кыйыр түрдө таасир эткен жеке адамдар ж уюмдар

Картанын шаблону



Кандай кылабыз?



- бардык стейкхолдерлердин тизмесин түзүү;
- стейкхолдерлердин картасын тартуу;
- карта боюнча стейкхолдерлерди бөлүштүрүү;
- борборго продукт же кызмат көрсөтүүнүн аталышын жазуу;
- жакынкы айланага продукт же кызматты пайдаланууучуларды чагылдыруу;
- кийинки айланага продукт же кызматка түз таасир бергендерди чагылдыруу;
- алыскы айланага — кыйыр таасир бергендерди түшүрүү.

Продуктуну же тейлөөгө тийиштүү болгондордун бардыгынын позициясын жана алардын кызыкчылыктарын долбоорлоо учурунда эске алуу менен аныктайбыз жана картага белгилейбиз

Тапшырма: стейкхолдерлердин картасын түзүү. Топтук иш

Максаты: кийинки долбоорлоодо бардык кызыкдар тараптардын кызыкчылыктарын эске алуу үчүн стейкхолдерлердин картасын түзүү

Убактысы: 20 мүнөт (15 мүнөт карта түзүүгө,
5 мүнөт – жыйынтыктын презентациясына)

Жол-жобосу: 7 адамдан турган команда

Бреймсторминг жана флипчартка түстүү стикерлерди пайдалануу менен шаблон боюнча картаны түзүү

Командалар өзүлөрүнүн стейкхолдерлердин картасын презентациялап, артефакт галереясына илип коюшат.

Эскертүү/рефлексия

Кошумча ресурстар:
Дизайн-ой жүгүртүү. Жумушчу материалдар. Долбоорлоого карата адамга багытталган ыкманы колдонуу боюнча усулдук колдонмо, Москва, 2017

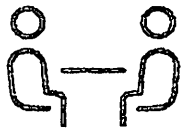
https://servdes.org/wp/wp-content/uploads/2018/07/48.pdf


Мини - лекция


Убакыт: 20 мүнөт

Угабыз

Терең интервью



Терең интервью продукт менен байланышкан көйгөйлөрдү жана мүчүлүштүктөрдү, анын ичинде колдонуучу өзү билбеген жана түзө албаган көйгөйлөрдү аныктоого мүмкүндүк берет. Колдонуучулардын көйгөйлөрүн, жаңы продукт же кызмат көрсөтүү мүмкүнчүлүктөрүн аныктоо үчүн мурунку тажрыйбаны жана мотивациясын изилдөө.

Курал жаңы продуктуну же кызматты долбоорлоодо, аны өзгөртүүдө, модификациялоо жана өнүктүрүүдө колдонуу үчүн сунушталат.

Интервьюнун башкы максаты — адамдардын ой-санаасын жакшыраак түшүнүү, алардын муктаждыктарын жана мотивдерин аныктоо

Терең интервьюнун башкы эрежеси: маек учурунда интервью алуучу 20% сүйлөп, 80% угат.

“Мен атаган беш нерсенин катышуусу: көңүл буруу, кабыл алуу, ыраазычылык, байланыш жана чечим кимдир бирөөнүн кайгысын угууну (эмпатиялык) билдирет. "

Дэвид Рико, америкалык психолог

Эскертүү/рефлексия

Кошумча ресурстар:
Дизайн-ой жүгүртүү. Жумушчу материалдар. Долбоорлоого карата адамга багытталган ыкманы колдонуу боюнча усулдук колдонмо, Москва, 2017

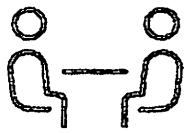
https://servdes.org/wp/wp-content/uploads/2018/07/48.pdf


Мини - лекция


Убакыт: 20 мүнөт

Угабыз

Терең интервью



Терең интервью продукт менен байланышкан көйгөйлөрдү жана мүчүлүштүктөрдү, анын ичинде колдонуучу өзү билбеген жана түзө албаган көйгөйлөрдү аныктоого мүмкүндүк берет. Колдонуучулардын көйгөйлөрүн, жаңы продукт же кызмат көрсөтүү мүмкүнчүлүктөрүн аныктоо үчүн мурунку тажрыйбаны жана мотивациясын изилдөө.

Курал жаңы продуктуну же кызматты долбоорлоодо, аны өзгөртүүдө, модификациялоо жана өнүктүрүүдө колдонуу үчүн сунушталат.

Интервьюнун башкы максаты — адамдардын ой-санаасын жакшыраак түшүнүү, алардын муктаждыктарын жана мотивдерин аныктоо

Терең интервьюнун башкы эрежеси: маек учурунда интервью алуучу 20% сүйлөп, 80% угат.

"Мен атаган беш нерсенин катышуусу: көңүл буруу, кабыл алуу, ыраазычылык, байланыш жана чечим кимдир бирөөнүн кайгысын угууну (эмпатиялык) билдирет. "

Дэвид Рико, америкалык психолог

Кандай кылабыз?



- ✓ интервьюнун максатын, кандай көйгөйдү чечүү керектигин жана аягында эмнени алуу керектигин аныктоо;
- ✓ кандай абалда экениңизди аныктоо:
- ✓ конкреттүү бир продуктуда / кызматта конкреттүү бир көйгөйдү табуу;
- ✓ сизде тигил же бул себептен улам продуктуга / кызматка байланыштуу идеяларды табууну каалаган теманы ("территория") аныктоо;
- ✓ сиз өнүктүрүшүнүз керек болгон кандайдыр бир жол менен иштелип чыккан идеяны аныктоо.
- ✓ тажрыйбасы сизди кызыктырган колдонуучуларды тандоо:
- ✓ алардын бири менен расмий эмес жерде жолугушуунун убактысын жана ордун белгилөө;
- ✓ интервьюнун суроолорунун тизмесин даярдоо;
- ✓ маектешүү учурунда диктофонго жаздыруу максатка ылайыктуу;
- ✓ интервью учурунда жаңы инсайттарды жазып алуу;
- ✓ интервьюдан кийин дароо эмпатия картасынын шаблонун толтуруу.

Кырдаалды аныктоо

КӨЙГӨЙ БАР	АЙМАК БАР	ИДЕЯ БАР
Маселе	Маселе	Маселе
Болуп жаткан нерсенин эмне үчүн болгондугун түшүнүү	Муктаждыктар жана идеялар жөнүндө гипотезаларды генерациялоо максатында, практиканы жана жүрүм -турум моделдерин үйрөнүү	Өнүктүрүү, ойлонуу, конкреттүүлүктү толтуруу, адамдарга түшүнүктүү тил менен идеяны туюнтмалоо
Эмнени үйрөнөбүз	**Эмнени үйрөнөбүз**	**Эмнени үйрөнөбүз**
Адамдар продукт жана кызматты кандай колдонушат	Сизди кызыктырган муктаждыкты адамдар кантип канааттандырат	Адамдар идеяны кандай түшүнүшөт жана кабыл алышат
Натыйжа	**Натыйжа**	**Натыйжа**
Көйгөйдүн себептерин жана аны чечүү мүмкүнчүлүктөрү тууралуу гипотеза	Муктаждыктар жана жемиштүү идеялар тууралуу гипотезалар	Такталган жана туюнтулган идеялар

Сурамжылоонун багыттоочу түзүмдөрү

Көйгөй бар

Көйгөй бар
Таанышуу, эрежелер жана кыймылга келтирүү. Жооп берүүгө оңой болгон жалпы суроолор.
Продукцияны же кызматты колдонуу тажрыйбасы жөнүндө билебиз.
• Кененирээк айтып бериңиз, кантип ...
• Мисал келтириңиз акыркы жолу сиз...
Колдонуу учурунда кандай көйгөйлөр жаралат, маектеш аларды кантип чечет жана бул көйгөйлөр канчалык маанилүү экенин аныктайбыз.
• Акыркы жолу эмне туура эмес кете баштаганы тууралуу кененирээк айтып бериңизчи?
• Сиз кандай сезимде болдуңуз?
• Көйгөйдү чечүүгө кандай аракет жасаганыңызды айтып бериңизчи? Кандай варианттарды карадыңыз?
• Көйгөйдү азыр кантип чечип жатасыз?
• Учурдагы чечимдин эмнеси жакпайт?
Маекти жыйынтыктоо. Убакыт бөлгөнү үчүн ыраазычылык билдирүү. Суроолор барбы?

Аймак бар

ТЕРРИТОРИЯ бар
Таанышуу, эрежелер жана кыймылга келтирүү. Жооп берүүгө оңой болгон жалпы суроолор.

Бул учурда адамдын муктаждыгы канчалык деңгээлде канааттандырылып жаткандыгын билебиз.

- Эстегиле, акыркы жолу качан жасоого туура келди?
- Кененирээк айтып бериңиз, кантип ...
- Бул эмне үчүн маанилүү?
- Сиз эмнени колдонуп жатасыз? Эмненин жардамы менен?
- Бул процессте кандай эмоцияларга туш болосуз?
- Бул процессте сизди эмне ыңгайсыз кылат?
- Эң кыйын бөлүгү кайсы? эмнеге?
- Сиз процессте эң көп эмнеге (убакыт / акча / аракет ж.б.) сарптайсыз?
- Эгерде сиз эч нерсе кыла албасаңыз, анда биринчи кезекте процессте эмнени жакшыртмак элеңиз?

Маекти аяктоо. Убакыт бөлгөнү үчүн ыраазычылык билдирүү. Тема боюнча маектештин суроолорун же ойлору суроо.

Идея бар

ИДЕЯ БАР

Таанышуу, эрежелер жана кыймылга келтирүү. Жооп берүүгө оңой болгон жалпы суроолор.

Идея тууралуу айтып беребиз. Биз маектешибиздин идеяны кандай түшүнөрүн, өзү үчүн кандай артыкчылыктарды жана кемчиликтерди көрүп жатканын тактайбыз.

- Бул чечим тууралуу оюңузду айтыңыз.
- Эгерде сиз досуңузга ... жөнүндө айтып беришиңиз керек болсо, муну кантип аткарат элеңиз?
- Сиз эмнени жактырасыз / жактырбайсыз? Эмнеге?
- Ал кандай көйгөйлөрдү чече алат?
- Сиз аны кандай жагдайларда колдонот элеңиз?

Маекти аяктоо. Убакыт бөлгөндүгү үчүн ыраазычылык билдирүү. Тема боюнча ал айткысы келген суроолорун же ойлорун суроо.

Төмөнкү каталардан алыс болуңуз!

Интервьюер керектүү жоопторду сунуштап, өз көз карашын билдирет. Коомдук колдоону каалаган респондент макул болот.

• Интервьюер "ооба" же "жок" деген гана жоопту камтыган көптөгөн жабык суроолорду берет.

• Маектешти угуунун ордуна, интервьюер продукт же кызмат жөнүндө сүйлөйт.

Кийинки этап: инсанды куруу, эмпатиянын карталары

Кошумча ресурстар:

Дизайн- ой жүгүртүү. Жумушчу материалдар.

Долбоорлоорго карата адамга багытталган ыкманы колдонуу боюнча методикалык колдонмо, Москва 2017

3. Байкайбыз

Байкоо жүргүзүү жана этнография

Чечилип жаткан маселенин контекстинде колдонуучуларга жана процесстерге байкоо жүргүзүү. Адамдар сиздин продуктуңуз / кызматыңыз менен кандайча өз ара аракеттенип жаткандыгын, же сиздин продуктуңузга / кызматыңызга муктаждык келип чыгышы мүмкүн деп ойлогон жагдайда адамдардын өзүн кандай алып жүргөнүнө байкоо жүргүзүү.

Объектиге байкоо жүргүзөбүз- бул бир нече ыкмалар үчүн жалпы термин
колдонуучунун байкоосуна негизделген изилдөө (жашыруун байкоо, колдонуучу менен болгон күн, мокасиндер, мобилдүү этнография). Байкоо ачык жана жашыруун түрдө жүргүзүлүшү мүмкүн, андыктан байкоочунун болушу колдонуучунун аракеттерине таасир этпейт.

Эмне үчүн колдонуу керек:
табыйгый шарттарда келип чыгуучу кардардын чыныгы муктаждыгын жана мотивдерин түшүнүү үчүн.

Этнография - колдонуучунун "ачык эмес билимин"(tacit knowledge) алуу үчүн эң эффективдүү инструменттердин бири: бул маалыматты адамдар өзүлөрү түзө алышпагандыктан, алар формулировкалай алышпайт.
Этнографиянын башкы милдети – белгилүү бир убакыт ичинде табигый чөйрөдө адамдардын күнүмдүк ишмердүүлүгүн жана жүрүм -турумун изилдөө.

Кандай кылабыз?

- ✓ байкоо жүргүзүүнүн максатын аныктоо;
- ✓ байкоо жүргүзүүнүн ордун аныктоо;
- ✓ байкоо жүргүзүүнүн ордун ээлөө;
- ✓ колдонуучуга байкоо жүргүзүү;
- ✓ жазуулардын, сүрөттөрдүн жана видеолордун жардамы менен хронологиялык тартипте көргөн нерселердин бардыгын жазуу;
- ✓ жайгашкан жерди, кардарларды, кызматкерлерди, колдонуучунун продукт же кызмат менен өз ара аракеттенүү пункттарын жана процесстин башка деталдарын сүрөткө тартуу;
- ✓ изилдөөнүн эң толук сүрөтүн алуу үчүн, ошол эле байкоочу жайга күндүн ар кайсы сааттарында же жуманын ар кайсы күндөрүндө баруу сунушталат.

Алынган маалыматтарды талдоо: маалыматыңызды талдоо үчүн шаблондорду колдонуңуз.

Шаблон
Эмне? Кандайча? Эмне үчүн?

Эмне? Кандайча? Эмне үчүн? (**What? How? Why?**) — колдонуучулардын жүрүм-турумун жазуу ыкмасы (кагаз же электрондук түрдө). Изилдөөчү үч мамычада жазат:

ЭМНЕ	КАНДАЙЧА	ЭМНЕ ҮЧҮН
Пайдалануучу эмне кылууда (байкалган иш-аракеттери);	Ал муну кантип жасоодо (иш-аракеттерди сыпаттоо: тез, жай, күч келип, жасагысы келбей, сүйүнүп ж.б.у.с.);	Эмне үчун ал мунун дал ушинтип жасоодо (сезимдери жана мотивациясы жөнүндө жорромолдор).

Эскертүү/рефлексия

Кошумча ресурстар:
https://static1.squarespace.com/static/57c6b79629687fde090a0fdd/t/58890239db29d6cc6c3338f7/1485374014340/METHODCARDS-v3-slim.pdf

4. Сезебиз

Мокасиндер



«Мокасиндер» — изилдөөчүгө колдонуучунун тажрыйбасына мүмкүн болушунча жакын болууга, түзмө -түз "анын ордуна өзүн коюп көрүүгө" мүмкүнчүлүк берген курал».

Бул курал колдонуучунун оозеки айтууга кыйын болгон, ал жөнүндө айткысы келбеген, начар билген же ал үчүн аларды билүү кыйынга турган көйгөйлөрүн аныктоого жардам берет.

Кандай кылабыз?



- ✓ Колдонуучуну аныктоо;
- ✓ колдонуучу , анын жашоо образы, кадимки жүрүм -туруму жөнүндө керектүү маалыматты чогултуу;
- ✓ колдонуучу менен баарлашууга мүмкүндүк бере турган жагдайды ойлонуу;
- ✓ колдонуучу менен баарлашуу процессинде ал жөнүндө мүмкүн болушунча көбүрөөк билиңиз, анын кубанычын, түйшүгүн, "азабын" терең билгенге аракет кылуу;
- ✓ продуктуга же кызматка байланыштуу жагдайда колдонуучу менен аралашып, аны менен бирге (же анын ордуна) керектүү аракеттерди аткарууга аракет кылуу;
- ✓ ойлоруңузду, эмоцияларыңызды, сезимдериңизди жазуу;
- ✓ бул категориядагы колдонуучулардын тажрыйбасынын өзгөчөлүктөрүн сүрөттөп берүү.

Кийинки кадам: эмпатиянын картасын куруу

Кошумча ресурстар:
https://fs2.inspider.ru/file/2018/02/08/d484c40caf09671f1599d0dc564ff67d.pdf

5. Түзөбүз

Персона



Персонанын модели(personas) — колдонуучунун конкреттүү адамдын образында чагылдырылган сүрөттөөчү портрети. Портрет колдонуучулардын айрым топторунун жүрүм -турумун, муктаждыктарын, каалоолорун, адаттарын жана маданий өзгөчөлүктөрүн чагылдырат.

Персонаны моделдештирүү, же персонанын моделин түзүү, — кызыкчылыктары, жүрүм-туруму, окшош социалдык-демографиялык жана башка мүнөздөмөлөрү бар колдонуучуларды жалпылаштырып сүрөттөө куралы.

Эмне үчүн колдонуу керек: кардардын муктаждыктарын жана каалоолорун конкреттештирүү үчүн , чыныгы адамга мүнөздүү жалпыланган мүнөздөмөлөрдү берүү.

Куралдын баалуулугу: Персона модели - бул колдонуучулардын тобунун топтолгон образы, топтун маанилүү өзгөчөлүктөрүнө көңүл бурууга жана ушул өзгөчөлүктөрдү эске алуу менен продуктуну же кызматты иштеп чыгууга жардам берет.

Кандай кылабыз?



- Колдонуучулардын изилдөөлөрүндө байкалган колдонуучулардын мүнөздөмөлөрүн аныктоо;
- бул өзгөчөлүктөрдү кластерлерге топтоо;
- белгилердин тизмесине таянып, ар бир колдонуучу тобуна топтук сыпаттама жасоо - персона модели.

Персонага эмнени киргизебиз?

- Аты, жаш курагы, жынысы жана фотосу; аткарган кызматынын түрү;
- бул продуктуңузду же кызматыныңызды колдонуу тажрыйбасы;
- продукт менен өз ара аракеттенүүнүн контексти: өз эркиңиз мененби же жумуш үчүнбү? Адам аны канчалык көп колдонот?
- адамды сүрөттөгөн цитаталарды;
- продукцияны же кызматты колдонуу процессинин башка катышуучулары менен инсанды талкуулоо, түшүндүрмөлөрдү тактоо жана оңдоо.

Персонага мисал



- Айнура
- 32 жашта
- Никеси бар
- Экинчи баласы 2-3 жашта, бала бакчага барбайт
- Жогорку билимдүү, эмгек стажы 6 жыл
- Чат-боттор жана онлайн консультанттар менен тааныш
- Телефон менен сүйлөшкөнгө караганда жазган ыңгайлуу

Кийинки кадам: колдонуучунун жолун (маршрутун) куруу үчүн персона моделин колдонуу

Эскертүү/рефлексия

Кошумча ресурстар:

Дизайн-ой жүгүртүү. Жумушчу материалдар. Долбоорлоодо адамга багытталган ыкманы колдонуу боюнча методикалык колдонмо, Москва 2017

https://habr.com/ru/post/349740/ - Продукцияны иштеп чыгууда колдонуучулардын персоналарын (каармандарын) колдонуу жөнүндө

https://ux-journal.ru/empatiya-v-dizajn-myshlenii-i-pogruzheniya-v-opyt-polzovatelej.html

https://www.designthinking-methods.com/en/

https://www.designkit.org/methods

Тапшырма:
инструменттерди талкуулаңыз, аудиторияны талдоо жана жакшыраак түшүнүү, колдонуучунун тажрыйбасына аралашуу жана алардын көйгөйлөрүн түшүнүү үчүн тренингден тышкары жана анын ичинде команда кандай куралдарды колдоноорун аныктаңыз.

Топтук иш

Максаты: өзүнүн аудиториясынын муктаждыктарын жана көйгөйлөрүн изилдөө куралдарын түшүнүү жана өздөштүрүү

Убакыт: 40 мүнөт

Жол-жобосу: 5-7 адамдан турган командалар

Дискуссия. Куралдарды тандоо.

Тренингдин ичинде тандалган колдонуучулар менен интервью жүргүзүү.

Персонаны куруу. Жыйынтыктардын презентациясы. Жыйынтыктардын галереясы.

Эскертүү / рефлексия

Кошумча ресурстар:
https://dtcenter.ru/library
https://www.designkit.org/methods

6 – 7-сессиялар
Багыт алуу (фокусировка) этабы
Куралдар

Көйгөйдү туура түшүнүү - туура чечимди табуунун бирден-бир жолу!



Максаты: изилдөөнүн жыйынтыктарын иштеп чыгуу, багыт алуу этабындагы куралга ээ болуу жана көз каршка карата туюнтмалоо



Сессиянын аягында катышуучулар:

- көйгөйдү туура түшүнүү - туура чечимди табуунун бирден -бир жолу экендигин түшүнүшөт;
- эмпатиялык картанын жана колдонуучулардын жол картасынын жардамы менен өзүлөрүнүн изилдөөлөрүн кантип иштеп чыгуу керек экендигин түшүнүшөт;
- өзүлөрүнүн табылгаларын кластерлешет;
- эмпатия картасын жана колдонуучулардын жол картасын кура алышат;
- көз карашты түзө алышат.



Сессиялардын убактысы: 90 мүнөт + 90 мүнөт



Материалдар жана каражаттар: калемдер, карандаштар, маркерлер,А4 баракгары, түстүү стикерлер, флипчарттар, клей, PowerPoint, компьютер, проектор



Ыкмалар жана формалар: мини-лекция; фасилитация, дискуссия, топтук иш: бреймсторминг, дискуссиялар, добуш берүү, колдонуучунун жол картасын түзүү, кластеризациялоо,көз карашты түзүү

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

Мини - интерактивдүү лекция

Убакыт: 40 мүнөт

Туура чечим кабыл алуунун бирден-бир жолу-көйгөйдү туура түшүнүү.

Багыт алуу: багыт алуу этабында долбоордун командасы изилдөөнүн жыйынтыгы боюнча байкоолорду чогултат жана аларды топтук иштин шаблонуна бириктирет. Дал ушул этапта, көбүнчө, биринчи түшүнүктөр түзүлөт - баалуу табылгалар, жаңы мүмкүнчүлүктөр, түшүнүктөр же изилденип жаткан аймактагы маалымдуулук.



Багыт алуу этабы:

- ✓ маалыматтын анализи;
- ✓ өсүү чекитин издөө;
- ✓ көйгөйдү тандоо;
- ✓ көз карашты формулировкалоо.

Багыт алуу бардык изилдөө материалдарын тыкандык менен иштеп чыгуудан башталат: интервью жазууларын транскрипциялоо, алардан негизги ойлорду бөлүп көрсөтүү, команда менен талкуулоо.

Багыт алуу этабында биз жооп издей турган **негизги көйгөйдү же суроону түзөбүз**. Көйгөй конкреттүү жана мазмундуу, ал эми максаттар так жана реалдуу болушу керек.

Куралдар

Эмпатия картасы



Эмпатия картасы - бул кардарларыңыздын негизги өзгөчөлүктөрүнүн жөнөкөй жана түшүнүктүү көрүнүшү. Бул адамдын жүрүм-турумуна байкоолорду чогултуу жана терең интервьюларды талдоо формасы.

Эмпатия картасы - бул "колдонуучуга жана алардын муктаждыктарына ар тараптуу, комплекстүү көз карашты түзүү" максатында байкоо маалыматтары жалпыланган жана топтолгон курал.

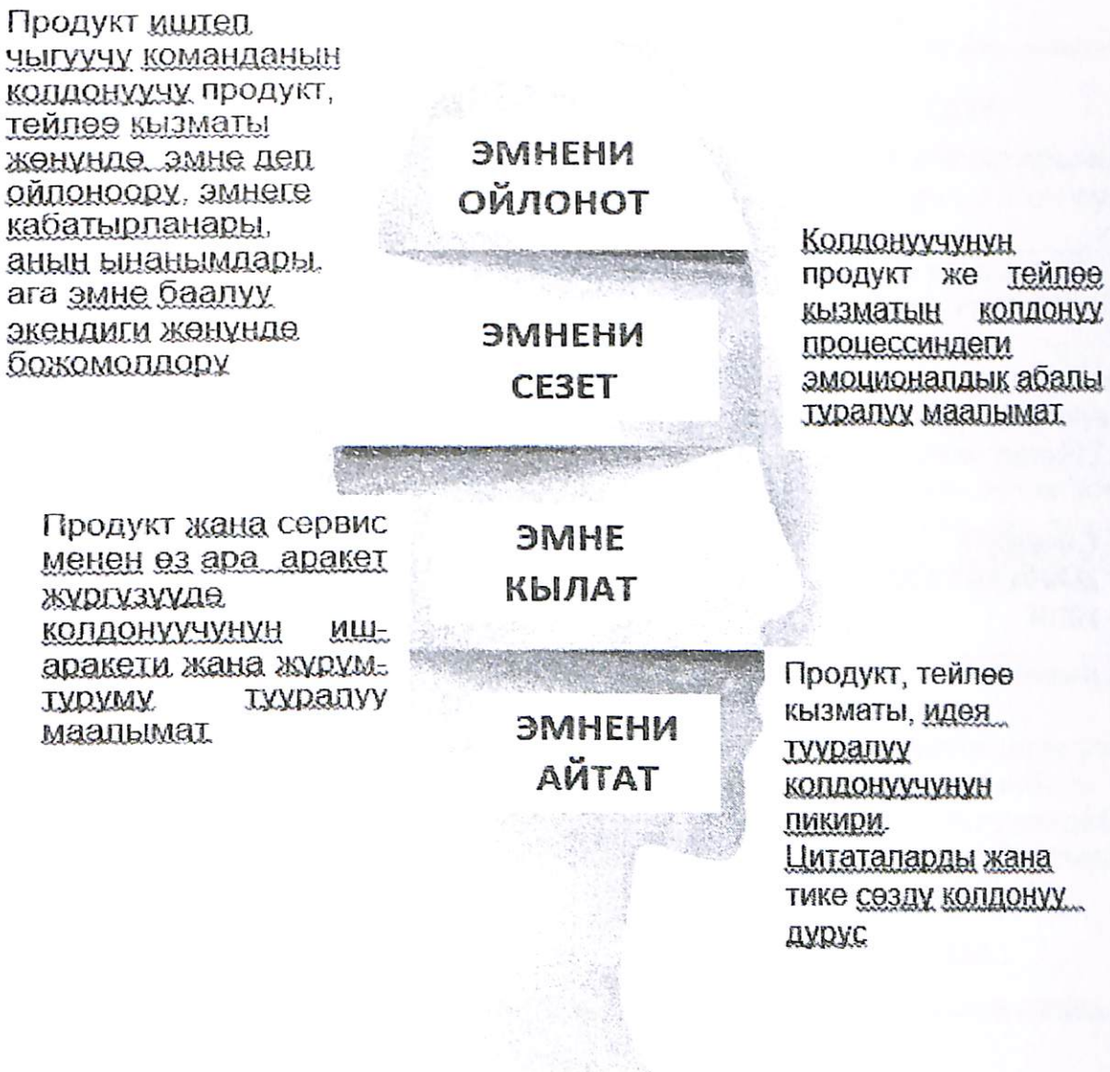
Куралдын баалуулугу: эмпатия картасы көйгөйдү колдонуучунун көзү менен "көрүүгө", анын чыныгы муктаждыктарын жана баалуулуктарын аныктоого, кардар кызматтарды кантип колдоноорун, продукциялар менен өз ара аракеттенүүсүн, анын тандоосуна кандай факторлор таасир этерин түшүнүүгө жардам берет.

Кандай кылабыз?



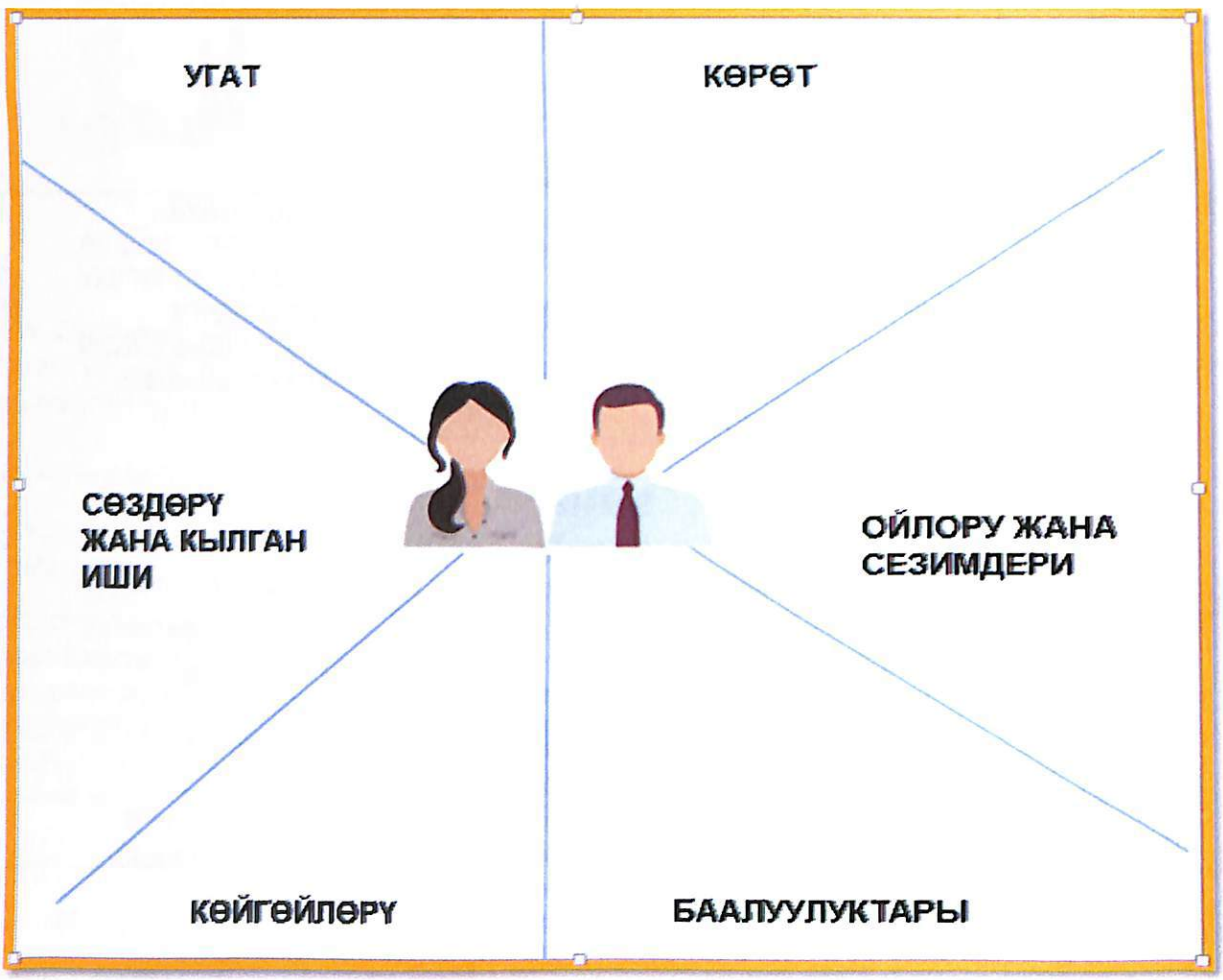
- ✓ шаблонду төрт бирдей квадратка бөлүп, чарчы түрүндө даярдаоо;
- ✓ клеткаларды жазыңыз: "Ал эмне дейт", "Ал эмнени ойлойт", "Ал эмне кылат", "Ал эмнени сезет";
- ✓ колдонуучу менен терең маекти анализдөө: жазууларды, сүрөттөрдү карап чыгуу, аудио жазууларды угуу;
- ✓ колдонуучу сүйлөшүүдө айткан жаркын ойлорду, цитаталарды, көйгөйлөрдү бөлүп көрсөтүү;
- ✓ маалыматты шаблондун уячаларына өткөрүп берүү;
- ✓ шаблонду толтурууда колдонуучунун айткандарын гана эмес, өзүңүздүн байкооңузга да багыт алыңыз.

1-шаблон
Эмпатия картасы



Жемиштүү командanын алдында турган милдеттерине жараша эмпатия картасына ***ар кандай талааларды кошсо болот***.

2-шаблон
Эмпатия карталары



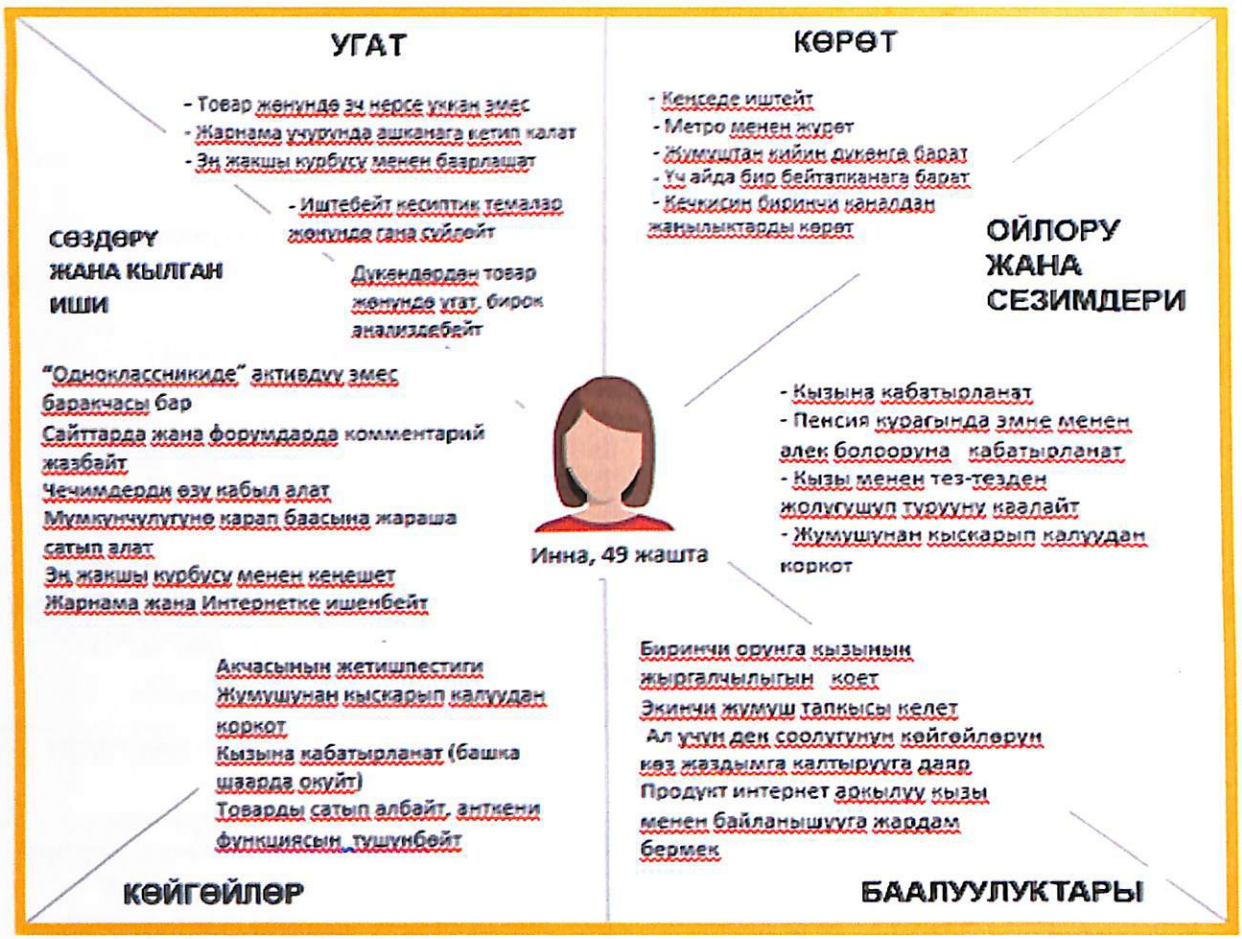
Шпаргалка



Жооптору өткөрүлгөн интервьюлардын жана байкоо жыйнактарынын негизинде эмпатиялык картада чагылдырылышы мүмкүн болгон **суроолор**

Эмнени көрүп жатат **Чөйрө** Колдонуучу анын көйгөйүнө кандай сунуштарды жана чечимдерди кабыл алат? Ал эмнеге көңүл бурат жана эмнени укпай калат? Атаандаштардын продуктуларына / кызматтарына кандай карайсыз? Эмнеге таянып, тандоо жасайт?	**Эмнени угуп жатат** **Маалыматтык фон** Колдонуучубуз таандык болгон социалдык чөйрөдө маселени чечүү жөнүндө эмне дешет? Ал үчүнчү жактын булактарынан көйгөй тууралуу жана аны кантип чечүү жөнүндө кандай маалымат алат?
Эмнени айтып жатат жана эмне кылып жатат Колдонуучу көйгөйдү чечүү үчүн кандай кадамдарга барат? Бул учурда ал өзүн кандай алып жүрөт? Стандарттык эмес жагдайларда чечимдерди кантип издейт? Ал өзүнүн кыйынчылыктарын кантип сүрөттөйт жана өз пикирин жарыялайт?	**Эмнени ойлоп жана сезип жатат** Көйгөйгө байланыштуу анын сезимдери жана тажрыйбасы, ойлору жана каалоолору кандай? Колдонуучу эмнени жактырат же жактырбайт?
Көйгөй Көңүл калуудан коркуу Тоскоолдуктар Колдонуучу туш болгон жана көйгөйдү чечүүдө ага тоскоол болгон коркуулар жана көйгөйлөр. Колдонуучу кандай тобокелчиликке барат жана ал эмнеден коркот? Аны эмне тынчсыздандырат?	**Жетишкендик** Муктаждыктар/ каалоолор Анын баалуулуктары. Колдонуучу эмнени каалайт жана алар эмнеге умтулат? Ал кандай баалуулуктарды карманат жана маселени чечүү үчүн эмне кылууга даяр? Сиздин продукт бул максаттарга жетүүгө кандайча жардам берет?

Эмпатия картасынын мисалы



Кийинки кадам: Колдонуучунун жолун (маршрутун) түзүү

Кошумча ресурстар:

Дизайн-ой жүгүртүү. Жумушчу материалдар. Долбоорлоодо адамга багытталган ыкманы колдонуу боюнча методикалык колдонмо, Москва 2017
http://blog.aic.ru/dizajn-myshlenie-karty-empatii/
https://netology.ru/blog/karty-empatii-v-marketinge
https://school.locallocal.ru/directory/karta-empati
https://www.ux-ui.top/dizajn-myshlenie/sozdanie-kart-empatii-pervyj-shag-v-dizajnerskom-myshlenii.html
https://www.ux-ui.top/dizajn-myshlenie/sozdanie-kart-empatii-pervyj-shag-v-dizajnerskom-myshlenii.html

Колдонуучунун жол картасы



Колдонуучунун жол (маршрут) картасы

Customer Journey Map (сөзмө сөз — CJM кардардын саякат картасы) — бул колдонуучу компания же продукт (кызмат, программа ж.б.) менен болгон өз ара аракеттенүү процессин визуалдаштырууга жардам берген курал.

Колдонуучунун жолунун (маршрутунун) картасы - бул продукт же кызмат менен өз ара аракеттенүү процессинде колдонуучунун жүрүм -турумун жана эмоционалдык абалын талдоочу курал. Бул иш-аракеттердин ырааттуулугун, өз ара аракеттенүү чекиттерин, эмоцияларды, убакытты ж.б. чагылдырган сценарийдин бир түрү.

Эмне үчүн сизге колдонуучунун саякат картасы керек?:

- кардардын жолунда көйгөйлүү аймактарды көрүүгө жардам берет;
- керектөөчүнүн негизги "көйгөйүн" бөлүп көрсөтөт;
- кардар продуктуну / кызматты сатып алуудан мурун өтүүчү так этаптарды бөлүп көрсөтүүгө мүмкүндүк берет;
- кардар үчүн бир этаптан экинчи баскычка өтүү канчалык оңой экенин, ошондой эле кайсы этапта терс эмоцияларды көбүрөөк башынан өткөрөрүн түшүнүүгө мүмкүндүк берет;
- кызматты өзгөртүү жана жакшыртуу боюнча конкреттүү милдеттерди аныктоого мүмкүндүк берет.



Куралдын баалуулугу: колдонуучу маршруту кызматтын же продуктунун жалпы түзүлүшүн, колдонуучу туш болгон көйгөйлөрдү чечүү үчүн колдонгон жолдорун кароого мүмкүндүк берет. Колдонуучу маршрутун колдонуп, изилдөөчү кайсы учурда продуктуну жакшыртуу керектигин аныктайт.

СJМ эмнеден турат

1. Колдонуучунун иш - аракеттери

Бул этаптарга бөлүнгөн колдонуучунун тажрыйбасы тууралуу окуя. Колдонуучудан алар эмнеден башталганын, андан кийин эмне болгонун жана окуя кантип бүткөнү жөнүндө сүйлөшүүсүн сураныңыз. Андан тышкары, сиз убакытты оңдоп, аны колдонуучунун саякат картасынын өзүнчө компонентинде көрсөтө аласыз. Бул учурда, колдонуучу тигил же бул аракетке канча убакыт коротконун, маселени чечүүгө канча убакыт кеткенин сураңыз.

2. Колдонуучунун цитаталары

Колдонуучунун өзүнүн сөзү менен так цитаталарды жазыңыз.Колдонуучунун жол картасына туура жайгаштыруу үчүн цитата кайсы этапка таандык экендигин эстен чыгарбоо маанилүү.

3. Эмоциялар жана маанай

СJМди түзүү үчүн колдонуучунун тигил же бул учурдагы сезими маанилүү. Анын сезимдери, эмоциялары жөнүндө сураңыз.

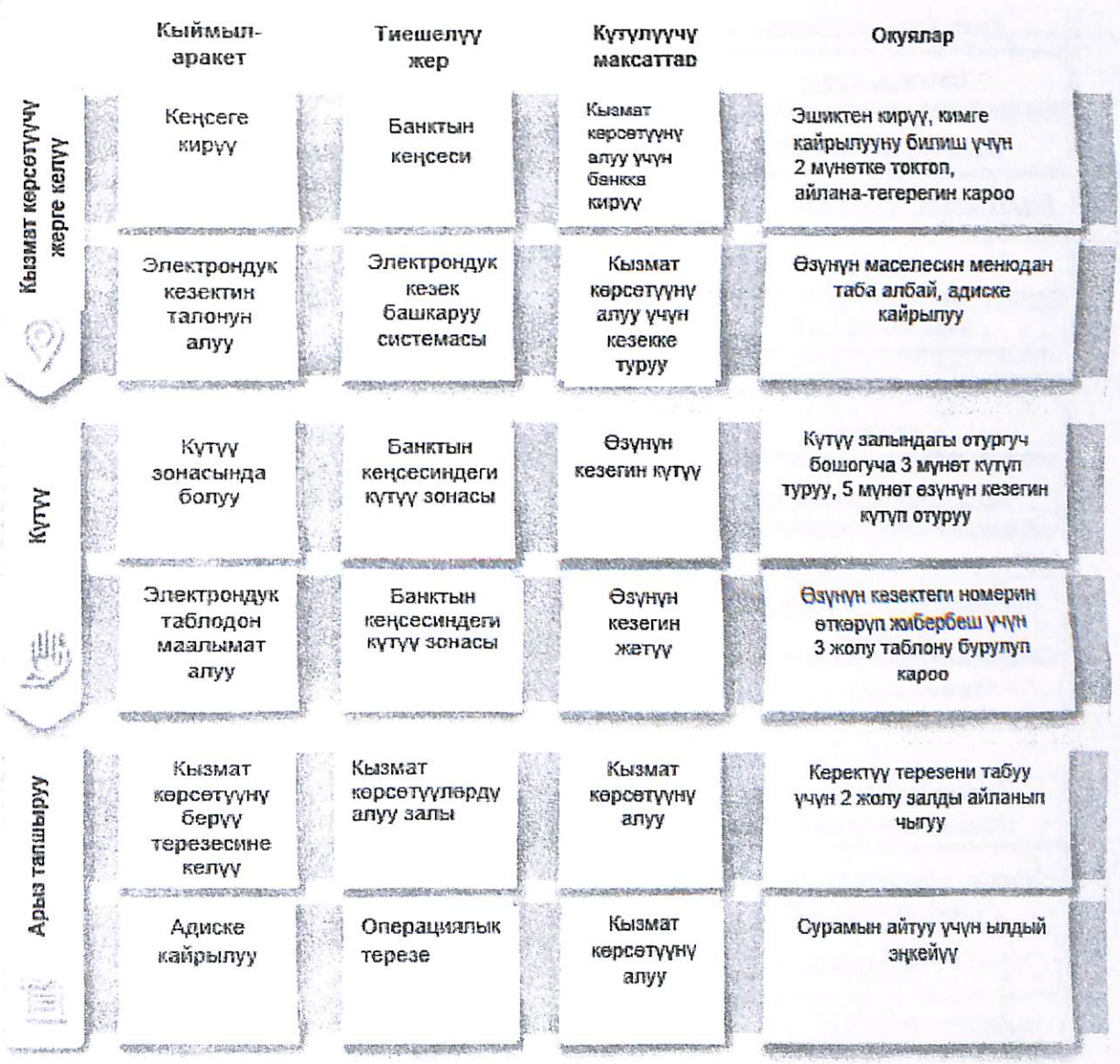
Кандай кылабыз?



- ✓ эмпатиянын картасын жана персона моделин талдоо;
- ✓ персонанын моделинин негизги милдети жана муктаждыктары эмне экенин, ал кызматтын кайсы бөлүмдөрү аркылуу өтөрүн жана кызматтын кайсы элементтерин колдонуу керектигин аныктоо;
- ✓ колдонуучунун маршрутун тиешелүү орунга бөлүү;
- ✓ колдонуучунун жолунун (маршрутунун) ар бир этабындагы окуяларды сүрөттөп берүү, колдонуучу учурда чечиши керек болгон маселени түзүү;
- ✓ этаптан этапка өтүүдө негизги маселелерди жана карама -каршылыктарды аныктоо, колдонуучу кандай сезимде экенин, белгилүү бир ишке канча убакыт коротору жөнүндө ойлонуу;
- ✓ колдонуучунун маршрутун түзүү процессинде пайда болгон көйгөйлүү аймактардын тизмесин түзүнүү;
- ✓ сезимдердин картасын түзүү, ар бир тиешелүү орунду,колдонуучунун эмоционалдык абалын схемалык түрдө тартуу;
- ✓ колдонуучунун каттамын талдап, көйгөйлөрдү чечүү жана кардарлардын тажрыйбасын жакшыртуу үчүн план түзүү.

Тиешелүү орундар - продуктуну же кызматты колдонуу үчүн адам басып өткөн баскычтар.

Колдонуучунун жол картасынын мисалы
1-бөлүм
Банктын кызмат көрсөтүүлөрү



Колдонуучунун жол картасынын мисалы 2-бөлүм (уландысы)





Кийинки кадам:

кластерлөөнүн жардамы менен талдоонун жыйынтыктарын иретке келтирүү

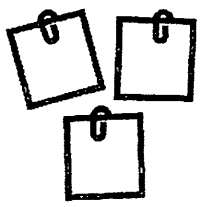
Кластерлөө, же окшоштуктардын диаграммасы (affinity diagram) — изилдөө процессинде фактыларды жана табылгаларды талдоо, иретке келтирүү. Бул курал логикалык топторго бөлүштүрүү менен чоң көлөмдөгү маалыматтарды иштеп чыгууга жардам берет.

Эскертүү/рефлексия

Кошумча ресурстар:

https://nortex.pro/blog/customer-journey-map-put-polzovatelya
https://ux-journal.ru/kak-stroit-customer-journey-map.html
https://2domains.ru/blog/customer-journey-map-kak-sozdat-produkt-kotoryj-tochno-kupit-pol-zovatel
https://www.uplab.ru/blog/customer-journey-map/

Кластерлөө



Кластерлөө же окшоштук диаграммалары(affinity diagram), - бул изилдөө процессиндеги фактыларды жана ачылыштарды талдоо жана иреттөө. Бул курал логикалык топторго иреттөө менен чоң көлөмдөгү маалыматтарды иштетүүгө жардам берет. Маалыматтар стикерлерге жазылып, чоң бир нерсенин бетине, же дубалдын бетине чапталганы жакшы.

Кластерлөө - өсүү зонасын аныктоонун куралы. Изилдөөдө чогултулган интервьюлардан, аналитикадан жана анкеталардан алынган баалуу маалымат структуралаштырылып, кластерлерге - өсүү зоналарына чогултулушу керек.

Кандай кылабыз?



- ✓ Тема боюнча бардык жеткиликтүү маалыматты чогултуу;
- ✓ өзүнчө стикерлерге конкреттүү маалыматтарды жазуу;
- ✓ окшошторун топтоого аракет кылып, дубалга же флипчартка стикерлерди чаптоо;
- ✓ кайталанган маалыматтарды жок кылуу, эч кандай топко кирбеген маалыматтарды өзүнчө тандоо;
- ✓ пайда болгон кластерлерди команда менен талкуулоо, керек болсо кайра топтоо;
- ✓ керек болсо мурунку варианттарга кайтып келүү үчүн натыйжаны мезгил -мезгили менен сүрөткө тартып туруу;
- ✓ ар бир топтун (кластердин) атын ойлоп таап, аны өзүнчө стикерге жазып, үстүнө чаптоо;
- ✓ пайда болгон топторду карап чыгып, кандай маалыматтар жетишпей жатканын ойлонуу;
- ✓ жетишпеген маалыматтарды кантип алууну пландоо.

Жыйынтык

жеткиликтүү маалыматтардын тенденциясын аныктоо.

Кийинки кадам: мээ чабуулунун жардамы менен идеяларды өнүктүрүү жана жемиштүү гипотезаларды генерациялоо.

Көз караш
Point of View
(POV)



Көз караш (POV) - бул ар кандай колдонуучулардын мүнөздөмөлөрүнөн түзүлгөн белгилүү бир колдонуучунун же персонанын корутундуларына жана муктаждыктарына багытталган билдирүү.



Багыт алуу (фокусировка) баскычында биз тыянак чыгарабыз, аларды жалпылайбыз жана тапшырманы / кырдаалды түзөбүз. Бул көз карашты түзүү деп аталат. Багыт алуунун мааниси - бул суроо түзүү.

Көз карашты түзүү
Point of view (POV)

Көз караш 3 элементтен турат:
Биздин колдонуучу ким? (мүмкүн болушунча деталдуу түрдө)
Анын канааттандырылбаган терең муктаждыгы эмнеде?
Бул эмне үчүн маанилүү? (Эмпатия аркылуу эмнени таптыңыз?)

Негизинен, көз караш - бул көйгөйдү билдирүү. Муну How Might We (HMW) шаблону же "Кантип жардам бере алабыз ..." аркылуу жасаса болот.



Шаблон
Биз кантип жардам бере алабыз?
How might we

Канте алабыз

Эмне жасаш керек? Ким үчүн?

Этиш менен айтылган муктаждыктар

?

Кандай жол менен / Анткени

Шаблондун мисалы
Биз кантип жардам бере алабыз

Мисал

Кантип жардам бере алабыз *Еленага*

Тандалган муктаждыкка кебүрөөк дал келген адамдын аты / образы + кыскача негизги мүнөздөмөсү

Досуна белек кылууга

Этиш менен айтылган **муктаждык**

Кандай жол менен *Бир баскыч менен* ?

инсайт

Көз карашты текшерүү үчүн контролдук тизме (POV)



Жакшы көз караш:

- ✓ Көңүл чордонун көйгөйгө бурат
- ✓ Команданы шыктандырат
- ✓ Ар кандай ойлорду баалоо критерийлерин түзөт
- ✓ "Биз дагы кантип жасай алабыз?" деген сөздү колдонуу менен мээ чабуулун баштайт;
- ✓ адамдардын жүрөгүн жана акылын эзлеп алат;
- ✓ "Бардыгы бүт адамзат үчүн" сериясынан мүмкүн болбогон түшүнүктөрдүн өнүгүшүнөн коргойт;
- ✓ Келип түшкөн маалыматтарды колдонуу менен көз карашты кайра карап чыгууга жана кайра түзүүгө мүмкүндүк берет;
- ✓ Энергияны инновацияга багыттайт.

Эскертүү/рефлексия

Кошумча ресурстар:
https://ux-journal.ru/kak-najti-horoshuyu-ideyu-s-pomoshhyu-dizajn-myshleniya.html
https://tilda.education/courses/web-design/designthinking/
http://crowdresearch.stanford.edu/w/img_auth.php/f/ff/How_might_we.pdf
https://spin.atomicobject.com/2018/12/12/how-might-we-design-thinking/

Кабинеттик изилдөөлөр



Кабинеттик изилдөө – бул ар кандай булактардан алынган мурда колдонулган (экинчи жолку) маалыматтарды чогултуу жана талдоо

Экинчи жолку маалымат – изилдөөнүн жүрүшүндө пайда болбогон маалыматтар (алгачкы маалыматтар), башка изилдөөлөрдүн же баалоолордун натыйжасы болуп саналат.

Кабинеттик изилдөөнүн максаты сиз аныктаган көйгөйдүн чөйрөсүндө башкалар тарабынан буга чейин жасалган иштерди талдоо.

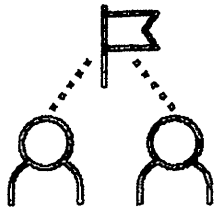
Кабинеттик изилдөө үчүн маалымат булактары:

- ✓ Интернет булактарына ар кандай басылмалар, инсайдердик ресурстардын маалыматы, форумдагы билдирүүлөр ж.б. кирет;
- ✓ басма каражаттары МКК;
- ✓ мамлекеттик басылмалар жана материалдар, өнүктүрүү программалары, бюджеттер жана мамлекеттик чыгашалар жөнүндө маалымат;
- ✓ изилдөө жыйынтыктары боюнча башка изилдөө агенттиктеринин отчеттору, керектөөчүлөрдүн жүрүм -туруму жөнүндө маалыматтар, синдикативдик изилдөөлөрдүн маалыматтары;
- ✓ республикалык жана жергиликтүү мыйзамдар;
- ✓ маалымат базалары;
- ✓ статистикалык органдардын маалыматтары

"Ийгилик даярдалган акыл-эске ыктайт".

Луи Пастер

Атаандаштарды талдоо



- ✓ Эмне бар?
- ✓ Мага эмне жагат?
- ✓ Мага эмне жакпайт?
- ✓ Эмнени карызга алсам болот?

Тапшырма:

Командада талкуу менен куралдарга жалпылоо жана анализ жүргүзүү.

Эмпатиянын картасын түзүңүз.

Колдонуучунун жол картасын түзүңүз.

Колдонуучунун жолунда боло турган көйгөйлөрдү, үзгүлтүктөрдү жана дартты бөлүп көрсөтүү (бузулган системанын элементтери).

Сиздин инсайттарыңызды кластерлеңиз.

Жасалган иштердин негизинде, "Биз кантип жардам бере алабыз" шаблонун колдонуп, көз карашты (POV) түзүңүз....

Топтук иш. 5 - 7 кишиден турган командада иш жүргүзүү

Максаты: аудиториянын муктаждыктарын жана көйгөйлөрүн изилдөө куралдарын түшүнүү жана өздөштүрүү.

Жол-жобосу: 5-7 кишиден турган команда

Куралдарды анализдөө . Дисскусия.

Эмпатия картасын, колдонуучунун жол картасын түзүү боюнча иш алып баруу

Кластерлөө. Көз карашты туюнтмалоо.

Командалардын презентациясы.

Убакыт: 10 мүнөт

Дебрифинг:

Сиз методдорду колдонууда кандай кыйынчылыктарга туш болдуңуз?

Методдорду практикалык колдонуудан жана саякат картасын түзүүдөн, кластерлөөдөн кийин кандай инсайттар пайда болду?

Бул ыкмаларды колдонуу менен дарттуу жерди жана көйгөйлөрдү аныктоодо жана көз карашын түзүүдө көмөктөштүбү?

Эскертүү/рефлексия

8-сессия
Идеяларды генерациялоо этабы
Куралдар

«Эч качан идеяга ашык болуп калбаңыз. Идея тез -тез өзгөрүп турат. Эгерде сиз алып жүргөн идея ишке ашпай калса, дайыма, дайыма, дайыма дагы башка идея болот"
Чип Кид, америкалык графикалык дизайнер



Максаты: тандалгын көйгөйдү чечүүдө идеяларды генерациялоо боюнча командаларды фасилитациялоо



Сессиянын жыйынтыгында катышуучулар:

- Идеяларды генерациялоо техникасын жана идеяны баалоо методун колдоно алышат
- Идеяларды баалоо жана сортто процесин колдоно алышат жана түшүнүшөт
- Продукциянын концепциясын түзө алышат жана презентациялашат



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт



Ыкмалар жана формалар: Мини лекция; фасилитация, бреймсторминг, дискуссия, жекече жана топтук иштер



Материалдар жана каражаттар: А4 барагы, маркерлер, фломастерлер, проектор, компьютер, катышуучулар үчүн калем саптар, түстүү стикерлер (post it), флипчарттар, PowerPoint

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

Мини-интерактивдүү лекция Убакыт: 20 мүнөт

Тренер инструктордун жана модератор / фасилитатордун милдетин аткарат, идеяны жаратуу этабын түшүнүүгө, капчык түзүүдө топтолгон тажрыйбага, идеяларды баалоо ыкмаларына жана аларды жаратуу процессине байланыштуу суроолорду берет.

Мээге чабуул



Мээ чабуулу - бул чыгармачыл активдүүлүктү стимулдаштырууга негизделген маселени чечүүнүн ыкчам ыкмасы, анда дискуссиянын катышуучуларына мүмкүн болушунча көп чечимдерди, анын ичинде абдан фантастикалуусун айтуу сунушталат.

Кандай кылабыз



Эч кандай сын болбошу керек. Катышуучулар өз ойлорун эркин билдириши керек.

"Ооба, жана ..." принциби. Башка адамдардын ойлорун колдоо жана өнүктүрүү.

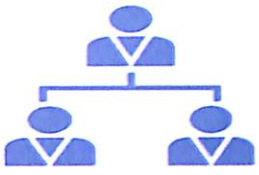
Акылга сыйбаган ойлорду кубаттаңыз. Алар реалдуу болбосо дагы, бул дагы бир улуу идеяга дем бере алат.

Ойлоруңузду элестетип көрүңүз. Бир жөнөкөй эскиз көп сөзгө караганда көп нерсени айта алат.

Бир адам сүйлөйт. Бардык ойлорду угуу керек, андыктан аны бөлбөңүз.

Коюлган темага көңүл буруңуз жана мүмкүн болушунча көп идеяларга умтулуңуз.

Уолт Диснейдин стратегиясы



Уолт Диснейдин креативдүү стратегиясынын негизги принциби - ой жүгүртүүнүн үч позициясын алып чыгуу) - булар "Кыялкеч", "Байкоочу", "Реалист" жана "Сынчы" позициялары. Команда тиешелүү ролдун функцияларын аткарып, позициялардын ар биринде кезеги менен иштейт.

Мээ чабуулунун бул түрүндө фасилитатордун милдети - катышуучуларга белгиленген үч ролду аралаштырууга жол бербөө, жана жаралган идеяны жок кылууга жол бербөө. Киришүү бөлүмүндө фасилитатор командага ар бир ролду аныктоого жардам берет.







Кыялкеч

Көптөгөн идеяларды генерациялайт
Тоскоолдуктар жөнүндө ойлонбойт
Эркин ой жүгүртөт жана каалаганын ачык айта алат

Реалист

Идеяларды иш жүзүнө ашыруу жолдорун табат
Чечимдерди издейт
Практикалуулукту жана логиканы колдонуу менен ойлонот

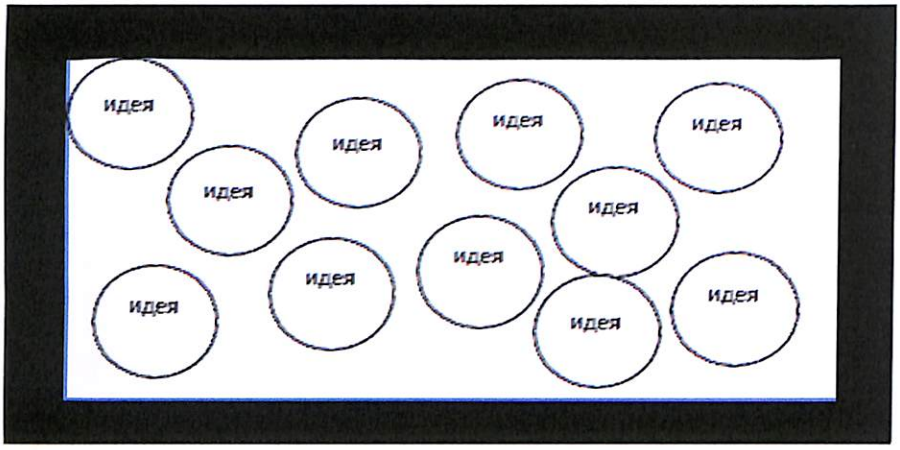
Сынчы

Мүмкүн болгон тобокелдиктерди талдайт
Алсыз жерлерин табат
Жеңилүүдөн алдын алууну каалайт

1

Кыялкеч: Кыялкечтин ролун колдонууга аракет кылып, катышуучулар эркин идеяларды жаратышат жана идеялардын булутун түзүшөт

Кыялкеч



- ✓ Өзүнүздүн идеяларыңызды жаратыңыз жана жазыңыз
- ✓ Кесиптештериңизден идеяларды алыңыз
- ✓ Идеялардын булутун түзүңүз

Убакыт: 15 мүнөт

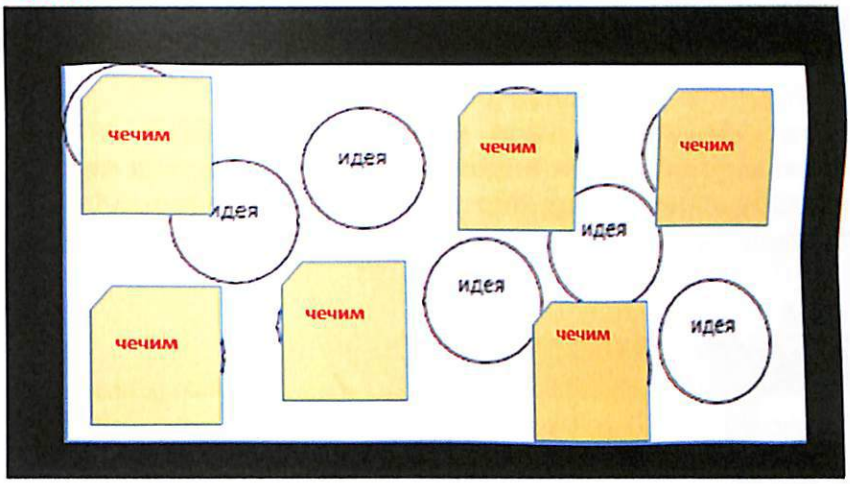
2

Реалист: Реалист - кыялкечтин эң жакын досу. Реалист-бүдөмүк идеяны этап-этабы менен иш планына айландыра алган жана бул үчүн конкреттүү булактарды таба алган менеджер. Реалист сындын эмне экенин түшүнбөйт. Ал кыялкечтин идеяларын ишке ашыруу үчүн ар кандай мүмкүнчүлүктөрдү табууга аракет кылат, бул идеяны ким, качан жана кантип ишке ашырарын аныктайт.

Бул позицияда катышуучулар мүмкүн болгон чечимдерди стикерлерге жазышат жана аларды доскага же флипчартка тийиштүү чөйрөлөргө коюшат. Албетте, кээ бир эң тайманбас идеялардын эч кандай чечими жок, кээ бирлерине бир нече жол менен жетүүгө болот.

- ✓ Бул идеяларды кантип ишке ашыра аласыз?
- ✓ Сизди ким колдой алат?
- ✓ Башка адамдар ушундай идеяларды кантип ишке ашырышат?

Реалист



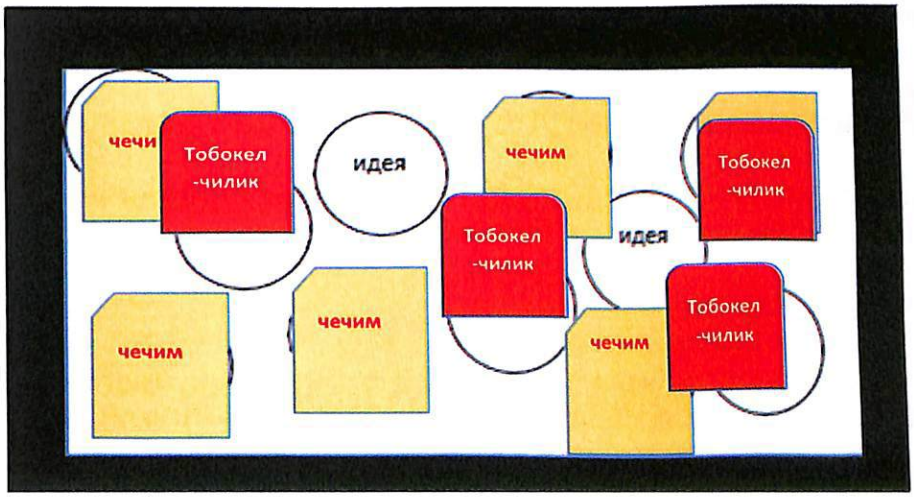
Убактысы: 15 мүнөт

3

Сынчы: «Сынчы - кыялкеч менен реалисттин эң жакын досу. Бул адам тобокелчиликтерди талдайт жана сунушталган чечимдин коопсуздугуна кам көрөт. Сынчы оригиналдуу идеяга тийбейт, болгону чечимдер менен иштейт. Сынчынын милдети - мүмкүн болгон кыйынчылыктарды алдын ала жардам берүү жана алдын ала айтуу ».

Катышуучулар кызыл стикерлерге мүмкүн болгон тобокелдиктерди жазышат. Чечимдердин кээ бирлеринде бир нече тобокелчиликтер бар, кээ бирлеринде таптакыр жок болушу мүмкүн.

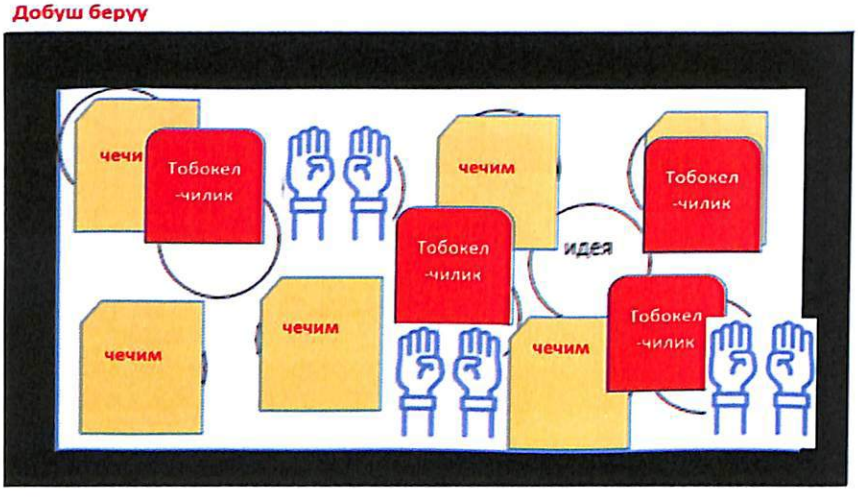
Сынчы



- ✓ Бул чечимдин алсыз жактары кайсылар?
- ✓ Ким же эмне тоскоол болушу мүмкүн?

Убактысы: 15 мүнөт

Добуш берүү:
Ар бир катышуучу, анын ою боюнча андан ары иштеп чыгууга татыктуу болгон идеяларга добуш берет. Ар бир адам идеянын баалуулугуна, чечимдин жеткиликтүүлүгүнө жана тобокелдиктердин оордугуна карап чечим чыгарат.



- ✓ Эң жакшы идея жана чечим жөнүндө ойлон
- ✓ Эң келечектүү идеяны тандаңыз
- ✓ Эң жакшы идея үчүн добуш бериңиз

Убактысы: 5 мүнөт

ИДЕЯЛАРДЫ БААЛОО МЕТОДДОРУ: КЕРЕКТҮҮСҮН КАНТИП ТАНДОО КЕРЕК

Идеяларды баалоо методу

Жалпы формула: кардар үчүн пайдалуулугу + техникалык жактан ишке ашырылуусу+ ишке ашыруудагы кирешенин мүмкүн болушу. Эгерде биз 3 критерийдин ар бирин баалоодо 0дөн 10го чейин алсак, анда эң көп упай алган идея жеңет.

FAN методу (ачылыш)

1 -критерий – F – **Feasible (ишке ашуучу)** – бул идеяны ишке ашырууга болобу?

2 критерий – A – **Attractive (жагымдуулук)** – ал жагымдуу болуп саналабы?

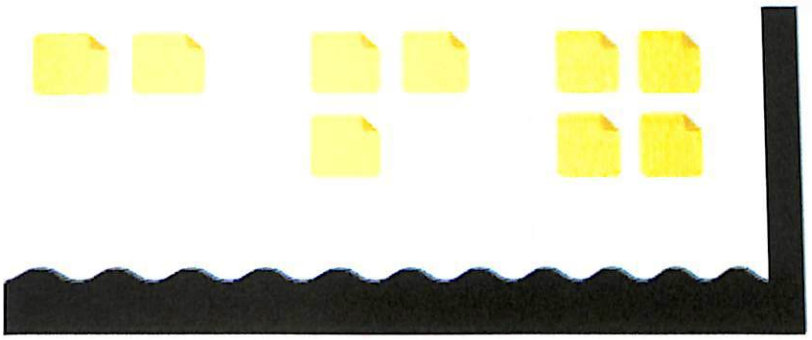
3 критерий – N – **Novel (оригиналдуу)** – бул идея канчалык деңгээлде инновациялуу?

Идеяны баалоо жана сортировкалоо процесси

Артыкчылыкты коюу процесси төмөнкүчө жүрөт:

1. Талкуунун катышуучуларынын ар бири тизмеден 3-5 белгиден ашпаган идеяны тандап, аларды кыбачы белгилери же плюс менен белгилешет. Финалдык раундда талкууланышы керек негизги 1-3 баа калганга чейин эң көп баа алган сунуштар келечекте ушул схема боюнча каралат.
2. Процесс жашыруун добуш берүү түрүндө башталат.
3. Тандалган "аналитик" жыйынтыктарды эсептейт жана ар бир идея боюнча добуштардын акыркы санын тактага / флипчартка жазат.

5 **Роудмэппинг:** Команда эң көп добуш алган идеяларды алат (адатта 6-10) жана аларды ишке ашыруунун татаалдыгына жараша убакыт боюнча бөлүштүрөт. Эгерде идеяны оңой эле ишке ашыруу мүмкүн болсо, ал "Азыр" мамычасына коюлат. Эгерде идея олуттуу даярдыкты жана жагымдуу шарттарды талап кылса, ал сызыкчада дагы алдыга жылат.



Азыр бир айдан кийин

бир жылдан кийин

✓ Идеяларды анын татаалдыгына жараша убакыт сызыгы боюнча бөлүштүрөбүз

Убактысы: 10 мүнөт

6

Мээге чабуулдун жыйынтыгын чыгарабыз: Командалар идеялардын кыска тизмеси менен бирге убакытты көрсөтүшөт жана мээ чабуулу учурунда аныкталган тенденциялар жөнүндө кыскача айтышат.

Негизги тыянактар менен бөлүшкүлө

✓ Кайсы идея көптү үмүттөндүрөт?

✓ Сиз эмнеден баштайсыз?

Убакыт: 1 командага 2 мүнөт берилет

Жол-жобосу 5-7 кишиден турган командалар

Уолт Диснейдин стратегиясы боюнча кадамдык иш(жогору жакты кара)

Командалардын презентациясы

Тапшырма: Уолт Диснейдин стратегиясын пайдалануу менен түзүлгөн көйгөйгө карата минимум 20 идеяны жаратуу.

Топтук иш. 5-7 кишиден турган командада иш алып баруу

Максаты: Продуктунун концепциясын жана көбүрөөк көптү үмүттөндүргөн идеяларды аныктоо

Күндүн жыйынтыгын чыгаруу

Топту галереядан өтүүгө чакырышат жана ар ким ал үчүн эң пайдалуу же эсте калаарлык артефактын жанында токтойт.

Эскертүү / рефлексия

Кошумча ресурстар:
Мээ чаабуулунун техникасы
https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/tactics/Creative-Thinking_Techniques.htm
https://clck.ru/RuHkW
https://clck.ru/UqGeX

9-10-сессиялар
Прототип түзүү этабы
Куралдар

«Прототип түзүү бала тарбиялоого окшош. Сиз дүйнөгө жаңы нерселерди алып келип, алардын "өсүшүнө" жардам бересиз».
Тодд Варфел, Прототип түзүү. Практикалык колдонмо.



Максаты: прототиптерди түзүү



Сессиянын жыйынтыгында катышуучулар:

- Прототип эмне үчүн керек экендигин түшүнө алышат
- Кандай протиптерди түзүүгө боло тургандыгын билишет
- Прототип түзүүгө санарип куралдарын билишет
- Прототиптерди түзө алышат



Ыкмалар жана формалар: мини-лекция; фасилитация, дискуссия, жекече жана топтук иш



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт + 90 мүнөт



Материалдар жана каражаттар: Калемдер, карандаштар, маркерлер, А4 баракчары, түстүү стикерлер, флипчарттар, клей, Лего, түстүү картон, түстүү кагаз, кайчы, компьютер, проектор, PowerPoint

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

 Мини-интерактивдүү лекция

 Убактысы: 40 мүнөт

Тренер прототип түзүү стадиясында "Капчык жасоо" долбоорунун катышуучуларынын мурунку тажрыйбасына байланыштуу суроолорду берип, инструктордун жана модератор / фасилитатордун ролун аткарат.

Прототип түзүү – көбүрөөк перспективалуу идеялардын макетин түзүү этабы.



Прототип түзүнүн максаттары:

- Идеяларды тактоо.
- Идеяларды презентациялоо.
- Идеяларды анализдөө.
- Гипотезаларды текшерүү.
- Кайтарым байланыш алуу.

 **Прототип** – биз түзүүнү каалаган продуктунун макети же эскизи.

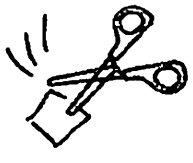
 **Прототип** – продукт кандай иштей тургандыгын түшүндүрмөсү.



Прототип - бул негизги функционалдык мүмкүнчүлүктөрүн демонтрациялай турган продуктунун эрте итерацияланышы.

Колубуз менен ойлонобуз

Кагаз менен прототип түзүү



Сиздин идеяңызды аныктык кылып, аны колдонуучуга жеткире ала турган продукциянын макети

Кандай кылабыз



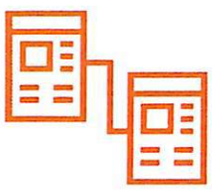
- ✓ Прототипти түзүүдөн мурда, эмнени жана кантип сынай турганыңызды аныктаңыз.
- ✓ Ар кандай аймактардагы окшош продуктылардын аналогдорун изилдөө.
- ✓ Колдонуучунун өз ара аракеттенүүсү үчүн негизги структураны түзүү.
- ✓ Санарип кызматтар үчүн уюлдук телефондун экран шаблонун колдонуңуз же өзүңүздүн сүрөтүңүздү тарткыла.
- ✓ Деталдуу графикалык элементтерди тартууга убакытты текке кетирбеңиз, концепциянын үстүнөн ойлонуу маанилүү.

Кагаз прототипти колдонуунун он себеби:

1. Тез жана жөнөкөй.
2. Тез итерациялар.
3. Идеяларды текшерүү. Жаңы идеяны дароо элестетип, анын ишке жөндөмдүүлүгүн текшерүүгө болот.
4. Пикирлер жана комментарийлер. Колдонуучуларды байкоо менен сиз кызыктуу ачылыштарды жасай аласыз жана идеяларды дароо эле прототипке киргизе аласыз.
5. Жеткиликтүүлүк. Эч кандай атайын көндүмдөр талап кылынбайт: иштеп чыгуучулар да, башка адистер дагы бул ыкманы колдоно алышат.
6. Колдонуучулар менен өз ара аракет жүргүзүү жана терең интервьюларды алуу. Эмне үчүн колдонуучу бул баскычты басууну чечти? Анын ою боюнча колдонмо кандай иштейт? Ал биздин интерфейсибизде эмне кылууга аракет кылып жатат?
7. Чыгармачылык жана идея жаратуу. Креативдүүлүктү өркүндөтүүнүн жана командаңыз менен пикир алмашуунун эң сонун жолу.
8. Кардарлардын катышуусу.
9. Проблемаларды аныктоо. Сессия учурунда башка көйгөйлөр келип чыгышы мүмкүн: мисалы, продукт бүтүндөй концепциясы менен.
10. Айлана-чөйрөнүн жана перспективанын алмашышы.

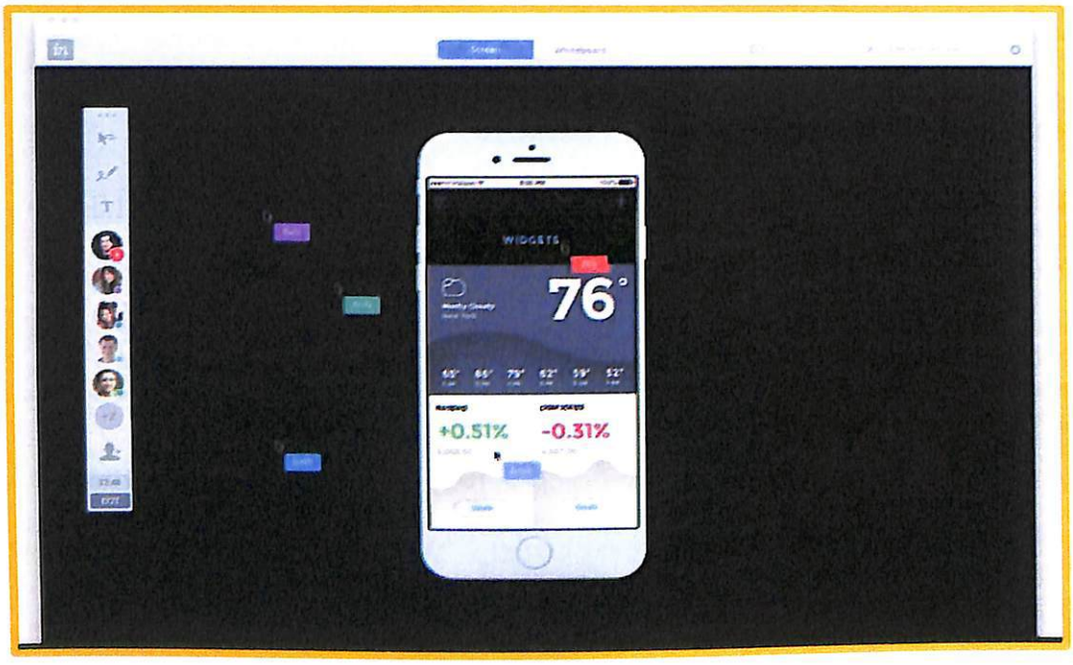
“Санарип” менен жасайбыз

Санарип куралдар

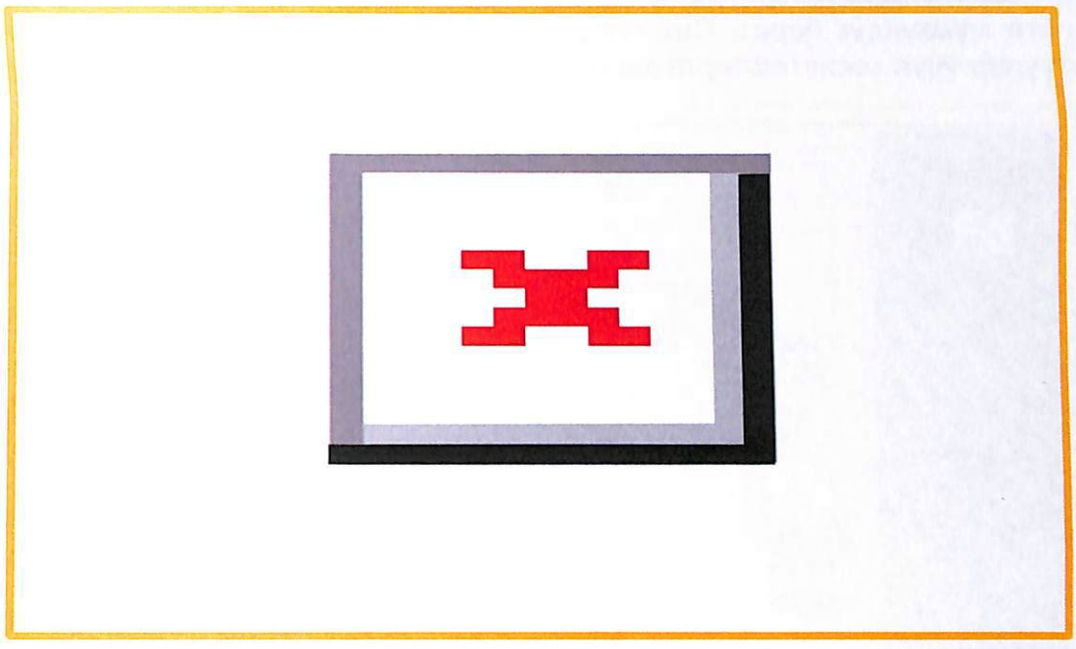


Санарип прототиптештирүү куралы - бул келечектеги дизайндын макетин тез түзүүгө, анын ар кандай түзмөктөрдө жана ар кандай чечилиштерде кандай болорун көрүүгө, макеттерди достору, кесиптештери, кардарлары жана келечектеги колдонуучулар менен бөлүшө турган кызматтар.

InVision (https://www.invisionapp.com/) – популярдуу прототип түзүү куралы. Мүмкүнчүлүктөрдүн ичинен ыңгайлуу интерфейсти, командалык ишти уюштуруу жөндөмүн бөлүп кароого болот. InVision менен сиз чыкылдатуучу, интерактивдүү прототиптерди жана макеттерди түзө аласыз.

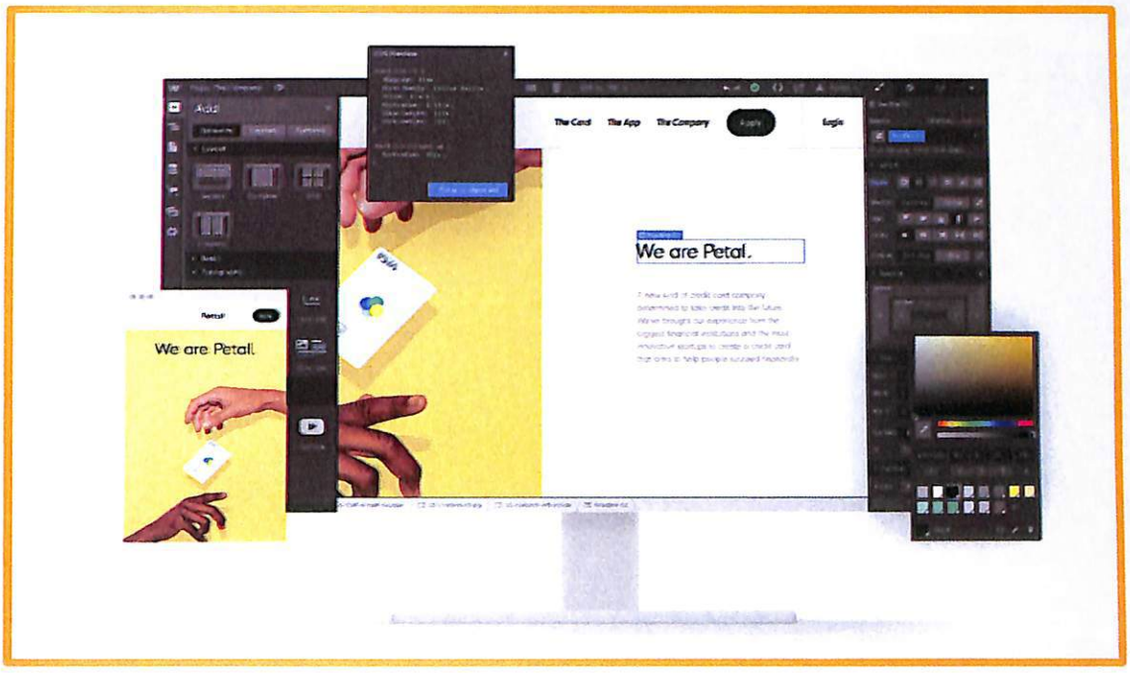


Framer (https://www.framer.com/) – командалар үчүн прототип түзүү куралы. Ар тараптуулугу, ар тараптуу интерфейси, функционалдык дизайны жана так

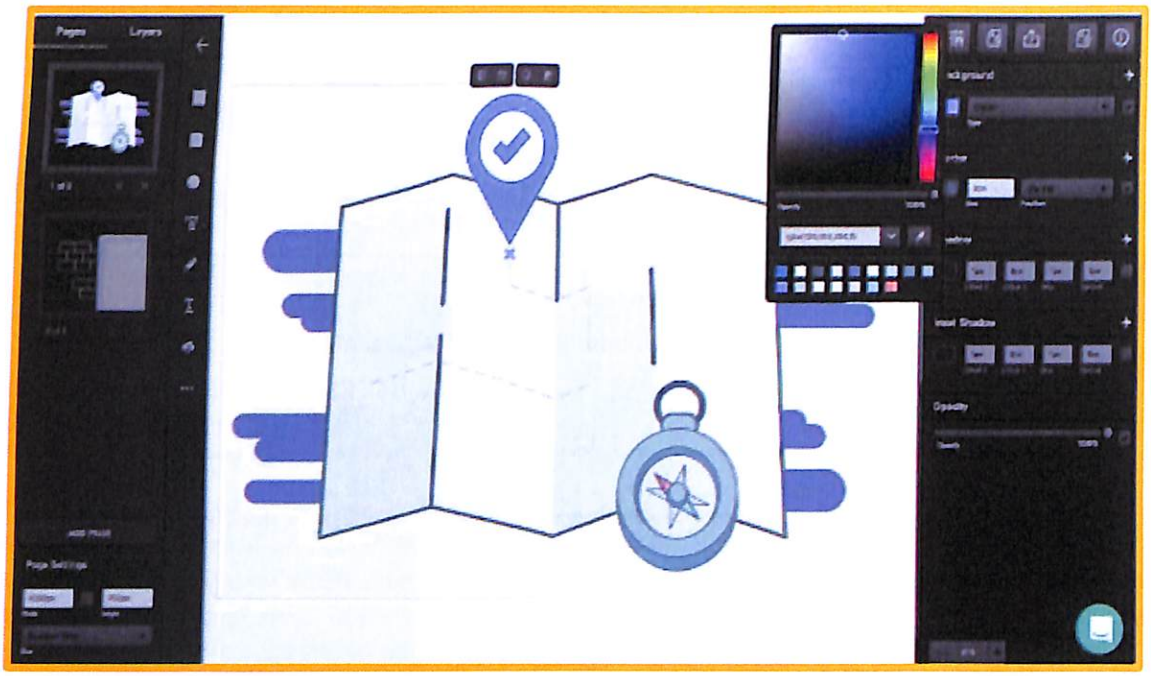


шаблондору менен белгилүү.

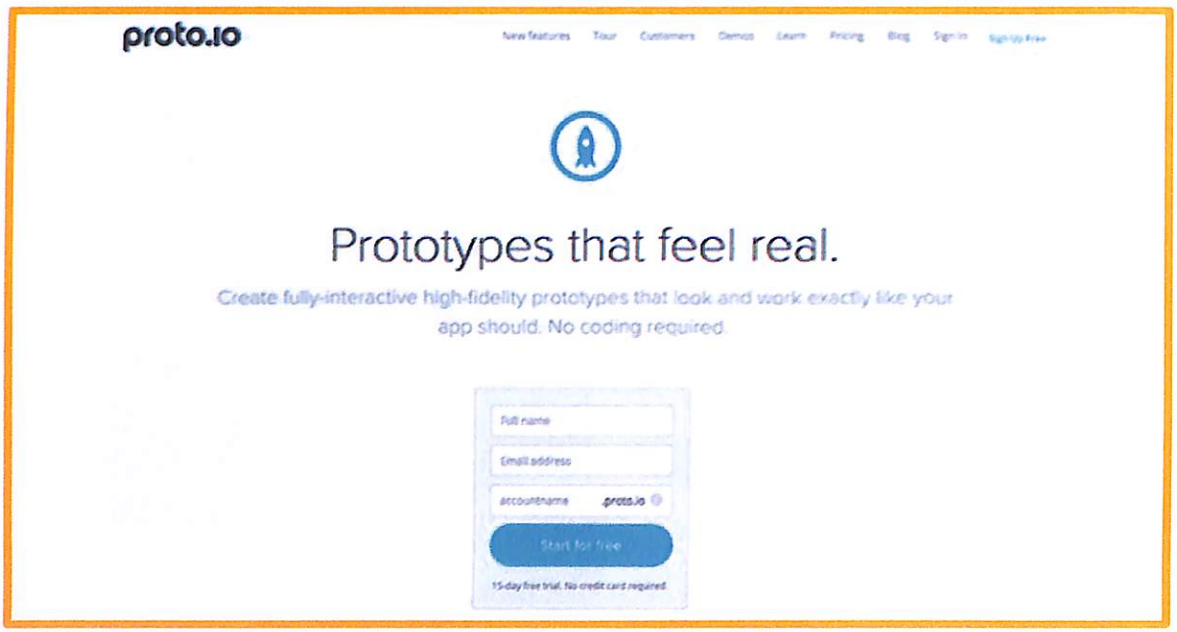
Webflow (https://webflow.com/) - өнүккөн деңгээлдеги конструктор, анда сиз корпоративдик веб-сайттарды, интернет-дүкөндөрдү, азык-түлүк лендинг жана башка бир бетүү баракчаларды, ошондой эле блогдорду жана портфелдерди түзө аласыз. Платформа жандуу сайтты түзүүдөгү прототип түзүүгө жардам берет. Webflow үч компоненттен турат: веб -дизайн коду жок, CMS жана хостинг.



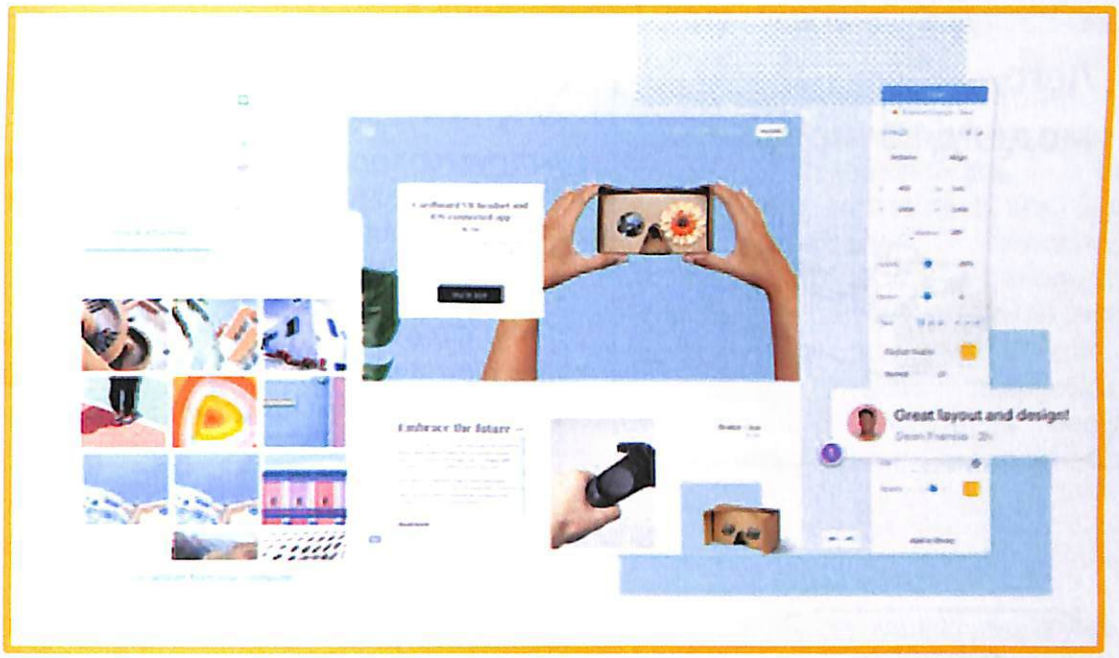
Vectr (https://vectr.com/) - Vectr менен онлайн режимде дагы, тиркемени ПКге орнотуу менен да иштей аласыз. Ошол эле учурда, эки версия тең бири-бири менен синхрондоштурулгандыктан, онлайн да, компьютерде да бир прототипте иштөөгө мүмкүндүк берет. Сиз түзгөн ар бир долбоорго комментарийлер жана түзөтүүлөр үчүн кесиптештерге же кардарга жөнөтө турган URL дайындалган



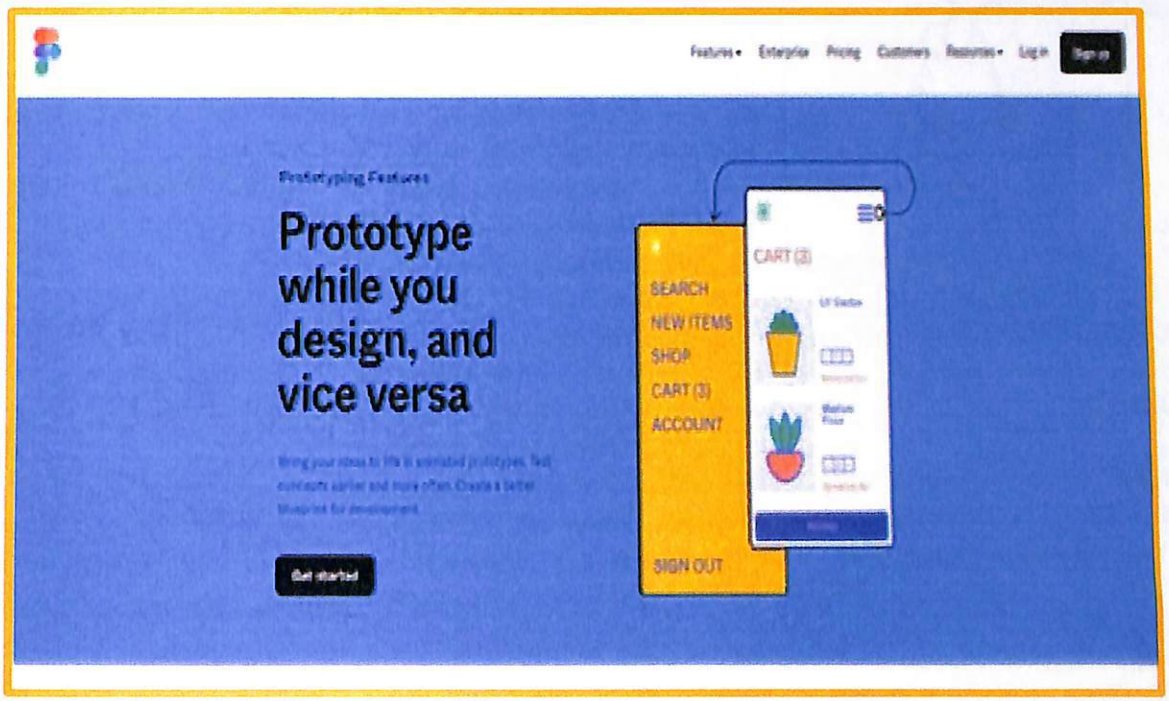
Proto.io (https://proto.io/) - Proto.ioну колдонуу үчүн атайы coding skills талап кылынбайт. Тескерисинче, кызматтын интерфейси жана логикасы абдан жөнөкөй, бул аны мобилдик тиркемелер үчүн интерактивдүү прототиптерди түзүүнүн эң сонун куралы кыла алат.



Marvel (https://marvelapp.com/) - өзүн "санарип продуктылар үчүн дизайн платформасы" деп атайт. Бул билдирүү толугу менен туура эмес болсо да, программа мобилдик жана санариптик тиркемелерди прототиптөөгө эң сонун дал келет.

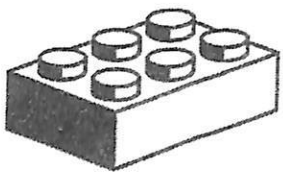


Figma (https://www.figma.com/) - wireframes жана практикалык прототиптерди түзүү үчүн сүйрөө-ыргытуу редактору колдонууга оңой. Программада прототиптерди анимациялоо үчүн көптөгөн элементтер бар.



Лего чогултабыз

Лего-моделдештирүү



Кубик жана Лего конструкторлорунун кичинекей кишилерден турган жумушчу материалдар менен макет түзүнүүнүн оюн ыкмасы

Прототиптерди түзүү үчүн Lego конструкторунун креативдүү мүмкүнчүлүктөрүн колдонуу.

Кандай кылабыз



✓ Бардык формадагы жана өлчөмдөгү Lego топтомдорун камдап алыңыз. Деталдар канчалык ар түрдүү болсо, ошончолук жакшы!

✓ Бөлүктөрдөн кызматтын тез өнүмүнүн прототипин же кызмат корпусун чогултуп алыңыз. Чыгармачылык мүмкүнчүлүгүңүздү ачыңыз!

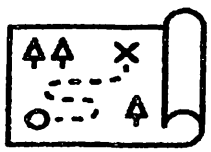
✓ Бир идеяга ашык болуп калбаңыз. Lego прототиптериңизди бузууга, ажыратууга, кайра курууга даяр болуңуз

✓ Прототипиңиз менен ойноңуз, команда мүчөлөрүн кызматташууга чакырыңыз

✓ Прототип менен идеяларды көрсөтүп, окуяларды айтып бериңиз.

“Мини-театр” түзөбүз

Прототип түзүүдө иш тактага өтүү



Иш тактага өтүү – кызмат көрсөтүүлөрдү же мейкиндик долбоорлорду түзүүдө прототип түзүү стадиясында колдонулган ыкма - жөнөкөй реквизиттерди, Lego элементтерин, картонду жана башка колго жасалуучун нерселерди колдонуу менен кардардын тажрыйбасын башынан аягына чейин окшоштуруучу, дизайн командасына кардарларды тейлөө тажрыйбасын симуляциялоого мүмкүндүк берүүчү интерактивдүү мини театрды алып жүрөт.

Иш тактага өтүү төмөнкүлөргө жардам берет:

- ✓ Команда ичинде толук кардар тажрыйбасы жөнүндө жалпы түшүнүккө ээ болуңуз
- ✓ Анын жолундагы маанилүү кадамдарды аныктоо
- ✓ Башка негизги элементтерди жана чечиле турган көйгөйлөрдү аныктоо
- ✓ Сиз түшүнбөй калган түшүнүктөрдүн бөштуктарын же элементтерин аныктаңыз
- ✓ Бул кардардын саякатынын визуалдык картасын түзүүдөн мурун көп убакытты талап кылбай жасала турган эң жөнөкөй курал.

Кандай кылабыз



Прототип түзүү боюнча суроолорду тактаңыз: Бул прототип түзүү ишинен эмнени үйрөнгүңүз келет? Тажрыйбаны толугу менен же бир бөлүгүн текшерүүнү каалайсызбы? Кандай аспектилерди жана деталдарды кийинчерээк текшергиңиз келет?

- ✓ Орун жана материалдарды даярдоо
- ✓ Мээ чабуулун өткөрүңүз, кардарды / адамды тандаңыз, жаңы тейлөө концепцияңыз менен караганда , кардар сапарында кандай кадамдар болушу мүмкүн?
- ✓ Карталарды жана этаптарды түзүңүз: Алгачкы саякатыңыздын негизинде кайсы жерлер маанилүү? Тийиштүү станциялардын бардык тажрыйбаларын камтыган чоң картаны түзүүдөн баштаңыз.
- ✓ Ролдорду түзүңүз, керектүү реквизиттерди тандаңыз: кандай ролдор ойношу керек? Эмнени куруу керек? Кызматыңыздагы ар бир ролго / негизги кызыкдар тарапка фигураларды тандап, кагаз, картон, пластилин же LEGO жана башка материалдарды колдонуу менен кызматтын прототибин түзүңүз.

Тапшырма:
Командада талкуулоо менен куралдарды жалпылоо жана анализдөө
Иш тактаны түзүү боюнча практикум (прототип түзүү)

Максаттар:

Команда ичинде толук кардар тажрыйбасы жөнүндө жалпы түшүнүккө ээ болуңуз

Анын жолундагы маанилүү кадамдарды аныктоо

Башка негизги элементтерди жана чечиле турган көйгөйлөрдү аныктоо

Продуктынын (кызматтын) прототибин түзүү жана аны менен колдонуучунун өз ара аракеттенүүсү

Топтук иш. 5-7 кишиден турган командада иш алып баруу

Жол-жобосу

5-7 кишиден турган командалар

Куралдарды талдоо

Дисскусия.

Практикум

Кардардын чөйрөсүнүн кичигабариттүү 3D-моделин түзүү:

- Реквизит, оюнчуктар, предметтер менен кырдаал түзүңүз
- Сценарийди ойноңуз
- Пайда болгон өз ара аракттерди изилдеңиз
- Дайыма жакшыртуу үчүн идеяларды кошуңуз
- Идеяларды ишке ашыруу жана идеяларды чогуу иштеп чыгуу үчүн моделди колдонуңуз

Командалардын презентациялары

Убактысы: 130 мүнөт

Убакыт: 10 мүнөт

Дебрифинг:

Методдорду колдонууда кандай кыйынчылыктар пайда болду?

Методдорду практикалык колдонуудан жана саякат картасын жеиш тактага өтүүдөн кийин кандай инсайттар пайда болду?

Бул ыкмаларды колдонуу дарттуу жериңизди аныктоодо жана чечимдериңизге байланыштуу көйгөйлөрдү аныктоого дал келдиби?

Эскертүү / рефлексия

Кошумча ресурстар:

https://www.interaction-design.org/literature/article/why-you-should-analyze-your-competition-to-design-better-solutions-and-how-to-do-it

https://clck.ru/VjXvv - Кагаз прототиптерин кандай колдонууга болот: практикалык колдонмо

https://4brain.ru/design/prototipirovanie.php

https://texterra.ru/blog/dizayn-myshlenie-kak-sozdat-produkt-kotoryy-reshaet-problemu.html

https://texterra.ru/blog/obzor-22-instrumentov-dlya-sozdaniya-prototipov.html

https://nuancesprog.ru/p/12147/

https://www.creativebloq.com/features/6-best-free-prototyping-tools

https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods/desktop-walkthrough

11 - 12-сессиялар
Тестирлөө этабы
Питчинг

"Дизайнга карата үч реакция болот: ооба, жок жана «ОХО!". «Охо»го гана умтулуш керек .
Милтон Глейзер, америкалык графикалык дизайнер



Максаты: тестирлөө этабын анализдөө, питчинг көндүмдөрүн өнүктүрүү жана ынандыруучу питчинг түзүү



Сессиялардын жыйынтыгында катышуучулар:

- Өзүнүн чечими жана колдонуучу жөнүндө көбүрөөк биле алышат питингдин структурасын жана аны кантип түзүүнү түшүнө алышат
- Питч стилиндеги кеп кура алышат жана айта алышат



Сессиялардын убактысы: 90 мүнөт



Ыкмалар жана формалар: мини-лекция; фасилитация, бреймсторминг, дискуссия, жекече жана топтук иш



Материалдар жана каражаттар: А4 барагы, маркерлер, катышуучулар үчүн калемдер, флипчарттар, таймер, компьютер, проектор, PowerPoint

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

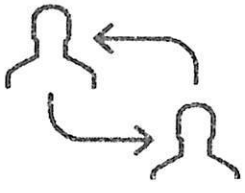
Мини-интерактивдүү лекция

Убактысы: 20 мүнөт

Прототип түзүүдөн тестирлөөгө карай

Прототип түзүү жана тестирлөө – эки этап чогуу каралышы керек.

Тестирлөө



Тестирлөө – түзүлгөн прототиптер боюнча кайтарым байланыш алуу. Бул колдонуучуну түшүнүүгө жана сиз иштеп жаткан көйгөйдү тереңирээк түшүнүүгө жардам берет.

Кандай кылабыз



Тестирлөөгө карата

- ✓ **Жөн гана** колдонуучуга иш-аракеттерин
- ✓ **Милдетти коюу:** иш-аракеттерди тиркеменин маршрутун

эки ыкма:

байкоо жүргүзүү: прототипти берүү жана анын карап туруу

кандайдыр бир максаттуу жасаңыз, мисалы, жардамы менен өргүү түзүңүз.

Тестирлөө зарыл:

Прототиптерди жана чечимдерди жакшыртуу
Колдонуучуну жакындан тааныу
"көз карашты" жакшыртуу. Кээде тестирлөө туура эмес чечим табылгандыгын көрсөтөт, анткени көйгөй ачык эмес түзүлгөн.

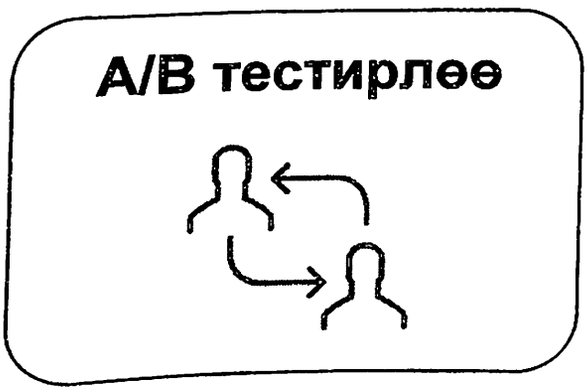
Сиздики туура экендигин божомолдоо менен прототип түзүнүз, бирок сиз жаңылышып кала тургандыгыңызды билип, тестирлөөдөн өткөрүнүз.



A/B-тестирлөө — бул веб – баракчанын эффективдүүлүгүнө баа берүү жана башкаруу үчүн колдонулган маркетинг ыкмасы. Ошондой эле бул ыкма сплит -тестирлөө деп да аталат(англ. тилинен split testing — бөлүнгөн тестирлөө).



A / B-тестирлөө веб-баракчанын эки вариантынын сандык көрсөткүчтөрүн баалоого, ошондой эле аларды бири-бири менен салыштырууга мүмкүндүк берет.





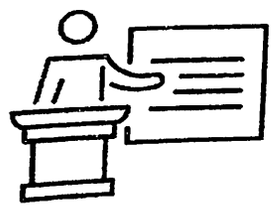
Сплит-тестирлөө -сайттын ар кандай көрсөткүчтөрүнө таасир этүүгө мүмкүндүк берген колдонмо ыкма. Демек, тест объектин тандоо маркетологдун максатына жана милдеттерине жараша болот.

Кошумча ресурстар:
A/B-тестирлөө
https://texterra.ru/blog/kak-provodit-a-b-testirovanie.html

«Сиздин окуя сиздин баалуулуктарыңызды ачып берет.
Жана сиз бул баалуулукту коомдо болгон кеңири баалуулук менен айкалыштырсаңыз, адамдардын сизге ишенүүсүнө себеп боло аласыз».

Брайан Хардвик, Enso креативдүү агенствосунун жетекчиси

Питчинг



- **Питчинг** – өзүңдүн долбооруңду презентациялоо искусствосу.
- **Питчинг** (англ.тилинен *pitch* — бейсболдогу ыргытуу) — бул сиздин идеяңызды кыска убакыттын ичинде эч ким шектенбегидей кылып алып чыгуу:бул абдан гениалдуу.
- **Питч** (pitch) –бул (стартап, кино, идеялар) инвесторду табуу максатында өзүңдүн долбооруңду презентациялоо. Жөнөкөй тил менен айтканда – сатуу техникасы.
- **Питч** – бул идеяны, долбоорду, планды, өзүңдү, командаңы сатуу максатындагы чыгып сүйлөө.

Мындай презентациянын форматы абадан ар түрдүү болот , мисалдар:

- ✓ Кароо-сынакка катышуу;
- ✓ Тармактарга таралуучу видеоролик;
- ✓ Жолугушуудагы жандуу сөз сүйлөө: кайтарым байланыш алуу үчүн потенциалдуу инвесторлордун алдында хакатондо, колдонуучулардын алдында,
- ✓ стартаптардын биржасында же краудфандингдик платформада жабдылган профиль.

Максаты: потенциалдуу инвесторду иш чынында ага киреше алып келерин ишендирүү же колдонуучуга кайтарым байланыш үчүн үчүн долбоорду демонстрациялоо

Кандай кылабыз



- ✓ Өзүңүздү таанытырыңыз, өзүңүз жана долбооруңуз тууралуу айтып бериңиз;
- ✓ Колдонуучуга долбоордун кирешелүүлүгүн же пайдалуулугун ынандыра турган фактыларды жана башка далилдерди келтирүү;
- ✓ Инвестор ала турган пайданы жана кызматташуу шарттарын белгилеңиз;
- ✓ Колдонуучулар үчүн алар менен жолуккан учурда пайдасын жана практикалык пайдаларын белгилеңиз.

Питч даярдоодогу суроолор



Мен кимдин алдында сүйлөйм?

акселератордо долбоорду баалоочу эксперттердин жана инвесторлордун алдында

идеяга инвестиция салууга даяр бизнес-периштенин алдында

компаниянын көйгөйлөрүн чечүүчү корпоративдик инвестордун алдында

портфель чогултуучу венчурдук фонддун же инвестордун алдында

Мен азыр кайсы этаптамын?

Долбоордун идеясы бар

MVP жасадык жана тестирлөөдөн өткөрдүк

Стартап акча алып келүүдө

Команда мурунку инвестицияларды коротуп бүтүрдү

Бул питч кайсы маселени чечет?

Гипотезаны тестирлөөдөн өткөргүбүз келет

Эксперттердин кеңеши керек

долбоорду масштабдоонун убактысы келип жетти

Команданы толуктоо маанилүү

Жакшы питч бир нече суроолорго жооп берет:

Идеянын маңызы эмнеде?

Ал кайсы көйгөйдү чечет?

Эмне үчүн бул көйгөйдү чечүүнүн эң жакшы ыкмасы болуп саналат?

Мындан ким утат?

Идеяны ишке ашыруу үчүн эмне кылуу керек?

Аудиториядан эмне талап кылынат (колдонуучудан, инвестордон, эксперттерден, ж.б.)?

Питчтердин түрлөрү



1) Elevator pitch, анын узактыгы *1 мүнөт. Негизги максат - экинчи* жолугушууга чакыруу алуу үчүн инвесторду кызыктыруу. *Белгилүү бир* мүнөткө чейин болгон көйгөй жөнүндө кыскача айтууга убакыт керек; сиз сунуштап жаткан чечим; жана бул долбоордун акча табуу үчүн кандай перспективалары бар экенин айтып бериңиз.

2) Idea pitch, анын узактыгы **3 мүнөткө чейин.** Питчингдин бул түрү көбүнчө стартап сынактарында колдонулат. Ал төмөнкү элементтерден турат:

1. Долбоордун аты. Өзүңүздү тааныштырууга жана командаңын бардык сонун мүчөлөрү жөнүндө айтууга убакытты текке кетирбеңиз, аны презентациянын атайын бөлүгүнө калтырыңыз. Башында долбоордун аталышы менен гана чектелишиңиз керек.

2. Көйгөй. Бул эң жакшы окуя түрүндө берилет, анын учурунда инвесторлор көйгөйлөрдүн бирикмелери жана визуалдык сүрөттөрү бар.

3. Чечим. Проблеманын чечилишин жана анын айырмалоочу өзгөчөлүктөрүн, эгер бар болсо, учурдагы кесиптештерине салыштырмалуу, кыска жана оңой түшүндүрүңүз.

4.Базардын көлөмү. Базардын жалпы көлөмүн көрсөтүңүз; сиз алууну пландап жаткан базардын жарым бөлүгүн; жана ушул этапта долбоордун жүргүзүлүшү үчүн максаттуу аудиторияны көрсөтүңүз.

5. Бизнес -модель. Долбоор кантип акча табаарын , ал кайдан келип чыгат, долбоор болжол менен бир жылда канча алып келет жана эң негизгиси, көрсөтүлгөн цифралар кайдан алынган, эмне үчүн сиз бул божомолдорду жасап жаткандыгыңызды көрсөтүңүз.

6. Команда. Командада болгон адистер, алардын жетишкендиктери жөнүндө айтып бериңиз.

7. Жыйынтык. Инвесторлордун эсинде кала турган эң маанилүү нерселерди айтыңыз. Анан, албетте, байланыштарыңызды жазууну унутпаңыз.

3) Funding pitch, узактыгы **7-10 мүнөттүн** тегерегинде. Funding pitch - Idea pitchке салыштырмалуу деталдуу презентация, ал жогоруда көрсөтүлгөн пункттардан тышкары, атаандаштар, рынокко кирүү стратегиясы, учурдагы абалы жана керектүү инвестициялар сыяктуу бөлүмдөрдү камтышы керек.

Питчинг эмнени үйрөтөт

- ✓ Маңызга көңүл буруу
- ✓ Маанилүү нерсени маанилүү эмесинен айырмалоо
- ✓ ишенимдүү сүйлө жана ишенимдүү көрүнүү
- ✓ идеяларыңызды коргоңуз жана сынга алдырбаңыз
- ✓ кызыгууну же кызыгуунун жоктугун "эсепке алуу" жана тактиканы убагында корректировкалоо

Сессиянын жүрүшүн сүрөттөө



Көнүгүү: Мени танда!



Максаты: өзүн-өзү презентациялоо (питча) жана убакыт сезимдерин сезүү



Убактысы: 40 мүнөт (10 мүнөт даярдануу га, 1 мүнөт – бир катышуучунун чыгып сүйлөөсүнө)



Жол-жобосу (жекече иш)

"Инновациялар үчүн ишкердүүлүк" конференциясынын комитетине ал конференцияга катышууга эң мыкты талапкер экенине ынандыруу максатында бир мүнөттүк сөз түзүңүз



Дебрифинг:



Убактысы: 5 мүнөт

Кимди тандайт элеңиз? Тандооңузду негиздеңиз.
Өзүңдү сатууда эмне маанилүү жана эмне ынандырат?



Жыйынтыктоо:

Сизди башкалардан айырмалап турган фактыларды жана мисалдарды келтирип, сиздин конкреттүү атаандаштык артыкчылыктарыңыз жөнүндө сөз кылышыңыз керек.

Окуяңызды аудиториянын муктаждыктарын жана кызыкчылыктарын эске алуу менен кыска, жөнөкөй, түшүнүктүү кылып түзүңүз.

Эмоционалдык таасирдин күчүн колдонуңуз (көз контактысы, жаңсоолор, үн, поза, бет түзүлүш)

Идеяңызды сатууда биринчи кезекте өзүңүздү, андан кийин идеяңызды сатасыз.

Видео-кейс **Убактысы:** 20 мүнөт

Максаты: өз питчиңизди түзүүдө тажрыйбага ээ болуу үчүн кейсти анализдөө, питчанын структурасынын айрым бөлүктөрүн аныктоо көндүмдөрүн өнүктүрүү жана питчтин күчтүү жана алсыз жактарын талдоодо критикалык ой жүгүртүүнү өнүктүрүү.

Жол-жобосу 5-7 кишиден турган командалар

Катышуучулар видеону көрүүгө чакырылат:
бир мүнөттүк питч 2011-12 конкурсунун жеңүүчүсү Дайтон университетинин бизнес-планы орусча субтитрлер менен https://www.youtube.com/watch?v=r_Dqsf4iiZg төмөндө орус тилиндеги видео сценарийи бар.
Сиздин оюңузча эмне жетишпейт же эмнени жакшыртуу керектиги тууралуу питчтин күчтүү жактарын анализдөө.
Питчтин скрипттеринде, питчтердин айрым структуралык бөлүктөрүнүн асты сызылып, аныкталат, аттары жазылат (мисалы: көйгөй, максаттуу аудитория ж. б.)
Андан кийин, ар бир команда анализделген питчтин күчтүү жана алсыз жактары жазылган ар кандай түстөгү стикерлерди тактага илип коёт.
Командалардын ар бири талдоо жыйынтыгын айтат.

Кейс TravelBlender

Чоң адамдардын үчтөн бири саякаттоо достошуунун кызыктуу ыкмасы болмок деп эсептейт, бул учурда бир дагы саякат провайдерлери саякаттоонун социалдык өңүтү менен алектенбейт: Orbitz дагы, Expedia дагы, Travelocity дагы.
Ал эми TravelBlender муну жасайт. Бул достор үчүн match.comго окшош. Акысыз онлайн катталып, бизге өзүңүз жөнүндө, идеалдуу туристтик өнөктөштөрүңүз тууралуу, каяка баргыңыз келери тууралуу айтып бериңиз. Андан кийин биздин уникалдуу программалык камсыздообуз салыштыруу үчүн саякатта өнөктөштөрдүн идеалдуу катышын түзөт, анан биздин туризм боюнча эксперттерибиз сиздин сурамга ылайыкталган эстен кетсин саякатты түзүшөт.
Биздин кирешебиз саякаттарды сатуудан келип түшкөн комиссиялык төлөмдөрдөн куралат. Биздин максаттуу тобубуз – жылыга өргүүгө барышкан 30дан 44 жашка чейинки курактагы чоң адамдардын 68%ы, алар барларды же спорттук көңүл ачууларды жактырбайт. Алар өзүнө жаккан нерсени жасаган адамдар менен жолукканды каалашат, мурда акчасын жана убактысын короткон нерселерге акча сарптагысы келет. Элүү миң долларлык инвестиция менен TravelBlender он алты айдын ичинде кирешеге чыккан акчалай агымга алып келе алат. Биз бешинчи жылга карата он сегиз эселик киреше табабыз деп божомолдоодобуз.
БизTravelBlender – дос күтүп, саякаттаңыз!

Эскертүү / рефлексия

Кошумча ресурстар:
Питчинг
https://martrending.ru/brending/pitching
https://trends.rbc.ru/trends/education/5f171eca9a794765e7da11e4
https://kontur.ru/articles/1739
https://vc.ru/u/348886-be-smart/164176-pro-pitching-kak-poluchit-rezultat-ot-vystupleniya-pered-investorom

13-сессия
Машыктыруучунун көндүмдөрү

Мага айтсаң - унутам, үйрөтсөң - эстеп калам, кошо жасатсаң - үйрөнөм.

Бенджамин Франклин



Максаты: Тренердин көндүмдөрүн жана тренингди өткөрүүнүн ар түрдүү куралдарын карап чыгуу



Сессиянын жыйынтыгында катышуучулар:
Тренер ким экенин жана тренер кандай көндүмдөрдү өнүктүрүшү керек экенин түшүнө алышат
Чоңдорду жана өспүрүмдөрдү окутуунун өзгөчөлүктөрүн карап чыга алышат
Фасилитатор, модераторлук, тренерликтин айырмаларын түшүнө алышат
Коммуникация , кайтарым байланыш жүргүзүү көндүмдөрүн өнүктүрүшөт
Суроо берүү техникасын өздөштүрө алышат
Рефлексия жана дебрифинг жөндөмдүүлүктөрүн бекемдей алышат.



Ыкмалар жана формалар: Мини лекция; топтук иш; жалпы дискуссия, көнүгүү.



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт



Материалдар жана каражаттар: Калемдер, маркерлер, стикерлер, флипчат, PowerPoint, компьютер, проектор

Сессиянын жүрүшүнүнүн сүрөттөлүшү

Мини-лекция убактысы: 20 мүнөт

20-30 жолу өткөрүлгөн тренингден кийин тренер негизи негизги ыкмаларды өздөштүрөт. 200дөн кийин чеберчилик жаралат. Катышуучулар муну сезишет.

Анна Жукова, Бизнес-тренер. №1 Кееип

Таяныч конспект

Окуучулардын ишмердүүлүгүнүн когнитивдик (психикалык) чөйрөсүн сүрөттөгөн Б.Блумдун билим берүү максаттарынын атактуу таксономиясы эбак эле - 1956 -жылы пайда болгон. Блумдун улантуучулар аны миң жылдыктын аягында кайра карап чыгып, олуттуу модернизациялашкан.

2001-жылы Л. Андерсон жана Д. Кратвол тарабынан кайра каралып чыккан жана фигура аны кайра каралып чыккан формада көрсөтүп турат. Эми алар дагы бул версияны кайра карап чыгуу, дагы бир нерсени - Бөлүшүү (Share) пунктун кошуу жөнүндө сүйлөшүп жатышат, бул дагы заманбап дүйнөдө маанилүү чеберчилик.

Бардык көндүмдөр иерархиялык кадамдар түрүндө берилет жана жогорку даражадагы ой жүгүртүү жөндөмүнүн негизи болгон төмөнкү даражадагы ой жүгүртүү жөндөмүнө бөлүнөт.

Блумдун таксономиясы





Катышуучулар эске тутат:

Укканынын 20%ын;
Көргөнүнүн 30%ын;
Угуп-көргөнүнүн 50%ын.

Активдүү кабылдоодо маалыматтын 80%ы эсте калат.

Огайо университетинин профессору Эдгар Дэйл студенттерге бир эле материалды үйрөткөн, бирок муну ар кандай жолдор менен жасаган: окуу, лекция, демонстрация, талкуулоо, жагдайды окшоштуруу. Ал студенттердин бир канча убакыттан кийин изилденген материалды эстеп калуу жөндөмдүүлүгүн талдаган. Натыйжада, Дэйл эң эффективдүү эмес окутуу ыкмасы - окуу, эң жемиштүү - бул практика жана башкаларды үйрөтүү экенин аныкган. Дейл маалымат берүүнүн бардык формаларын конус түрүндө көрсөткөн. Пирамиданын базасында билимдин формалары турат, анын аркасы менен маалымат баарынан жакшы эсте калат, ал эми жогору жагында - ал начарыраак кабыл алынып, сиңирилгендер.

«1969-жылы билим берүү системасынын алкагында ар кандай билим берүүнүн эффективдүүлүгүн көрсөткөн изилдөө жүргүзүлгөн. Изилдөө материалдарынын негизинде "Окутуу конусу" түзүлгөн. Ал окутуунун эң аз өндүрүмдүү каражаты окуу жана лекция экенин, эң эффективдүүсү практикалык иш экенин көрсөтөт. Алардын ортосунда чыныгы тажрыйбаны көрсөткөн ыкмалар бар. Биздин билим берүү системабызда окуу процессинде негизинен

окуу жана лекция колдонулуп жатканы сизге парадоксалдуу көрүнбөйбү? Бул "окутуу конусу" 1969-жылдан бери эле белгилүү эмеспи!" - делет Роберт Кийосаки менен Дональд Трамптын китебинен үзүндүдө. "Эмне үчүн биз сенин бай болушуңду каалайбыз?"

Эгер жакшылап карасаңыз, Эдгар Дейл сүрөттөгөн окуу методдору менен Блумдун такталган таксономиясынын көндүмдөрүнүн ортосундагы байланышты көрө аласыз.



Чоңдорду жана жаштарды окутуунун өзгөчөлүктөрү





Чоңдор окууну каалашы керек
Чоңдор иш процессинде үйрөнүшөт
Мурдагы тажрыйбасы зор таасир берет ("байланышкан"кабылдоо)
Формалдуу эмес шартта жакшыраак окушат
Окутуунун ар кандай ыкмаларын колдонуу керек

Жаштар бири -бирин жакшы түшүнүшөт, алардын жалпы муктаждыктары, кызыкчылыктары, баалуулуктары бар.
Жаштар өзүнө жаккан адамдарды гана угушат.
Жаштар сырларын жана тажрыйбаларын башка жаштар менен бөлүшөт, кыйын учурда бири -бирин колдошот.
Жаштарга маалымат жана мотивация керек
Жаштар үчүн жүрүм -турум көндүмдөрүн өнүктүрүү маанилүү
Жаштарды ресурстарга багыттоо зарыл

Фасилитация	Модерация	Тренинг
(амер. англ. , лат. тилинен *Facilitate «көмөктөшүү, жеңилдетүү, жөнгө салуу»*) – макулдашууларга жетүү процессинде топтун артынан өз ара аракеттенүүнү уюштурууга багытталбаган жардам Топко жана өз ара аракеттенүүнүн сапатына көңүл буруңуз. Максаты - консенсуска жетишүүнү коштоо.	(нем., лат.тилинен *Moderor - «үнөмдөйм, крамайм, чектейм»*) – директивдүү структураланган алып баруу / кандайдыр бир маселени чечүү үчүн топтун талкуу процессин уюштуруу, көзөмөлдөө жана жөнгө салуу. Процесске, кээде мазмунга көңүл буруңуз. Максаты - белгиленген убакытта топту белгилүү бир жыйынтыкка жеткирүү.	Тре́нинг (англ. Training, train сөзүнөн «окутуу, тарбиялоо») — билимди, көндүмдөрдү жана көндүмдөрдү, ошондой эле коомдук мамилени өнүктүрүүгө багытталган активдүү окутуу методу. Максаты - баарлашууда инсандар аралык жана кесиптик жүрүм - турумдун компетенттүүлүгүн өнүктүрүү.

Кайтарым байланыш

Кайтарым байланыш - бул биздин жүрүм -турумубуздун жана иш - аракеттеribиздин башкаларга - биз билбеген адамдарга тийгизген таасири тууралуу маалымат. Кайтарым байланыш - бул бир адамдын же башкалардын жүрүм -турумуна же иш -аракеттерине реакциясын билдирип, аны оңдоого жардам берүүдө ишке ашат. Кайтарым байланышты интерпретациядан айырмалай билүү керек, мисалы, мүнөздүү ой жүгүртүү: " Сен муну жасап жатасың деп ойлойм ... "', жана кайтарым байланыш үчүн: "Сен бир нерсени жасаганда мен сезем ...". Интрерпритациялар туура эмес болушу мүмкүн же интерпретатордун таасиринде калышы мүмкүн. Кайтарым байланыш адамдын башка бирөөнүн таасирине болгон реакциясын чагылдырат.

"Кайтарым байланышты" менен камсыз кылуу эрежелери

1. Команданын биргелешкен ишмердүүлүгүндө кайтарым байланышты уюштуруу биргелешкен иштин зарыл компоненти болуп саналат.
2. Кайтарым байланыш баа берүүчү эмес, сүрөттөөчү мүнөздү алып жүрөт. Баа берүүчү кайтарым байланыш коргонуучу жүрүм -турумду күчөтөт.
3. Кайтарым байланыш жалпы эмес, спецификалуу болушу керек. "Сиз үстөмдүк кылганга ыкталгандыгыңыз" сыяктуу билдирүүлөр пайда алып келбейт. Муну "бул жерде жана азыр" конкреттүү мисал менен көрсөтүү максатка ылайыктуу. Мисалы: "Акыркы 10 мүнөттө эч кимге аягына чейин сүйлөөгө мүмкүнчүлүк бербегениңизде, баарынын сөзүн бөлдүңүз, мен сездим ...". Ошентип, кайтарым байланыш белгилүү бир окуя, абал ж.б. аяктагандан кийин дароо жүргүзүлсө жакшы болот. "
4. Сизге жакпаган нерсе жөнүндө айтуудан мурун, оң жактарын белгилеңиз.
5. Сизге жакпаган нерсе жөнүндө эмес, аны кантип өзгөртүүгө болору жөнүндө сүйлөшүү максатка ылайыктуу. Мисалы: "Менимче, эгер сиз башкалар менен аягына чейин сүйлөшүүгө мүмкүнчүлүк берсеңиз, жолугушуунун аягы натыйжалуу болмок."
6. Кайтарым байланышты берген адамдын гана эмес, алуучунун муктаждыктары жана жалпы иштин кызыкчылыктары эске алынышы керек.
7. Пикир алуучу өзгөртө ала турган мындай жүрүм -турумга, аракеттерге байланыштуу болушу керек. Болбосо, анын пайдасы жок
8. "Мен билдирүүчүмүн" колдонуңуз.
9. Кайтарым байланыш берүүдө "негативдүү" вербалдык эмес реакциядан качыңыз (жест, жаңсоо, баш чайкоо ж.б.).

Көнүгүү: “Сологой-Оң кол” **Максаты:** катышуучуларга пикирлердин ар кандай түрлөрүнүн өздөрүнө болгон таасирин башынан өткөрүүгө мүмкүнчүлүк берүү; пикирлердин ар кандай түрлөрүнүн таасирин түшүнүү

Убактысы: 20 мүнөт

Жол-жобосу:

1-кадам. 3 мүнөт. Тренер катышуучуларга мектеп жылдарын бир аз эске салган жөнөкөй оюн сыяктуу көнүгүүнү сунуштайт. Машыктыруучу кайсы катышуучунун оң менен жазарын экенин сурайт (оң колу менен жазат) жана сологой ким (сол колу менен жазат). Көнүгүүнү аткаруу үчүн, үстөмдүк кылбаган колуңузга калем алып (сол жактагы оң кол ээлери үчүн жана тескерисинче) жана "кайтарым байланыш" фразасын кагазга жазууңуз керек (басма тамгалар менен, жазма менен, каалагандай)

2-кадам.5 мүнөт. Тренер катышуучулардын фразаны аяктаганын же аяктап жатканын көрүп, аларды тегерете айланып басат жана ар бирине ар кандай кайтарым байланыш бере баштайт. Тренер ар бир катышуучуга бир түрдөгү кайтарым байланышты жана болжол менен бирдей мотивация, өнүктүрүүчү пикирлерди, мактоолорду жана сындарды бир топко берет жана кээ бир катышуучуларды көңүлгө албайт (кайтарым байланыш бербегенге мисал).

3-кадам. 3 мүнөт. Тренер катышуучулардан алынган КБ тын негизинде орун алмаштырууну суранат, анткени алар аны өздөрү баалашат. Ошол эле учурда тренер мактоо, сындоо, КБтынн жоктугу, мотивациялоочу КБ жана өнүктүрүүчү КБ бар экенин эске салат.

4-кадам. 10 мүнөт. Тренер катышуучулардан көнүгүүдөн алган таасирлери менен бөлүшүүсүн суранат. Ар бир топ кезеги менен сүйлөйт. Катышуучулар суроолорго жооп беришет: “Сиз машыктыруучудан кандай КБ алдыңыз? Сиз кандай сезимде болдуңуз? Көнүгүүнү кайталагыңыз келдиби? "

Жыйынтык: машыктыруучу флипке мындай деп жазат: мактоо, сын, КБтын жоктугу, конструктивдүү пикир. Биз сын жана мактоо КБ эмес экенин талкуулайбыз, ал конкреттүү жүрүм -турумду өзгөртүүгө же бекемдөөгө түрткү бербейт.

Билдирүүлөрдүн мисалдары:

Мотивациялоочу кайтарым байланыш:

"Тамгалар так жазылган, жазуу тамгасындай, каллиграфиялык, сулуу жана жакшы окулат, ушундай болуңуз"

2. Өнүктүрүүчү кайтарым байланыш:

"Кээ бир тамгалар жазма тамгалар менен, ал эми кээ бирлери басма болуп чыкты, кийинки жолу жазуу дагы гармониялуу болушу үчүн бир стилде жазууга аракет кылыңыз"

3. Мактоо: "Азамат!" "Жакшы!"

4. Сын: "Мейли, бул болбогон нерсе!" "Муну ким кылат?"

5. Кайтарым байланыштын жоктугу: "Ооба ... Эххх ...", "нормалдуу ..."

Суроолорду берүү техникасы

Катышуучуларды сүйлөөгө үндөй турган суроолорду түзүңүз. Ачык суроолор сизге бул жагынан жардам берет: "Сиз эмне деп ойлойсуз ...", "Эмнеге ...", "Кантип ...", "Эмне болсо ..."ж.б Ачык суроолор маектин өнүгүшүнө, уланышына салым кошот, аларга кыска жооп берүү мүмкүн эмес.

Ачык суроолордун төмөнкүдөй түрлөрү бар:
Түшүндүрүүчү суроолор - катышуучунун абалын же сезимдерин жакшыраак түшүнүүгө жардам берет:
- кылган иштериңиз тууралуу кененирээк айтып берсеңиз?
Багытталган суроолор - сүйлөшүүгө катышуучуну же башкаларды кошууга мүмкүндүк берүү:
- Сиздин пикириңиз кандай?
- Анан Аида бул тууралуу кандай ойдо?
Тандоо укугу бар суроолор - катышуучуга ар кандай жоопторду берүүгө мүмкүнчүлүк берет:
- Качан жолуга алабыз? Мен ишемби күнү кечинде же шаршемби күнү эртең менен бошмун ..
- Командандын пикирин сурасаңыз туура болмок? ЖЕ....
Жабык типтеги суроолор дагы колдонулат - мындай суроолорго "Ооба" же "Жок" деп жооп берсе болот же кыскача түз жооп берилиши мүмкүн: - Сиз бул тыянактарга макулсузбу? - Саат канча болду?
Тактоочу суроолор - жакшыраак түшүнүүгө өбөлгө түзөт, алынган маалыматты кайра чагылдырууну камтыйт:
- Мен муну туура түшүндүмбү ...?
"Сиз эмне үчүн маанилүү болгонун айттыңыз ... ушундайбы?
Тандоо укугу бар суроолор - маектешке ар кандай жоопторду берүүгө мүмкүнчүлүк берет:
- Столду терезенин же дубалдын жанына койгуңуз келеби? !!
- Эртең кечинде жолугушабызбы же эртеңби?!
Баа берүүчү суроолор - натыйжага, адамды, нерселерди баалоону камтыйт:
- Сиз мындай элементардык нерселерди билбейсизби?
- Баары көптөн бери түшүнүшөт, туурабы?
Директивдүү суроолор - иш -аракет кылууга түрткү берет:
- Бул документтердин көчүрмөлөрүн мага жөнөтө аласызбы?
- Жардам бере аласызбы?
Белгилөөчү суроолор - көйгөйдү, фактыларды, келишимдерди, жыйынтыкты айтуу:
- Демек, биз буга макул болдук?
Баа берүүчү суроолор - натыйжага, адамды, нерселерди баалоону камтыйт:
- Сиз мындай элементардык нерселерди билбейсизби?
- Баары көптөн бери түшүнүшөт, туурабы?
Директивдүү суроолор - иш -аракет кылууга түрткү берет:
- Бул документтердин көчүрмөлөрүн мага жөнөтө аласызбы?
- Жардам бере аласызбы?
Белгилөөчү суроолор - көйгөйдү, фактыларды, келишимдерди, жыйынтыкты айтуу:
- Демек, биз буга макул болдук?

Ким	...Мындан пайда табат? ... андан жабыркайт? ... бул боюнча чечим кабыл алат? ... түздөн-түз таасир берет?	... бул тууралуу эмне деп жатышканын да уккам? ... кеңеш алуунун эң жакшы жолу? ... бул иште негизги адамдар болобу? ... буга татыктуубу?
Эмне	... күчтүү / алсыз? ... бул башка перспективабы? ... башка альтернатива барбы? ... каршы далил болушу мүмкүн?	Эң жакшы / эң начар сценарий болуп саналат? ... эң көп / эң аз маанилүүлүү? ... Оң өзгөрүүгө жетишүү үчүн ...кылышыбыз керек? ... иш аракет кылууга тоскоол болуп жатат?
Кайда/Кайка	реалдуу дүйнөдө экендигибизди ... көрө алабыз? ...аналогиялык концепция, кырдаалдар ...бар? ...Көбүүрөөк зарылдык ... бар? ...дүйнөдө бул проблема болушу мүмкүн?	...көбүрөөк маалыматты... алабыз? ...жардам сураганга... кайрылабыз? ...бул идея биздии... алып барат? ...жакшыртуу үчүн чөйрөлөр ... бар?
Качан	...бул алгылыктуу/алгылыктуу эмес? ...биздин коомго пайда алып келет? ...көйгөй жаратышы мүмкүн? ...чара колдонууга жакшы учур....?	...ийгиликке жетишкендигибизди ...билебиз? ...биздин тарыхыбызда ...маанилүү роль ойноду? ...бул өзгөрө тургандыгын ... күтүүгө болот? ...жардам сураганга болот?
Эмне үчүн/ Эмнеге	...бул көйгөй/маселе болуп саналат? ...бул мен үчүн/башкалар үчүн... актуалдуу? ...бул эң жакшы /эң жаман сценарий? ...бул адамдарга таасир берет?	адамдар аны ...билиши керек? ...бул узак убакытта болду? ...мунун болушуна жол бердик? ...бүгүн буга керектүү?
Кантип	...буга окшош _____? ...бул ишти бузат? ...бул тууралуу чындыкты билебиз? ...буга коопсуз жакындай алабыз?	... бизге/башкаларга пайда алып келет? ...бизге/башкаларга зыян алып келет? ...келечекте көрө алабыз? ...биздин пайдабыз үчүн өзгөртө алабыз?



Дебрифинг: Светофор

Ар бир катышуучу тренингден кийин өз ишинде эмнени өзгөртөөрүн айтып бериши керек. Сиз светофордун түсү боюнча аракеттерди бөлүшүңүз керек:
- кызыл жарык - кылууну токтотуу;
- сары жарык - көбүрөөк кылуу / жакшыртуу;
- жашыл жарык - жасай баштаңыз, иш планга кошуңуз.

Эскертүү/рефлексия

Кошумча ресурстар:
Сессияларга презентациялар

14-сессия
Билим берүү программаларынын дизайны

Бир күндө сиз окуучуга сабак бере аласыз, эгер сиз ага кызыгууга жан ынтаа коюуга тарбиялай алсаңыз, ал өмүр бою билим алууну улантат.

Клэй П. Бедфорд



Максаты: билим берүү программаларынын дизайнына карта мамилени карап чыгуу жана тренингдин программасын иштеп чыгуу көндүмүн иштетүү



Сессиянын акырында катышуучулар:

Билим берүү программаларына 2 мамилени карап чыгышат.

Окутуунун интерактивдүү ыкмаларын карап чыгышат.

Өспүрүмдөр же өз региондорунун катышуучулары үчүн лагердин драфт программасын командада иштеп чыгышат.



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт



Материалдар жана каражаттар: Калемдер, карандаштар, маркерлер, А4 баракгары,флипчарт, Power Point, компьютер, проектор



Ыкмалар жана формалар: Мини-лекция, топтук иш; катышуучулардын презентациясы, жалпы талкуу



Дебрифинг: Светофор

Ар бир катышуучу тренингден кийин өз ишинде эмнени өзгөртөөрүн айтып бериши керек. Сиз светофордун түсү боюнча аракеттерди бөлүшүңүз керек:
- кызыл жарык - кылууну токтотуу;
- сары жарык - көбүрөөк кылуу / жакшыртуу;
- жашыл жарык - жасай баштаңыз, иш планга кошуңуз.

Эскертүү/рефлексия

Кошумча ресурстар:
Сессияларга презентациялар

14-сессия
Билим берүү программаларынын дизайны

Бир күндө сиз окуучуга сабак бере аласыз, эгер сиз ага кызыгууга жан ынтаа коюуга тарбиялай алсаңыз, ал өмүр бою билим алууну улантат.

Клэй П. Бедфорд



Максаты: билим берүү программаларынын дизайнына карта мамилени карап чыгуу жана тренингдин программасын иштеп чыгуу көндүмүн иштетүү



Сессиянын акырында катышуучулар:

Билим берүү программаларына 2 мамилени карап чыгышат.

Окутуунун интерактивдүү ыкмаларын карап чыгышат.

Өспүрүмдөр же өз региондорунун катышуучулары үчүн лагердин драфт программасын командада иштеп чыгышат.



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт



Материалдар жана каражаттар: Калемдер, карандаштар, маркерлер, А4 баракгары,флипчарт, Power Point, компьютер, проектор



Ыкмалар жана формалар: Мини-лекция, топтук иш; катышуучулардын презентациясы, жалпы талкуу

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

Мини-лекция Убактысы: 20 мүнөт

Окуткан педагог, педагог эмес, окуучусу кандай окуп жатканын сезип турган педагог.

В. Е. Шаталов

Таяныч конспект

Тренинг программасынын дизайны

Тренинг программасынын түзүүчүлөрү:

- *Курстун темасы*
- *Модуль*
- *Сессия (45 мүн – 1,5 с.)*
- *Предмет (суроо, метод)*

Тренинг программасынын деталдары:

- Тренингдин аталышы, күнү, сааты
- Максаттуу топ
- Негизги окуу максаттары
- Чечилүүчү негизги маселелер
- Модулдар, ар бир модулдун максаттары
- Ар бир модулдун сессиялары, ар бир сессиянын максаттары
- Тема, ар бир сессиянын суроосу жана убакытты көрсөтүү менен иш - аракеттердин, ыкманын деталдуу сүрөттөлүшү
- Кандай материал керек (визуалдык, визуалдык, макеттер)
- Кандай каражаттар керек (проектор, техникалык түзүлүштөр)

Дүйнөлүк экономикалык форумда "Билим берүүгө болгон жаңы көз караш" докладында билим берүүнүн бардык этаптарында түзүлө турган билим берүүнүн жыйынтыктары үч түргө бөлүнгөн жаңы модель сунушталды: базалык сабаттуулук, компетенттүүлүк жана мүнөздүн сапаттары.

XXI кылымдын көндүмдөрү. Дүйнөлүк экономикалык форум. "Билим берүүгө болгон жаңы көз караш" доклады

Базалык сабаттуулуктун түрлөрү	Компетенциялар	Мүнөздүн сапаты
1. Тилдик сабаттулук	1. Сынчыл ой жүгүртүү	1. Кызыгуу
2. Сандык сабаттуулук	2. Креативдүүлүк	2. Демилгелүүлүк
3. Табигый-илимий сабаттулук	3. Коммуникация	3. Туруктуулук
4. МКТ сабаттуулук	4. Кооперация	4. Адаптивдүүлүк
5. Финансылык сабаттулук		5. Лидерлик
6. Жарандык жана маданий сабаттулук		6. Социалдык жана маданий маалымдуулук

Бул компетенциялар окуучулардын жөндөмдүүлүктөрүнө жана көндүмдөрүнө негизделет, алар элестетүү, идеяларды жаратуу, аргументтерди куруу, маалыматтын жоктугун баса белгилөө жана издөө, өз идеяларын түзүү жана башкалардын идеяларын иштеп чыгуу, өз божомолдорун жана өкүмдөрүн баалоо, кабыл алуу. Топтун максаттарын жана жалпы жыйынтыкты баалоо. Бөлүнгөн көндүмдөр окуучулардын изилдөө ишмердүүлүгүнүн негизинде, өз алдынча жана башкалар менен кызматташуу жөндөмүнүн негизи болуп саналат. Бул компетенцияларды калыптандыруу үчүн билим берүү программаларын иштеп чыгууда ар кандай ыкмалар бар. Биз алардын экөөнү карайбыз:
KSA модели - Knowledge, Skills, Attitude (Билим, Көндүмдөр жана Мамиле)



Бул модель Азия -Тынч океан аймагынын билим берүү системасында кеңири колдонулат - Гонконг, Сингапур, Түштүк Корея. Анын негизинде Гонгонгдун билим берүү стандарттары калыптанган.

Билим берүү программасын түзүүдө жаңы билимдердин жана көндүмдөрдүн калыптанышына, ошондой эле мамилеге же баалуулуктарга көңүл буруу керек. Ошол эле учурда баалуулуктарды жана көндүмдөрдү калыптандырууда окуучулар өздөрү керектүү билимди тандашат же табышат.

Ошондуктан, интерактивдүү окутуу ыкмаларын колдонуу, окуучулар мугалим / тренер / фасилитатор менен гана эмес, бири -бири менен өз ара иш -аракет жүргүзүүсү маанилүү.



Окутуунун интерактивдүү ыкмалары

Ыкма	Максат	Узактыгы	Аралык
Жалпы дискуссия	Актуалдаштыруу	10-30 мүн.	1-2 сааттан кийин
Мини-лекция	Маалымат берүү	5-10 мүн.	1 сааттан кийин
Кырдаалдык оюндар	Түшүнүү	10-20 мүн.	
Проблемалык оюндар	Актуалдаштыруу	5-15 мүн.	
Энергетикалык оюндар	Тонусту көтөрүү	1-5 мүн.	2-4 сааттан кийин
Ролдук оюндар	Жүрүм-турумдун өзгөрүшү	15-30 мүн.	
Кичи топтордо дискуссиялоо	Бекемдөө	30-60 мүн.	4 сааттан кийин
Жекече иш	Бекемдөө	10-20 мүн.	
Кейстер	Бекемдөө, актуалдаштыруу		

Бардык адамдар ар түрдүү жана маалыматты кабыл алышат жана ар кандай жолдор менен үйрөнүшөт. ЮНИСЕФ ар кандай окутуу стили жана мугалим / тарбиячы стратегияларынын маанилүүлүгүн баса белгилеген мугалимдин колдонмосун чыгарды. Бул стратегиялар окуу процессин инклюзивдүү кылууга жардам берет.

Окутуу стили же окутуунун көйгөйү	Мугалимдин стратегиясы
Визуалдар (анын ичинде угуусундагы бузулуусу бар окуучулар)	Предметтер же сүрөттөр(фото сүрөттөр,конкретүү линиялардын , абстракттуу визуалдык элестөөлөрдүн сүрөттөрү): маалыматты түстүү кодировкалоо; визуалдык органайзерлер
Аудиалдар (анын ичинде көрүүсүндө бузулуусуу бар оуучулар)	Талкуунун негизиндеги лекциялар же окутуулар, тең куралтагылар менен бирге иш чаралар,аудиокитептер,текстти кепке айландыруудагы программалык камсыздоолор
Окууда же көңүл бурууда кыйынчылыгы бар балдар	Маалыматтын анча чоң эмес бөлүктөрү,тез кайталануулар,тексттик материалдын ар түрдүү деңгээлдери,бир нече мисалдар,конкреттүү окутуу тажрыйбасы
Кинестетикте же активдүү балдар	Практикалык окутуулар,предметке тиешелүүлүгү,тактилдик графика, дайым кыймылдар,долбоорлордун негизинде окутуу
Маданий жактан ар башка окуучулар	Маданий жаатка тиешелүү материалдар жана усулдук мамилелер
Темалар боюнча ар түрдүү фондук билимге ээ балдар	Фондук билимдер, мүмкүн, зарыл, болжолдуу элестетүү же анализдөө

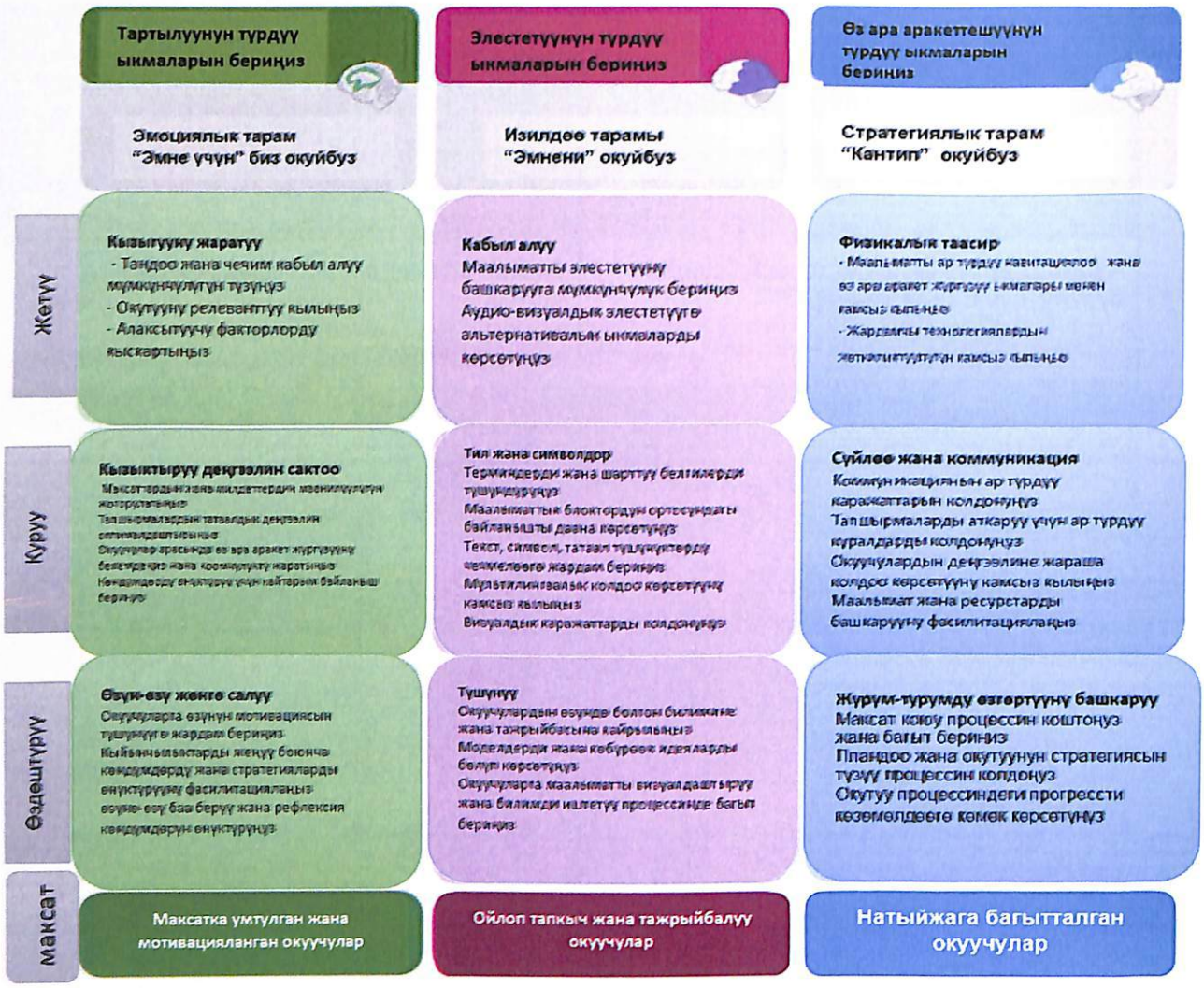
Окутуунун бул өзгөчөлүктөрү өзгөчө экинчи моделде колдонулат - UDL - UDL - Universal design for learning .Бул моделди кененирээк карап көрөлү.
UDL - Universal design for learning.

UDL модели - Окуутунун универсалдуу дизайны

Билим берүүдөгү универсалдуу дизайн убакытты жана башка ресурстарды эске алуу менен бардык окуучулардын жекече окуу жолдорун кыйынчылыксыз эске алган билим берүү чөйрөсүн түзүүгө жардам берет. "Ар бир окуучу эмнеге үйрөнө алат?" - "Окуу программасын кантип үйрөтүү керек?" - Бул ыкма ар бир окуучунун өзүнүн жеке окуу жолу бар экенин түшүнүүгө жардам берет.
Билим берүү талаасында ар түрдүү окуучулардын муктаждыктарын канааттандырууга жардам берүүчү универсалдуу дизайн / окутуунун өздүк принциптери бар. UDL көрсөтмөлөрү инклюзивдик билим берүү долбоорлорун ишке ашыруучу CAST компаниясы тарабынан иштелип чыккан.

Гайдлайндарды кантип колдонууга болот

UDL көрсөтмөлөрү жазылбаган эрежелер эмес, тескерисинче, алар курсту иштеп чыгууда жана жаңыртууда, ошондой эле тренингди баалоодо колдонула турган көрсөтмөлөр.
Төмөндө көрсөтмөлөрдүн негизги компоненттери келтирилген:



Кейс: Биз телеграммада же башка мессенджерде ишке ашырылган онлайн курсун жаңыртып жатабыз деп элестетели. Окуучулар чатта маалыматты жана үй тапшырмасын алышат, жоопторду ошол жерге же инструкторго жеке жөнөтүшөт. Инструктор үй тапшырмасын текшерет жана чатка текст же аудио жазуу түрүндө жалпы пикир жөнөтөт. Келгиле, UDL принциптерине кайрылып, курсту кантип жакшырта аларыбызды карап көрөлү.

Маалымат берүүнү жакшыртуу:

- Текст жана аудио / видео форматтарынын айкалышын колдонобуз. Аудио формат окуялар, мисалдар, жөнөкөй теориялар менен жакшы дал келет. Текст үчүн татаал түшүнүктөрдү калтырабыз.
- Эгерде маалымат аудио / видео форматында берилсе, кыскача резюмени же негизги корутундуларды текст түрүндө кайталайбыз. Ошентип, маалыматты табууну жеңилдетебиз.
- Кыска текст билдирүүлөрүндө, эмодзилерди колдонуп, калын же курсив менен бөлүп көрсөтүү, шилтемелерди берүү мүмкүнчүлүгүн этибарга албайбыз. Узун материалдарды макала түрүндө беребиз.
- Эмне үчүн окутуу ыкмаларынын түрлөрү ар кандай болушу керек?
- Сүрөттөрдү / графиктерди / таблицаларды колдонууда алардагы эң маанилүү нерсени белгилеп, максаттуу аудиториянын таанып -билүү аракеттери маалыматты "декоддоого" жумшалбашы үчүн кол коёбуз.

- Окуучуларга мазмунду өзү үчүн кантип ыңгайлаштырууну түшүндүрөбүз: фон түсүн өзгөртүү, аудиону тездетүү, чатта бөлүшкөн медиа материалдарды кайдан табуу керек.
- Окуучулар окуу логикасын түшүнүүсү үчүн курстун структурасын / программасын дайыма кайра карап чыгуу. Окуу программасы Google документинде бөлүшүлүшү же сүрөт катары чатка түз түшүшү мүмкүн. Ошентип, модулдар менен темалардын ортосундагы байланышты ачык көрсөтөбүз.
- Навигацияны жеңилдетебиз: билдирүүлөрдү санайбыз, эң маанилүү маалымат менен билдирүүлөрдү оңдойбуз, жуманын планын түзөбүз. Модулдардын ортосундагы тыянактарды оңдойбуз.
- Керектүү кошумча материалдарды беребиз: тизмелер, жазуулар, электрондук эскерткичтер, жазууларды алуу жана тапшырмаларды аткаруу үчүн шаблондор.

Өз ара аракеттенүүнү жакшыртуу:

- Тапшырмаларды аткаруу үчүн ар кандай форматтарды сунуштайбыз: текст түрүндө, сүрөттөр, менталдык карталар, сюжет такталары, сүрөттөр, комикстер ж.б.
- Тапшырмаларды аткаруу үчүн колдонула турган куралдар боюнча кеңештерди беребиз. Ошентип, окуучу жыйынтыгын сактоого мүмкүндүк бербеген акысыз программасында тапшырмаларды аткарууну баштабайт.
- Үйрөнүүчүлөрдүн ар кандай түрлөрү үчүн насаатчылыктын ар кандай стилдерин колдонобуз - жаңы баштагандарга терең колдоо көрсөтүп, алдыңкыларына жетекчилик кылабыз. Тапшырмаларды текшерүүдө дифференциалдуу кайтарым байланышты камсыздайбыз. Жекече иштөө мүмкүнчүлүгү жок болсо дагы, жеке окуучуларды, алардын жоопторун жана реакцияларын бөлүп көрсөтөбүз, жеке мамилени колдонобуз.
- Үй тапшырмасынын купуялыгын тандоо мүмкүнчүлүгүн беребиз - аны чатка же инструкторго жеке жөнөтүңүз.
- Окуучуларга максаттарды түзүүгө жана алардын ийгиликтерин көзөмөлдөөгө жардам берүү (мисалы, сүрөттөрдүн алдында жана кийин, адаттарды жана көндүмдөрдү өнүктүрүү үчүн текшерүү тизмесин колдонуу).
- Өзүн-өзү рефлекиялоо жана бири-бирине кайтарым байланыш берүү үчүн окуунун ылдам жана жай темпинин жана ортосундагы балансты табабыз

Катышууну жакшыртуу:

- Маалыматтын / тапшырмалардын татаалдыгынын бир нече деңгээлин камсыздайбыз, ошондо ар бир окуучу курсту өзүнө ылайыкташтыра алат.
- Коопсуздук менен тобокелдиктин ортосундагы балансты табабыз: биз календарды, графиктерди колдонобуз, окутуунун божомолдуулугун жогорулатабыз, алдыдагы өзгөрүүлөр жөнүндө эскертип турабыз, ал эми маал -маалы менен жаңылыктын эффективдүүлүгүн түзүү үчүн бир ыргактуу окутууга жол бербейбиз.
- Иштин темпин жана модулдардын узактыгын өзгөртөбүз.
- Эгер бул окутуунун максаттарына каршы келбесе, окутуу топторун түзөбүз.
- ийгилик стратегияларында каталарды трансформациялоого жардам бере турган маалыматтык кайтарым байланыш беребиз .
- Биз сурамжылоолор, тесттер, дискуссиялар аркылуу окуучулардын канааттануу деңгээлин дайыма көзөмөлдөп турабыз.

- "Окуу, окуу" деген көндүмдөрдү өнүктүрүүгө багытталган, ички каршылыкты жеңүүдө жана тышкы алаксыткан нерселерди чечүүдө эскертмелерди, колдонмолорду жана контролдук тизмелерди беребиз .

Жыйынтыктар:

- UDL гайдлайндары иштеп чыгуучуга максаттуу аудиториянын муктаждыктары жөнүндө гипотезаны тагыраак түзүүгө жана аны изилдөө баскычында текшерүүгө мүмкүндүк берет.
- UDL принциптеринин негизинде, окуу материалдарын долбоорлоо жана максаттуу аудитория менен иштөөнү пландоо үчүн текшерүү баракчасы түзүлөт.
- Универсалдуу Дизайн принциптери курсту баалоонун ички жана тышкы формасын иштеп чыгууга жакшы негиз түзө алат.



Көнүгүү: Өспүрүмдөр үчүн дизайн-ой жүгүртүү боюнча лагердин программасын иштеп чыгуу



Максаты:Билим берүү программасын иштеп чыгуу көндүмүн иштетүү



Убакыт: 30 мүнөт



Жол-жобосу



Чакан топто иштөө (1 топто 5-6 киши)

1. Тренингдин темасын аныктоо
2. Узактыгын аныктоо
3. Катышуучуларды сүрөттөө
4. Тренинг кайсы көйгөйдү чечет
5. Кайсы натыйжалар ишке ашышы керек
6. Программада кайсы модулдар болушу керек
7. Ар бир модулга канча убакыт берилет
8. Ар бир модулдун алкагында кандай сессиялар бар



Дебрифинг:

1. Ыкмалардын кайсынысы сизге алымдуу болду?

2. Өспүрүмдөр же башка тайпалар үчүн дизайн-ой жүгүртүү боюнча лагердин билим берүүчү программасын иштеп чыгууда бул ыкмаларды кандайча колдонууга болот?

Эскертүү / рефлексия

Кошумча ресурстар:

Дополнительные ресурсы:
1.https://skolki-project.com/blog/printsipy-universalnogo-dizajna-v-obrazovanii

2. https://udlguidelines.cast.org/

15-сессия

Өзүңүздүн тренингди же лагерди кантип уюштурууга болот

"Сизде ийгиликсиздиктер болот. Сиз жаракат аласыз. Сиз жаңыласыз. Сизде депрессия жана үмүтсүздүк мезгилдери болот. Тренингге үй-бүлө, окуу, жумуш, тиричилик сыяктуу көйгөйлөрдүн бардыгы бир же эки жолу эле эмес тоскоолдук жаратышы мүмкүн. Ошентсе да сиздин ички дүйнөңүздөгү компастын жебеси ар дайым бир гана максатка жетүү жолун көрсөтүп турушу керек."

Стюарт МакРоберт



Максаты: ТОТ катышуучуларын өспүрүмдөрдү дизайн-ой жүгүртүү боюнча өзүнүн тренингин же лагерин өткөрүүгө даярдоо



Сессиянын акырында катышуучулар:

Тренингдин циклин карап чыга алышат

Тренингдин динамикасын түшүнүшөт

"Текайым" КФнын тажрыйбасындагы программанын мисалдарын карап чыгышат

Өзүнүн тренингинин же лагеринин программасын иштеп чыгат



Сессиянын убактысы: 90 мүнөт



Ыкмалар жана формалар: Мини-лекция, топтук иш



Материалдар жана каражаттар: компьютер, проектор, флипчарт, катышуучулардын компьютерлери, мындан тышкары 1 командага 1ден кошумча компьютер

Сессиянын жүрүшүнүн сүрөттөлүшү

 Мини-лекция  Убактысы: 20 мүнөт

Эмнени үйрөнбө, баары өзүң үчүн.

Петроний

Таяныч конспект

Тренингдерди уюштурууда окуу циклин билүү жана колдонуу абдан ыңгайлуу: мурда, учурунда жана кийин

Тренерге, фасилитаторго тренингге даярдануура, тренингди өткөрүүгө жана аны аягына чыгарууга мүмкүндүк берүүчү окуу цикли жөнүндө билүү маанилүү.

Таблицада тренингге чейин, тренинг учурунда жана андан кийин кароо маанилүү болгон бардык кадамдар жана маселелер сүрөттөлгөн.

Тренингдин цикли	Логистика	Административдик суроолор	Контент	Жүрүм-турум
Чейин даярдоо	Катышуучуларды каттоо тизмеси, Имарат, Жабдыктар, Материалдар, Презентация, Таркатма материалдар	Тренингдин / лагердин темасы жана максаты жөнүндө айтып берүү, программаны сунуштоо.	Презентация Контент Ыкмалар	Маанай Сырткы көрүнүш
Учурунда	Тренигдер үчүн столдордун конфигурациясын - столдорду 2 ден бири-бирине бириктирип коюу керек, тегерегине 4-6 отургуч коюу керек	Биринчи сессияны таанышуудан, долбоорду жана тренерлерди тааныштыруу менен башталышы керек, ошондой эле уюштуруучуларды жана өнөктөштөрдү айтуу маанилүү. Тренинг / лагерь учурунда сүрөткө тартууга аракет кылыңыз.	Мазмунду колдонмодон алып же болбосо өзүнүзгө ылайыктап алыңыз	Эффективдүү сүйлөө, айтып берүү көндүмдөрүн колдонуңуз жана аудитория менен иш алып баруу интерактивдүү ыкмалар аркылуу жүргүзүлүшү керек

Окутуудан кийин	Ар бир катышуу күнү үчүн бардык катышуучулардын колун чогултуп алыңыз Бөлмөнү иретке келтирүү Жабдыктарды кайтарып берүү Сертификаттарды тапшыруу	Кайтарым байланыш анкетасынын колдонуңуз. Өзүңүз үчүн анализ жасаңыз: эмнени жакшыртса болот, тренинг / лагерь кандай өткөнү тууралуу сүрөттөр жана инсайттар, тренердин да катышуучулардын да байкоо жүргүзүүлөрүн камтыган мини-отчет даярдаңыз.	Сиз тренинг/лагерди анализдеп жатканда, мазмунга корректировка киргизүү сиз үчүн оңой болот, жана бул тууралуу отчетто көрсөтүшүңүз керек.	Тренинг/ лагерь аяктаган сайын, катышуучу-ларга активдүү катышкан-дыгы үчүн ыраазычы-лык билдириңиз , керектүү учурунда үй тапшырма бериңиз жана социалдык тармактар-да белгилеп, рецензия жазууну сураныңыз.

Лагерди кантип уюштуруу керек (CAMP)?

Адатта лагерь узакка созулган иш-чара болуп саналат. 1 же 2 жума болгондо, катышуучулар ар кандай темалардын циклинен өтүшөт. Ар бир лагердин өзүнүн аталышы - тематикасы болот. Эгерде лагерлер өспүрүмдөр үчүн болсо, алар, адатта, каникул күндөрүндө өткөрүлөт, ошондой эле мектептен тышкаркы иш-чара катары өткөрсө да болот же дем алыш күндөрү эки күндүк лагерлерди өткөрүүгө болот.

Лагерди уюштуруу үчүн сиз:

1. Лагердин максатын жана милдетин, ошондой эле катышуучуларды аныктап алыңыз.
2. Эгер сиз жуп болуп лагерь уюштурсаңыз сиз команда жөнүндө ойлонушуңуз керек болот, анда жоопкерчиликти бөлүштүрүү, лагерди даярдоо жана өткөрүү сизге бир топ жеңил болот. Сиз ошондой эле ыктыярчыларды, конок спикерлерди же менторлорду тартсаңыз болот.
3. Андан кийин сиз программа түзүшүңүз керек же программаны катышуучуларга жана лагерди өткөрө турган аймакка ылайыкташтырышыңыз керек. Бул учурда, сиз со-тренериңиз менен ким кайсы бөлүктү даярдайт жана жооптуу боло тургандыгын бөлүшүп алсаңыз болот.
4. Андан кийин катышуучуларды ачык тандоо же сиз иштеп жаткан жамаат аркылуу аныктап алсаңыз болот, ошондой эле логистикалык маселелерди чече башташыңыз керек: имарат, каражаттар, материалдар, тамак-аш.

Чындап кызыккан катышуучуларды тандоонун эң жакшы жолу - бул потенциалдуу катышуучулар менен жолугушуу уюштуруу жана алар менен

сүйлөшүү керек. Алардын пикирин жана кызыгуусун билип, лагердин программасын көрсөтүп, катышууга болгон мотивациясын айтуусун сураныңыз. Лагерь башталаар алдында мындай жолугушуу программаны катышуучулар үчүн чындап керектүү көндүмдөргө тууралоого жардам берет. Лагерге балдар да, кыздар да катыша алышат. Биздин тажрыйбабыз боюнча, атаандаштык жана үстөмдүк көп болбошу үчүн кыздардын пайыздык санын көбөйтүүгө болот.

5. Андан кийин чыгымдарды эсептеп, лагерге "Текайым" КФ менен кызмат көрсөтүү боюнча келишимге кол коюушуңуз керек.

6. Лагердин өзүн өткөрүү. Катышуучулардын колтамгасы менен ар бир күн үчүн каттоо баракчаларын түзүү, ошондой эле лагерь учурунда сүрөткө тартуу абдан маанилүү.

7. Лагерден кийин анализ жасап, отчет даярдап, бардык материалдарды отчетко тиркеңиз. Кийинки жолу жакшыртыла турган нерселерге сунуштарды бериңиз. Катышуучулардан кайтарым байланыш жана алардын пикирлерин чогултуңуз.

Лагердин үлгүсү: Technovation Girls

Day 1			Day 2		
9:00 - 11:00	Registration. Introduction What is the Technovation Challenge? Technovation challenge requirements Success stories of winners	Presentation Group discussion Group work	9:00 - 11:00	Team building Team forming	Presentation Group discussion Group work Team building
11:00 - 11:30	Coffee-break		11:00 - 11:30	Coffee-break	
11:30 - 14:00	Ideation and design thinking How to select a problem Pitching	Presentation Group discussion Group work	11:30 - 14:00	Ideation and design thinking Speed sessions	Presentation Group discussion Group work
14:00 - 14:30	Coffee-break		14:00 - 14:30	Coffee-break	
14:30 - 17:00	Block app inventory Prototyping How to make presentation video	Presentation Group discussion Group work	14:30 - 17:00	How to develop a successful Business plan Registration in the system Requirements to the documents	Presentation Group discussion Group work

Өспүрүмдөр үчүн дизайн-ой жүгүртүү боюнча лагердин үлгүсү

Убакыт	Тема	Кыскача сүрөттөлүшү	Методдор
2 саат	Дизайн-ой жүгүртүүгө киришүү	• Инновациялар • Негизги түшүнүктөр • Колдонуучуга багытталган тейлөө продуктулары • Капчык оюну	Презентация Оюн Жалпы талкуу
2 саат	Эмпатия Катышуучу-лардын көйгөйүн/ дартын аныктоо Фокусировка	• Эмпатия – персонаны аныктоо жана интервью / сурамжылоо аркылуу • Болгон продуктуну жана тейлөө кызматтарын, блогерлерди талдоо • Эмпатия картасын түзүү • Көйгөйдүү чечүүгө биз кандай жардам көрсөтсөк болот, формулировкасы	Презентация Чакан топтордогу иштер Үй тапшырма
2 саат	Идеяларды генерацияло о, Идеяларды тандоо жана прототип түзүү	• Идеяларга мээ чабуул жасоо • Инновациянын концепциясын түзүү • Идеяларды тандоо куралдары • Прототип түзүү	Презентация Чакан топтордун иштери Жалпы талкуу Кейстерди талдоо
3 саат	Maker Day	• Өзүнүн продуктусун жаратуу • Питчинг көндүмдөрү	Менторлор менен жүргүзүлгөн иштер Чакан топтордогу иштер
3 саат	Тестирлөө жана дайыма жакшыртуу	• Продуктулардын презентациясы • Кайтарым байланыш жана рефлексияларды чогултуу • Кантип ар дайым жакшыртуу «агенти» болууга болот • Сертификаттарды жана белектерди тапшыруу	Презентация Жалпы талкуу Кейстерди талдоо



Көнүгүү: Региондорго адаптациялоону эске алуу менен өспүрүмдөр үчүн дизайн-ой жүгүртүү лагеринин драфт программасын командаларда иштеп чыгуу



Максаты: Адаптациялоону эске алуу менен лагерлердин прогаммасын иштеп чыгууну аягына чыгаруу.



Убактысы: 50 мүнөт



Жол-жобосу: Жергиликтүү контекстти жана өспүрүмдөрдү окутуу өзгөчөлүктөрүн эске алуу менен өзүңүздүн командаңыз менен 2 күндүк лагерди иштеп чыгышыңыз керек.

Бир күнгө максималдуу активдүү иш алып барууга 6 саат кетет, 2 кофе-брейкке тыныгуу болот. Материалдарды жана ыкмаларды да жазуу керек.



Жыйынтыктоо:

Жалпысынан лагерь үчүн төмөнкү даярдык иштерин жүргүзүү керек:

1. Лагердин тематикасын аныктоо
2. Күчтүү инициативалык топ (уюштуруучулар)
3. Максаты жана милдети (абдан маанилүү)
4. Бюджет же керектүү ресурстар
5. Программа (күн сайын убактысын көрсөтүп жазуу керек)
6. Нетворкинг
7. Билим жана көндүм менен бөлүшүүнү абдан каалоо
8. Жоопкерчилик жана мотивация сиздин эң жакшы жардамчыларыңыз!

Эскертүү / рефлексия