

A photograph of a man and a woman standing on a balcony, looking out over a city. The man is on the left, wearing a white t-shirt, and the woman is on the right, wearing a patterned jacket. They are both looking towards the right side of the frame. The background shows a dense urban landscape with many buildings and trees, extending to a hazy horizon. The text is overlaid on the upper part of the image.

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ
(Neil Howe, William Strauss)

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ



Современная теория поколений:

разработали американские ученый драматург и историк Уильям Штраус и экономист и демограф Нэйл Хоув и изложили ее в своей книге «Поколения: История Будущего Америки» (Generations: The History of America's Future), изданной в 1991 году.

Хоув и Штраус изучили период всемирной истории с **1584 по 1991** год и сделали прогноз до 2069 года. В XX веке они вычленили пять поколений и в XXI веке – одно.

Адаптация теории поколений для России:

Команда под руководством Евгении Шамис (координатор проекта Regenerations 2003-2004 г.) Для эффективного управления разновозрастным персоналом нужно понимать, как общаться с тем или иным поколением.

ПОКОЛЕНИЕ –

это группа людей, рожденных в определенный временной период, испытавших влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания, с похожими ценностями.



ПОСТУЛАТЫ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ

1. Принадлежность к поколению в Теории поколений определяется НЕ по году рождения или возрасту, а на основании **общих ценностей**. Указываемые года являются ориентировочными границами поколений. В один и тот же год, в одной и той же стране могут родиться люди, впоследствии разделяющие очень разные ценности и принадлежащие к разным поколениям.
2. Теория поколений сформулирована и применяется не для всего населения страны, а для ее **СРЕДНЕГО КЛАССА**. В США и других странах он выделяется по экономическим возможностям, в России к нему причисляют себя **люди с определенным уровнем дохода (не менее 20-30 тыс. \$ на семью) или высшим образованием**.
3. В классической Теории Поколений говорится не о возрасте, а о том, что поколения находятся в разных фазах: **осваивать ценности, пробовать или жить ценностями, управлять при помощи ценностей, создавать ценности, сохранять их**.

ЦЕННОСТИ

ТРИ ОСНОВНЫЕ ГРУППЫ ЦЕННОСТЕЙ:

- **универсальные** (общечеловеческие, мало зависящие от времени и культуры) - *благополучие близких, любовь, мир, свобода, уважение и др.*);
- **групповые** (представления групп людей, отличающихся по возрасту, национальности, религии) - *взаимопомощь, дисциплина как организованность, интернационализм, солидарность, равенство стартовых возможностей и др.*)
- **личностные** (собственные ценности конкретного человека) - *верность, доброта, патриотизм, честность и др..*

ЦЕННОСТИ

На формирование ценностей влияют многие факторы – **культурные, политические, экономические, социальные, технологические**. Особую роль играет **модель воспитания, принятая в семье**.

Многие ценности формируются до 12-14 лет, в этот период человек принимает модель поведения в семье как должную, он не воспринимает ее критически, что есть добро, а что - зло, ребенку говорят родители. Так формируется система ценностей, с которой человек проживает жизнь.

Конфликты поколений обусловлены не разницей в возрасте, а различием ценностей



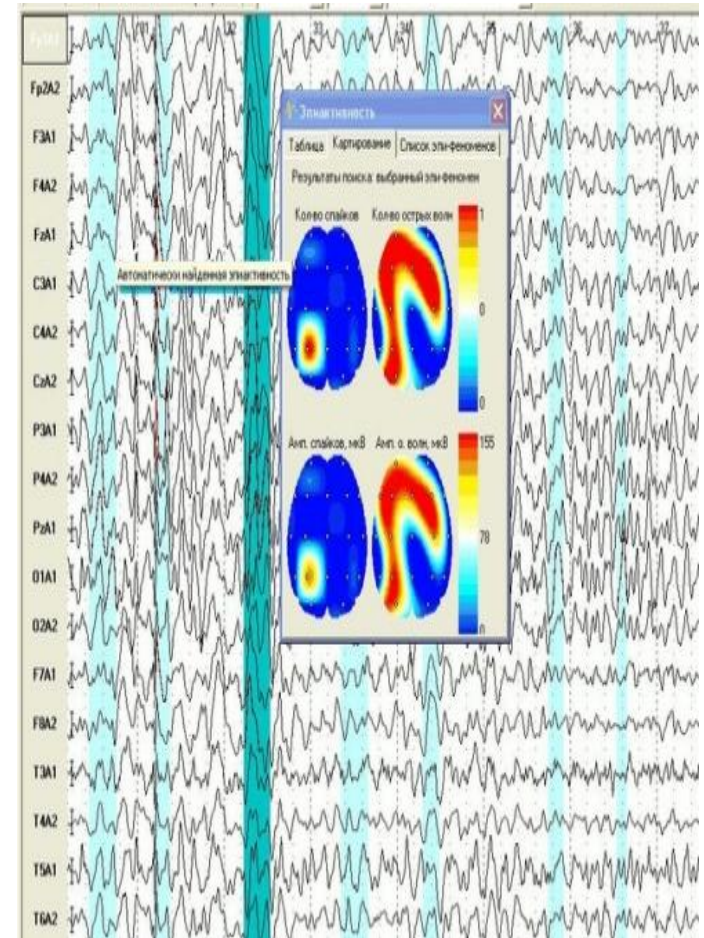
БИОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАКОНЫ УСВОЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ (1)

(Брюс Липтон, «Биология веры», 2006)

Эволюция наделила наш мозг *способностью запечатлеть в памяти невообразимое множество фактов и моделей поведения.* Ученые полагают, что ключом к пониманию этой его способности является **электрическая мозговая активность.**

До двух лет у детей в мозговой активности преобладают **дельтаволны** (от 0,5 до 4 колебаний в секунду (герц)).

В возрасте от двух до шести лет у ребенка начинает преобладать мозговая электрическая активность более высокой частоты — **тетаволны** (48 Гц).



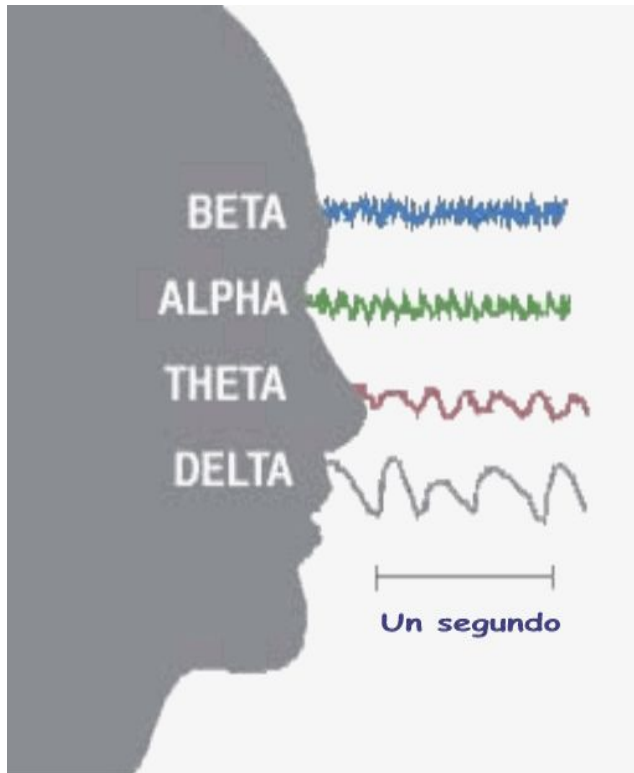
БИОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАКОНЫ УСВОЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ (2)

Брюс Липтон,
«Биология веры», 2006

Становясь старше, мы делаемся менее восприимчивыми к внешнему программированию и в нашей мозговой активности начинают все отчетливей преобладать **высокочастотные альфаволны**.

Приблизительно в **двенадцатилетнем возрасте** в деятельности мозга ребенка начинают наблюдаться продолжительные периоды еще более высокочастотной, так называемой **бетаволновой активности**.

Способность усваивать информацию в случае преобладания в мозговой активности альфа- и бета- волн значительно снижается.



БИОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАКОНЫ УСВОЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ (3)

(Брюс Липтон,
«Биология веры»,
2006)



Многие родители попросту не понимают, что слова «Ты слюнтяй и слабак» или «Ты никогда ничего не добьешься в жизни» запечатлеваются в подсознательной памяти ребенка в качестве непреложных «фактов», как биты и байты на жестком диске настольного компьютера. Дети еще не способны критически оценивать необдуманные родительские словоизлияния и воспринимают их как **подлинную характеристику своего «я»**.

Будучи записанной в подсознание, такая ***ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНОВИТСЯ ПРОГРАММОЙ, ОПРЕДЕЛЯЮЩЕЙ ИХ ПОВЕДЕНИЕ И ОГРАНИЧИВАЮЩЕЙ ДАЛЬНЕЙШУЮ ЖИЗНЕННУЮ САМОРЕАЛИЗАЦИЮ.***

Динамичный дуэт: сознание и подсознание

(Брюс Липтон, «Биология веры», 2006)

Подсознание похоже на музыкальный автомат — оно **беспрекословно воспроизводит ту или иную поведенческую песню, стоит только нажать нужную кнопку.**

Предположим, эта песня вам чем-то не нравится. Сможете ли вы ее заменить, если приметесь возмущаться и размахивать руками? **НЕТ.**

Осознать всю тщетность **попыток победить подсознание** не так-то легко...

Подсознание обрабатывает около **20 млн. внешних раздражителей в секунду** - за ту же секунду сознание способно обработать лишь **40 раздражителей**
[Norretranders 1998]

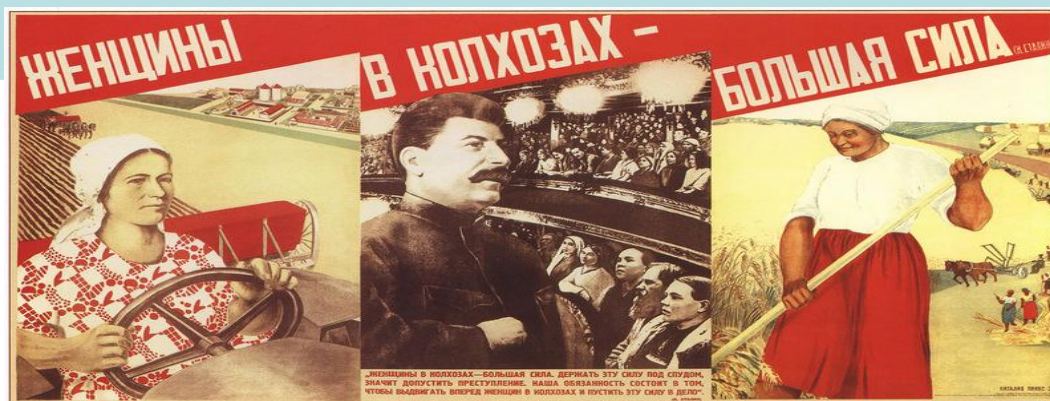


СОБЫТИЯ В РОССИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ПОКОЛЕНИЙ



УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ МОЛЧАЛИВОГО ПОКОЛЕНИЯ (1924-1943 г.р.)

Воспитанные в условиях сталинских репрессий, Второй мировой войны, послевоенной разрухи, голода, они **молчаливы, исполнительны и чрезвычайно терпеливы**. Уважение к закону у них возведено в фетиш, как и **уважение к должности и статусу** человека. То, что именно в их период роста были изобретены антибиотики внушило им безоговорочное **уважение к врачам**. Холодильник «молчаливого» всегда **забит продуктами, консервами, замороженными пельменями**, на полках стоят банки с вареньями, соленьями и маринадами собственного приготовления. Для «молчаливых» уже сам вид растущих у них и для них **овощей и фруктов** вызывает подсознательную успокоенность, уверенность в завтрашнем дне и даже счастье.



Молчаливое поколение

(70-90 лет)

Ценности	Мотивация
<ul style="list-style-type: none">✓ Преданность;✓ Соблюдение правил;✓ Уважение закона и порядка;✓ Запасливость;✓ Честь;✓ Черно-белое восприятие;✓ Коллективизм;✓ Много работать – норма (жертвовать для страны, Родины)	<ul style="list-style-type: none">✓ Фотография на доске почета;✓ Грамота или официальное письмо за подписью руководителя;✓ Благодарность Коллективу;✓ Продукты, книги.





УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ БЕБИ-БУМЕРОВ (1944-1963 г.р.)

Поколение Беби-бумеров названо так в честь произошедшего после войны **бума рождаемости**. В основе их характера лежит **психология победителей**. Они росли в настоящей супердержаве, которую боялся и уважал весь мир, которая победила в страшной войне и покорила космос. Это **оптимисты**, нацеленные на постоянное преодоление трудностей. Бумер – **трудоголик**, лучший подарок для работодателя. Бумер предпочитает работать в команде, ибо именно **команда, коллектив** выполняют у него роль той самой супердержавы, в которой он жил в детстве и без которой он ничего из себя не представлял. По их мнению, отличительными качествами хорошего человека являются **активность и любознательность**. Отсюда почти священный **КУЛЬТ МОЛОДОСТИ**: бумеры заботятся о здоровье, стараются бегать по утрам, ходят в баню, посещают медобследования, стараясь не заболеть.

Беби-Бумеры (50-70 лет)

Ценности

- ✓ Оптимизм.
- ✓ Персональное развитие.
- ✓ Заинтересованность в личном росте и вознаграждении.
- ✓ Коллективизм и командный дух: принятие правил эффективной команды. распределение ролей, соединение ожиданий индивидуальных и групповых.
- ✓ Культ молодости.
- ✓ Успех в карьере.



Мотивация

- ✓ Давать возможность совершенствоваться.
- ✓ Поощрения в виде видимых символов: сертификаты, награды, почетные значки, трофеи.
- ✓ Наградой будет получение работы с БОЛЬШЕЙ ответственностью, они заинтересованы в продвижении.
- ✓ Давать обратную связь, о сделанной хорошо работе.
- ✓ Им нужно много материальных вещей, которые являются осязаемым подтверждением их упорной работы, они заинтересованы в большем количестве денег. Деньги «двигают» их. Это награда за их усилия и мера успеха.
- ✓ Давать возможность построить карьеру, в которой будет продвижение по служебной лестнице и рост профессионализма.

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОКОЛЕНИЯ X («С КЛЮЧОМ НА ШЕЕ») (1964-1983 г.р.)



Фоном для них были **холодная война, закрытость страны, война в Афганистане, застой, наркотики, СПИД, тотальный дефицит, начало перестройки.** Постоянная занятость родителей-трудооголиков на работе сделала их **самостоятельными**. По мнению Бумеров ребенок должен был быть тем **более счастливым, чем с большим числом трудностей** он сталкивался. Именно оттуда и пошел **«ключ на шее» – символ ранней самостоятельности.** Все это привело к тому, что, став взрослыми, они превратились в людей, для которых главными качествами стали **постоянная готовность к переменам, расчет только на собственные силы, собственный опыт.**

ПОКОЛЕНИЕ «С КЛЮЧОМ НА ШЕЕ» ИЛИ X (30-50 лет)

Ценности

- ✓ Готовность к изменениям;
- ✓ Возможность выбора;
- ✓ Глобальная информированность и техническая грамотность;
- ✓ Индивидуализм;
- ✓ Стремление учиться в течении всей жизни;
- ✓ Не формальность взглядов;
- ✓ Поиск эмоций;
- ✓ Прагматизм;
- ✓ Надежда на себя;
- ✓ Равноправие полов.

Мотивация

- ✓ Пояснять СМЫСЛ поставленной цели, задачи, какой-то деятельности.
- ✓ Пояснять почему достижение этой цели важно для самого руководителя, в чем его выгода, интерес.
- ✓ Спрашивать о его интересах (сам обычно не рассказывает). Искать и пояснять как выполнение задачи с этими интересами связано.
- ✓ Позволять самостоятельно выбирать время для работы (или хотя бы выбирать из нескольких заданных вариантов).
- ✓ Четко прописывать систему правил, последствий за нарушения, вознаграждений за достижения.
- ✓ Помнить о том, что X некомфортно себя чувствуют во время стабильности. Если изменений нет, X их сами провоцируют (это происходит неосознанно).



УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОКОЛЕНИЯ Y («МИЛЛЕНИУМ») (1984-2003 г.р.)

Основные события их становления – это **распад СССР, частые теракты, новые эпидемии**. И все это на фоне самого бурного **развития новых информационных, коммуникационных, цифровых и биотехнологий**. У-и великолепно ориентируются в компьютерных сетях, как следствие, им **легче общаться с единомышленником, проживающим на другом краю планеты, чем с соседом по подъезду**. Поколение получилось **хорошо управляемым**, но вместе с тем **уверенным в своей ценности**. Для них важно **немедленное вознаграждение** за проделанную работу, поскольку в отдаленную перспективу они не верят. **Цель жизни – получение удовольствия в максимальных размерах**. Они не хотят безоговорочно подчиняться жестким корпоративным стандартам и стремятся быть **эффективными при высокой степени свободы**.



УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОКОЛЕНИЯ Y («МИЛЛЕНИУМ») (1984-2003 г.р.)

Ценности

- ✓ Fun (веселье);
- ✓ Результат как таковой;
- ✓ Гражданский долг и мораль;
- ✓ Ответственность;
- ✓ Наивность и умение подчиняться.



Мотивация

- ✓ Неформальный подход ко всему: от описания вакансии до оформления интерьера.
- ✓ Гибкий (свободный) график работы: «плавающее», в пределах 1—2 часов, начало и окончание рабочего дня.
- ✓ Удаленная работа и образовательные программы
- ✓ Удобные, красивые, комфортные офисы
- ✓ Мелкое дробление целей, которые ставятся перед сотрудниками
- ✓ Не строить долгосрочных планов (максимум - год)
- ✓ Подбор кандидатов с повышенным вниманием к интересу выполняемой работы (падает интерес - уходит сотрудник).
- ✓ Корпоративные СМИ, порталы, группы в социальных сетях (для ощущения себя «в обществе»).
- ✓ Активная форма наставничества
- ✓ Активное использование устного поощрения-благодарности
- ✓ Немедленное вознаграждение – за конкретные достижения, за результат

ПОКОЛЕНИЕ «МИЛЛЕНИУМ» ИЛИ Y (10-30 ЛЕТ)

Ценности

- ✓ Fun (веселье);
- ✓ Результат как таковой;
- ✓ Гражданский долг и мораль;
- ✓ Ответственность;
- ✓ Наивность и умение подчиняться.



Мотивация

- ✓ Неформальный подход ко всему: от описания вакансии до оформления интерьера.
- ✓ Гибкий (свободный) график работы: «плавающее», в пределах 1—2 часов, начало и окончание рабочего дня.
- ✓ Удаленная работа и образовательные программы
- ✓ Удобные, красивые, комфортные офисы
- ✓ Мелкое дробление целей, которые ставятся перед сотрудниками
- ✓ Не строить долгосрочных планов (максимум - год)
- ✓ Подбор кандидатов с повышенным вниманием к интересу выполняемой работы (падает интерес - уходит сотрудник).
- ✓ Корпоративные СМИ, порталы, группы в социальных сетях (для ощущения себя «в обществе»).
- ✓ Активная форма наставничества
- ✓ Активное использование устного поощрения-благодарности
- ✓ Немедленное вознаграждение – за конкретные достижения, за результат

**УСЛОВИЯ
ФОРМИРОВАНИЯ
ПОКОЛЕНИЯ DIGITAL
ИЛИ Z (2004-2023 г.р.)**



В условиях **возможного ожидания террористических актов**, в условиях **роста информации о криминале, о маньяках и несчастных случаях**, родители начинают **гиперопекать** своих детей. Те **лишаются всяческой самостоятельности**, им внушается **священный страх** перед чужими, перед **неизвестным и незнакомым**. Они становятся **полноценными свободными личностями лишь в виртуале**, доступ в который для них прост и естественен. Они будут прекрасно ориентироваться в **моделированных ситуациях**, не понимая на практике **методов командного взаимодействия**. **Их мир – это мир, созданный ими лично для себя в компьютерной сети.**

Психографика поколения Digital



- ✓ **Страх перед взрослением**
- ✓ **Недостаток эмоциональных контактов** (особенно со стороны матери) и переизбыток информации – нарушение в развитии нервной системы
- ✓ **Завышенная самооценка**
- ✓ **Дефицит внимания и гиперактивность (СДВГ)**, как следствие – низкая успеваемость (возможна одаренность в определенных сферах)
- ✓ **Потребность в обратной связи**
- ✓ **«Клиповое» мышление»** – поверхностный подход к анализу информации и принятию решений
- ✓ **Аутизация** – как способ отгораживания от мира, десоциализация. Противоречие – стремление быть в обществе и быть свободны от общества
- ✓ **Интровертированный индивидуализм**
- ✓ **«Рабы общественного мнения»**- интернета, податливые для манипуляции, с инфантильными ожиданиями.

КЛИПОВОЕ МЫШЛЕНИЕ

(К.Фрумкин, 2010)

Клиповое мышление (КМ) – усиленное развитие навыка быстрого переключения за счет длительного сосредоточения.

Главное достоинство «клипового восприятия» – *большая скорость обработки информации*. Другая его особенность – *предпочтение нетекстовой, образной информации*.

Дети этого поколения **одновременно могут слушать музыку, общаться в чате, бродить по сети, редактировать фотки, делая при этом уроки**. Для них характерна *рассеянность, гиперактивность, дефицит внимания и предпочтение визуальных символов логике и углублению в текст*.



Сравнение потребностей и квазипотребностей по теории Курта Левина

Уровни	Потребности	Квазипотребности
Физиологические	Удовлетворение голода, жажды, полового влечения	Потребность в иррациональном питании (анорексия, булимия) и в сексуальных извращениях (гомосексуализм, педофилия, фетишизм и прочие сексуальные отклонения)
Безопасность (экзистенциальные)	Осуществление безопасности существования, комфорта, постоянства условий жизни	Потребность в демонстрации богатства и роскоши (выражение себя посредством накопления и обладания материальными благами)
Потребность в принадлежности и любви (социальные)	Потребность в социальных связях, совместной деятельности, общении, привязанности, заботе о другом и внимании к себе.	Жизнь on-line (главные жизненные цели расположены в виртуальной реальности, действия за компьютером, направленные на достижение этих целей, предпочитают аналогичным действиям в жизни)
Потребность в уважении (престижные)	Самоуважение, уважение со стороны других, признание, достижение успеха и высокой оценки, служебный рост.	Потребность во власти (стремление к доминированию в отношениях) и славе (желание быть объектом поклонения)
Духовные	Познание, самоактуализация, самовыражение	Расширение границ мироощущений с помощью психотропных и наркотических веществ (алкоголь, натуральные и синтетические наркотики)

КВАЗИПОТРЕБНОСТИ ПО ЛЕВИНУ, ЭТО ИСКУССТВЕННЫЕ, МНИМЫЕ, ИЗВРАЩЕННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ, СФОРМИРОВАВШИХСЯ ПОД ВЛИЯНИЕМ КОНКРЕТНОЙ СОЦ. СРЕДЫ (МОДЫ, УВЛЕЧЕНИЯ, ШТАМПОВ ПОВЕДЕНИЯ): ПОТРЕБНОСТИ В КУРЕНИИ, АЛКОГОЛЕ, НАРКОТИКАХ, В ПРИОБРЕТАТЕЛЬСТВЕ И Т. Д.

СЛОЖНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ

- Поведение других объясняется с точки зрения своих ценностей
- Одинаковые слова несут разный смысл и часто расходятся с визуальными образами
- Предлагаем другим то, что считаем хорошим для себя

Материальная мотивация поколений

ПОКОЛЕНИЯ	ОТНОШЕНИЕ К ДЕНЬГАМ
Молчаливое поколение	Деньги - часть жизни, мера оплаты труда на основании договоренностей между государством, организацией и человеком. Деньги нужны для решения жизненных проблем, важно всегда иметь их «на черный день».
Бэби-Бумеры	Деньги – это подтверждение успешности, выражение статуса , способ обладать некоторыми атрибутами успешного в их понимании члена общества (машина, квартира-дом и т.п.). Это единственное поколение, для которого деньги представляют ценность сами по себе.
X	Деньги нужны для обеспечения безопасности себя и своей семьи, они дают возможность реализовать свои мечты , возможность путешествовать, свободу делать то, что хочется.
Y	Деньги это возможность использовать многочисленные блага мира и возможности, которые их окружают. Поэтому все свои потребности они очень часто переводят в деньги, предполагая, что если есть деньги – то все остальное доступно .

ОТНОШЕНИЕ К КОМАНДЕ

Бэйби-Бумеры	Для Бэйби-бумера образ команды близок к спортивной . В этой команде есть капитан, чьи действия не обсуждаются и не оспариваются. Члены команды имеют свои специализации и области ответственности. Ключевое правило взаимодействия в такой команде – «один за всех и все за одного» . Интересы команды ставятся выше интересов ее отдельных участников.
X	Для X ближе образ проектной команды – группа профессионалов в своих областях, которая собралась для достижения результата, а после выполнения задачи может распаться. В этой команде ценится профессионализм и компетентность, при этом участники все время проверяют друг друга, создают атмосферу внутренней борьбы – иногда шуточной, иногда реальной. Важное правило – справедливое распределение вознаграждения за результат.
Y	Для Миллениума – образ команды близок к понятию сообщества – все люди в команде и вообще в организации должны быть связаны между собой. При этом такую форму все равно надо называть словом «команда», т.к. это важно для представителей поколения Миллениум. Миллениуму важно, что руководители, эксперты периодически общаются с сотрудниками всех уровней. В этой команде важно понимать, как именно работа Миллениума влияет на общий результат и как команда или компания влияет своими действиями на страну и мир.

ОТНОШЕНИЕ К СЕМЬЕ

G1	<p>Хороший муж, по представлениям этого времени: хозяин в доме. Зарабатывает деньги, обеспечивает семью, принимает ключевые решения.</p> <p>Хорошая жена: занимается хозяйством, семьей, может родить много детей, активная.</p>
Молчаливое поколение	<p>Хороший муж: добытчик, который может защитить и прокормить семью. Глава в доме.</p> <p>Хорошая жена: выносливая, работница. Днем стоит у конвейера, приходя с работы, занимается детьми и кастрюлями. Обед готовит и на следующий день – с запасом. Изобретательная – может сварить «кашу из топора».</p>
Бэби-Бумеры	<p>Хороший муж: которым жена может гордиться. Занимается спортом (время расцвета дворовых футбольных команд!), имеет хобби – гараж, коллекции, путешествия. Муж должен много зарабатывать и отдавать зарплату жене.</p> <p>Хорошая жена: хорошо выглядит, следит за модой. Если не умеет, то лихорадочно этому учится, как героиня «Служебного романа». Она должна уметь все: и получать грамоты на работе, и успевать заботиться о муже, и грамотно распорядиться семейным бюджетом.</p>

Секреты управления



Для эффективного
управления
разновозрастным
персоналом нужно
понимать, как
общаться с тем
или иным
поколением.

Е. Шамис, Е. Никонов

задание

Разработать для поколений ББ, X и Y *особенности организации обучения* с учетом их специфических ценностей и мотивации

Особенности организации обучения Бэби-Бумеров

При организации обучения с представителями советского поколения следует особое внимание уделять **процедурным моментам и оказывать психологическую поддержку.**

При использовании информационных технологий преподаватель должен давать **подробные инструкции** о том, как именно будет происходить обмен мнениями, что нужно сделать, чтобы слышать и видеть демонстрируемые материалы.

Важным для данной категории людей будет **похвала и стимулирование инициативы.**

Особенности организации обучения Бэби-Бумеров

Следует избегать **сравнения с более молодыми** учащимися, которые более компетентны в использовании компьютерных технологий. Преподавателю следует уделять особое внимание **такту и поддержанию субординации**. Важно уважать опыт и мнение учащихся, устанавливать **отношение на равных**, учитывать склонность старшего поколения к дистанцированию.

При организации самостоятельной работы, представители советского поколения нуждаются **в детальном руководстве, требуют к себе особого внимания на всех этапах:** постановка задач, выбор средств решения, контроль выполнения задания и его оценка.

Особенности организации обучения X

Вид участия - Индивидуальное участие (просмотр индивидуально или в малой группе)

X испытывают **страсть к фильмам как к источнику информации и технологии** (детская привязанность к телевизору)

Представители переходного поколения наиболее мотивированы в обучении. Поскольку они отличаются ответственностью, при их обучении не возникает проблем в поддержании мотивации и в контроле работы. Они готовы к самостоятельной работе и нуждаются только в **четко поставленных задачах.**

Особенности организации обучения X

Люди переходного поколения работают и ценят свое время, поэтому они избирательны в отношении к разным предметам. Если они считают, что преподаваемая дисциплина не обладает практической значимостью, они не прилагают усилий к ее изучению или просто игнорируют. Поэтому в работе с ними особенно **важно указывать на способы применения предоставляемых знаний в практической деятельности.**

Для поколения X знания — непреложная ценность. Именно знания! «Иксы» любят учиться, продолжают много читать, развиваться в профессиональном плане и благодарны, когда работодатели дают им возможность поделиться своими знаниями.

Особенности организации обучения У

Значимость для поколения «Игреки» результата как такового и немедленного вознаграждения обусловила следующие особенности реализации программы обучения.

Длительность курса д.б. относительно небольшой. Форма обучения дуальная (**очно-дистанционная**). Очные занятия ставят своей целью обзор материала, который слушателю предстоит освоить самостоятельно и объяснение практических заданий. Все задания предполагают, вариативность подходов для их выполнения, активную работу с ресурсами Интернета и оцениваются преподавателям после их выполнения, что позволяет слушателю сразу же увидеть результат своей работы.

Особенности организации обучения У

При оценке заданий преподаватели используют комментарии, в основном, **поощрительного** характера, что дает молодым слушателям возможность получить немедленное моральное вознаграждение. Итоговая аттестация предполагает выполнение слушателем **проектного задания**. Практика показывает, что такая ценность поколения «Игреки», как ответственность, позволяет молодым специалистам выполнять самостоятельные и проектные задания в срок и качественно.

Благодарю за внимание!

