



# Digitális tanulói tartalomfejlesztés a tananyagfejlesztésben, mint az informális közösségépítés egyik új lehetősége

Orosz Beáta  
Debrecen, 2018. 04. 19-20.

OCD

# Open Content Development

Tananyag

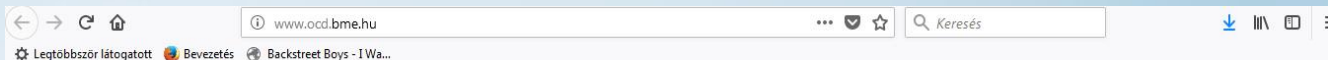
Motivációk

Tanítási  
módszerek

Tanulói  
motivációk

Diákok online

Közösségfejlesztés



## MTA-BME Nyitott Tananyagfejlesztés Kutatócsoport

KEZDŐLAP

A PROJEKTRŐL

ESEMÉNYEK

KÉPZÉS

KÉPGALÉRIA

TUDÁSTÁR

ELÉRHETŐSÉGEK

🌐



A négy éves időtartamú kutatás eredményeként egy olyan új szakmódszertani tananyag-fejlesztési modell kialakítása és gyakorlati bevezetése valósítható meg, melyben **nyitott – aktív tanári közreműködéssel – rendszerű, hallgatói/tanári aktivitások keretében formálódó (OCD) nyitott tananyag-fejlesztés és eljárások gyakorlati alkalmazása a cél.** A komplex tárgyi jellegre tekintettel a szakképzés jelentős spektrumában – gépészet-informatika-villamos és közgazdaság szakterület – az új típusú elektronikus tananyagok kidolgozására és kipróbálására, az eredményesség ellenőrzésére és a kutatási eredmények értékelő összegzésére kerül sor a középfokú szakképzés tantárgyai



OCD

Tananyag

Motivációk

Tanítási  
módszerek

Tanulói  
motivációk

Diákok online

Közösségfejlesztés

# A tananyagfejlesztés szükségessége



Internet?

Változások?



A stack of several books is shown on the left side of the slide. The books are stacked vertically, with their spines facing right. The text labels are placed on the spines of the books. The top book is labeled 'OCD', the second 'Tananyag', the third 'Motivációk' (circled in yellow), the fourth 'Tanítási módszerek', the fifth 'Tanulói motivációk', the sixth 'Diákok online', and the bottom book 'Közösségfejlesztés'.

OCD

Tananyag

Motivációk

Tanítási  
módszerek

Tanulói  
motivációk

Diákok online

Közösségfejlesztés

# Célok, motivációk

- Tanulók bevonása a tananyagfejlesztésbe
- Tananyagok közelítése a tanulókhoz
- Aktív, eredményes és társas tanulásra készítés
- Mikrotartalmak megismertetése a mobiltanulásban
- Hozzájárulás a közösségfejlesztéshez

OCD

Tananyag

Motivációk

Tanítási  
módszerek

Tanulói  
motivációk

Diákok online

Közösségfejlesztés

# Hogyan lehet jó a közös munka és közvetlen a kommunikáció?

- A koordinációhoz rendszeres kapcsolattartás kell
  - Közösségi oldalakon jelenlét
  - Online elérhetőség
- Tananyag + szakmai érdeklődés
- Képek, videók
- Játékok, feladatok készítése egymásnak
- Mobileszközök, laptopok

A stack of several books is shown on the left side of the slide. The spines of the books are visible, and they are arranged vertically. The text labels are placed to the left of the books, corresponding to the books they represent. The top book is labeled 'OCD', the second 'Tananyag', the third 'Motivációk', the fourth 'Tanítási módszerek', the fifth 'Tanulói motivációk' (circled in yellow), the sixth 'Diákok online', and the seventh 'Közösségfejlesztés'.

OCD

Tananyag

Motivációk

Tanítási  
módszerek

Tanulói  
motivációk

Diákok online

Közösségfejlesztés

# Lehetséges tanulói motivációk és előnyök

- Jó jegyek szerzése
- Megértés
- Eredményesebb felidézés
- Szakmai érdeklődés
- Szorgalom



OCD

Tananyag

Motivációk

Tanítási  
módszerek

Tanulói  
motivációk

Diákok online

Közösségfejlesztés

# Tanulói viselkedés online munkában

- Jobban kezelik a konfliktusokat, személyes ellentéteket
- Nyitottabbak, mernek kérdezni
- Bátrabban nyilvánulnak meg
- Segítőkésebbek egymással szemben
- Együtt dolgoznak a közös célokért



A stack of several books is shown on the left side of the slide. The books are stacked vertically, with their spines facing right. The text labels are placed to the left of the books, corresponding to the books they represent. The bottom-most book is circled in yellow.

OCD

Tananyag

Motivációk

Tanítási  
módszerek

Tanulói  
motivációk

Diákok online

Közösségfejlesztés

# Hogyan hat az együttes tartalomfejlesztés?

- Segíti a felzárkóztatást
- Segít a tehetséggondozásban
- Segíti a hatékonyabb felidézést
- Segíti az információk szűrésének megtanulását
- Segíti a tanárok és tanulók közötti jobb kapcsolat és hatékonyabb együttműködés kialakulását



OCD

Tananyag

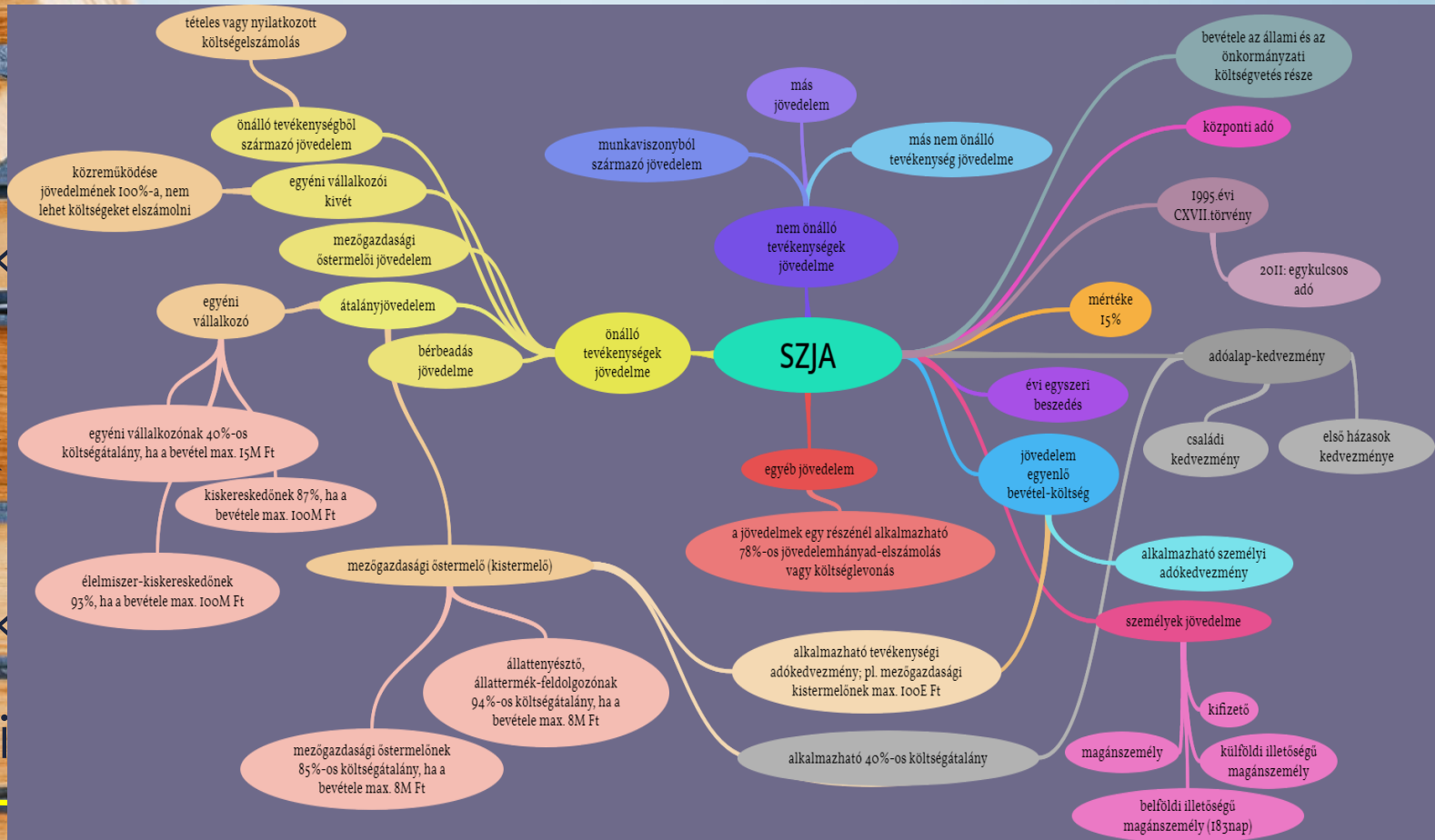
Motivációk

Tanítási  
módszerek

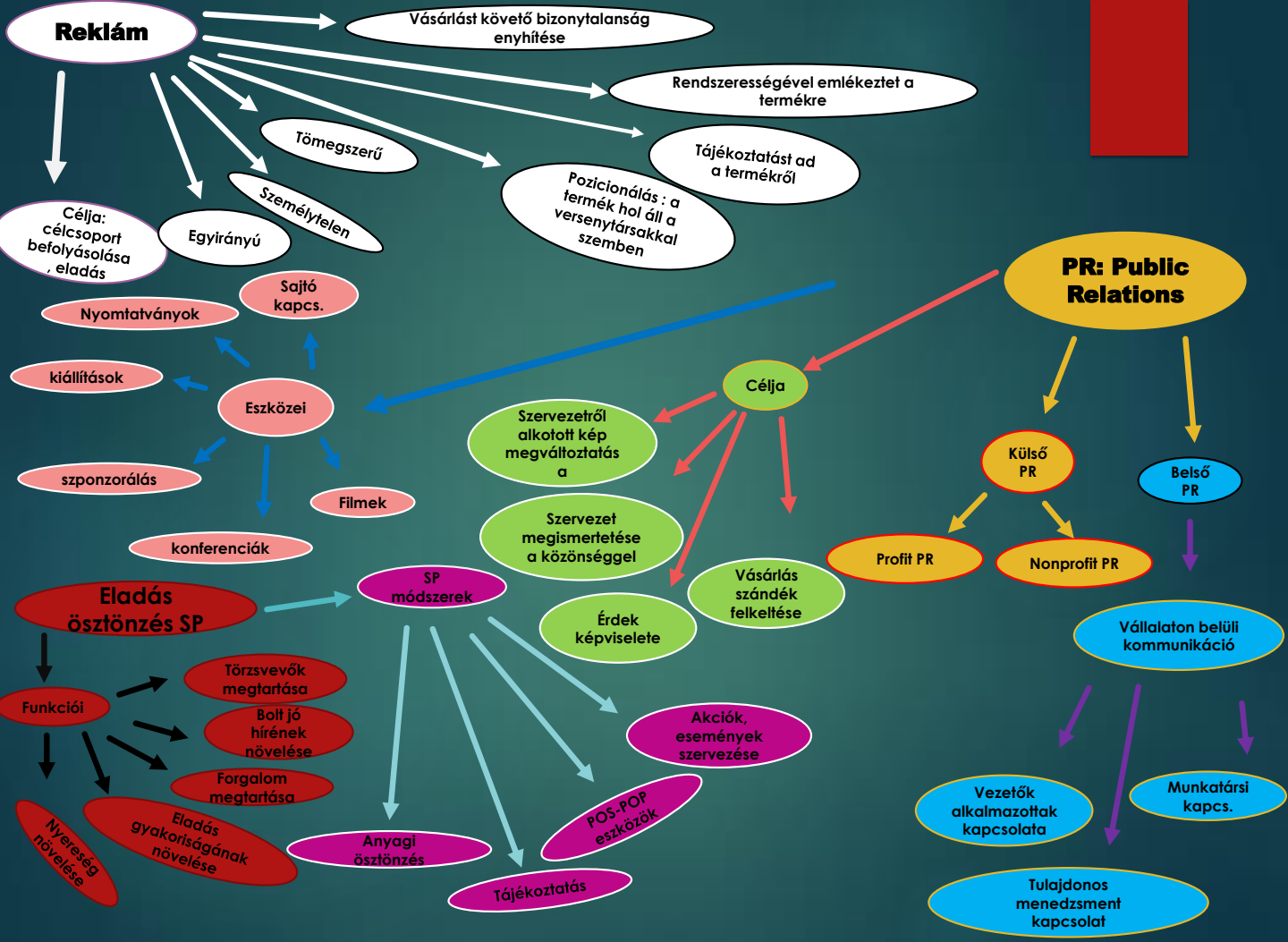
Tanulói  
motivációk

Diákok onli

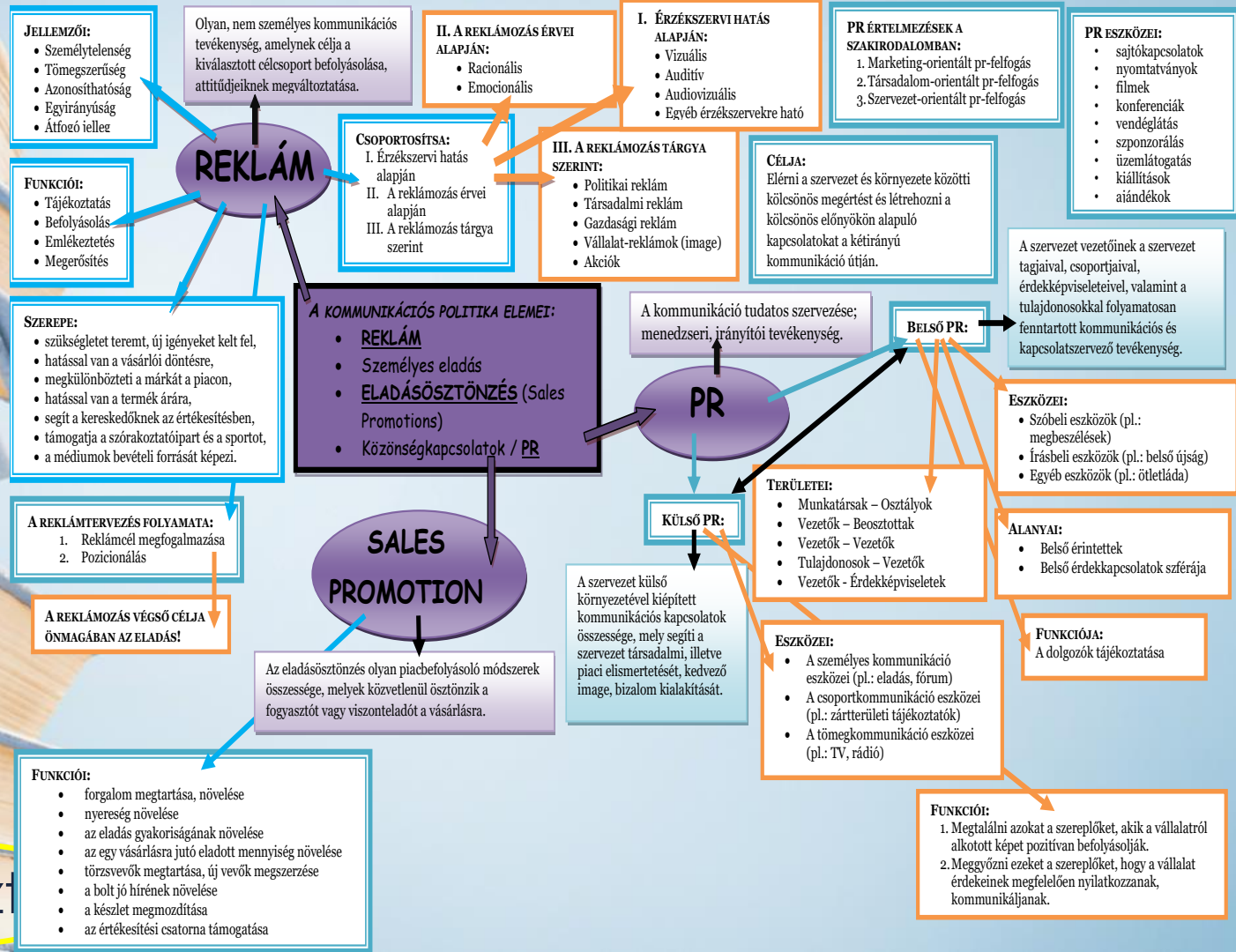
Közösségfejlesztés



OCD  
 Tananyag  
 Motivációk  
 Tanítási  
 módszerek  
 Tanulói  
 motivációk  
 Diákok online  
 Közösségfejlesztés



OCD  
 Tananyag  
 Motivációk  
 Tanítási  
 módszerek  
 Tanulói  
 motivációk  
 Diákok online  
 Közösségfejlesztés



**JELLEMZŐI:**

- Személytelenség
- Tömegszerűség
- Azonosíthatóság
- Egyirányúság
- Átfozó ielleg

Olyan, nem személyes kommunikációs tevékenység, amelynek célja a kiválasztott célcsoport befolyásolása, attitűdjeiknek megváltoztatása.

**II. A REKLÁMOZÁS ÉRVEI ALAPJÁN:**

- Racionális
- Emocionális

**I. ÉRZÉKSZERVI HATÁS ALAPJÁN:**

- Vizuális
- Auditív
- Audiovizuális
- Egyéb érzékszervekre ható

**PR ÉRTELMEZÉSEK A SZAKIRODALOMBAN:**

1. Marketing-orientált pr-felfogás
2. Társadalom-orientált pr-felfogás
3. Szervezet-orientált pr-felfogás

**PR ESZKÖZEI:**

- sajtókapcsolatok
- nyomtatványok
- filmek
- konferenciák
- vendéglátás
- szponzorálás
- üzlemlátogatás
- kiállítások
- aiándékok

**FUNKCIÓI:**

- Tájékoztató
- Befolyásoló
- Emlékeztető
- Megeősítés

**CSOPORTOSÍTSA:**

- I. Érzékszervi hatás alapján
- II. A reklámozás érvei alapján
- III. A reklámozás tárgya szerint

**III. A REKLÁMOZÁS TÁRGYA SZERINT:**

- Politikai reklám
- Társadalmi reklám
- Gazdasági reklám
- Vállalat-reklámok (image)
- Akción

**CÉLJA:**  
 Elérni a szervezet és környezete közötti kölcsönös megértést és létrehozni a kölcsönös előnyökön alapuló kapcsolatokat a kétirányú kommunikáció útján.

A szervezet vezetőinek a szervezet tagjaival, csoportjaival, érdekképviseleteivel, valamint a tulajdonosokkal folyamatosan fenntartott kommunikációs és kapcsolatszervező tevékenység.

**SZEREPÉ:**

- szükségletet teremt, új igényeket kelt fel,
- hatással van a vásárlói döntésre,
- megkülönbözteti a márkát a piacon,
- hatással van a termék árára,
- segít a kereskedőknek az értékesítésben,
- támogatja a szórakoztatóipart és a sportot,
- a médiumok bevételét forrását képezi.

**A KOMMUNIKÁCIÓS POLITIKA ELEMÉI:**

- **REKLÁM**
- Személyes eladás
- **ELADÁSÖSTÖNZÉS** (Sales Promotions)
- Közönségkapcsolatok / PR

A kommunikáció tudatos szervezése; menedzseri, irányítói tevékenység.

**BELSŐ PR:**

**ESZKÖZEI:**

- Szóbeli eszközök (pl.: megbeszélések)
- Írásbeli eszközök (pl.: belső újság)
- Egyéb eszközök (pl.: ötletláda)

**A REKLÁMTERVEZÉS FOLYAMATA:**

1. Reklámcél megfogalmazása
2. Pozicionálás

**A REKLÁMOZÁS VÉGSŐ CÉLJA ÖNMAGÁBAN AZ ELADÁS!**

**SALES PROMOTION**

Az eladásösztönzés olyan piachbefolyásoló módszerek összessége, melyek közvetlenül ösztönzik a fogyasztót vagy viszonteladót a vásárlásra.

**PR**

**KÜLSŐ PR:**

A szervezet külső környezetével kiépített kommunikációs kapcsolatok összessége, mely segíti a szervezet társadalmi, illetve piaci elismertését, kedvező image, bizalom kialakítását.

**TERÜLETEI:**

- Munkatársak - Osztályok
- Vezetők - Beosztottak
- Vezetők - Vezetők
- Tulajdonosok - Vezetők
- Vezetők - Érdekképviseletek

**ALANYAI:**

- Belső érintettek
- Belső érdekkapcsolatok szférája

**FUNKCIÓJA:**  
 A dolgozók tájékoztatása

**FUNKCIÓI:**

- forgalom megtartása, növelése
- nyereség növelése
- az eladás gyakoriságának növelése
- az egy vásárlásra jutó eladott mennyiség növelése
- törzsvevők megtartása, új vevők megszerzése
- a bolt jó hírének növelése
- a készlet megmozdítása
- az értékesítési csapata támogatása

**ESZKÖZEI:**

- A személyes kommunikáció eszközei (pl.: eladás, fórum)
- A csoportkommunikáció eszközei (pl.: zártterületi tájékoztatók)
- A tömegkommunikáció eszközei (pl.: TV, rádió)

**FUNKCIÓI:**

1. Megtalálni azokat a szereplőket, akik a vállalatról alkotott képet pozitívan befolyásolják.
2. Meggyőzni ezeket a szereplőket, hogy a vállalat érdekeinek megfelelően nyilatkozzanak, kommunikáljanak.





Digitális tanulói  
tartalomfejlesztés a  
tananyagfejlesztésben,  
mint az informális  
közösségépítés egyik új  
lehetősége

Orosz Beáta  
Debrecen, 2018. 04. 19-20.