

**XXVI научно-практическая конференции школьников г. Пензы
«Я исследую мир»**

**«Разработка приложения для развития навыков
говорения на английском языке»
секция: «Информатика и ИКТ»**

Выполнил: Аникин Данила,
ученик 11 «А» класса,
МБОУ СОШ № 31 г. Пензы

Руководитель: Карпова Т.А.,
учитель информатики,
МБОУ СОШ № 31 г. Пензы

Пенза, 2021

Содержание

Введение	3
1. Анализ существующих решений в сфере онлайн изучения английского языка.....	4
2. Аудитория проекта... ..	5
3. Уникальное торговое предложение	6
4. Концепция продвижения продукта.....	7
5. Возможные партнеры и коллаборации	9
6. Монетизация.....	10
Заключение	11
Список источников.....	12
Приложение №1.....	13

Введение

Актуальность темы: Роль английского языка в современном мире неопределима. Он считается наиболее часто употребляемым языком. Более 450 миллионов людей считают его родным. Еще 600-650 миллионов граждан используют английский в качестве дополнительного языка для общения. Он считается востребованным во многих странах мира. Знание лексики и грамматики данного языка крайне необходимо для того, чтобы пройти обучение за границей. Не обойтись без него и желающим найти престижную и высокооплачиваемую работу. Английский – это язык политики и экономики, учебы и развлечений, путешествий и бизнеса, музыки и искусства. Нас повсюду окружает английский язык, он плотно проник в нашу повседневную жизнь. Стоит только выйти на улицу: в большом мегаполисе или маленьком районном центре, как видишь надписи на английском. Это и наименования компаний, фирм и организаций, рекламные объявления, курсы и прочее. На дверях магазинов и фирм таблички, уведомляющие о том, что «открыто» или «закрыто» – на английском языке. В случае, если ты знаешь английский, у тебя есть возможность прочесть и понять их. Поэтому, ни один образованный человек не будет спорить с тем, что знание английского языка сейчас просто необходимо. А вот незнание английского языка способно поставить в тупиковую или затруднительную ситуацию.

Целью данной работы разработать прототип приложения для прокачки навыков говорения у школьников 5-7 классов, основанного на методе Шехтера и ассоциативном обучении.

Задачи:

1. Проведение социологического опроса среди 9-11 классов на предмет выявления у них сложностей в изучении английского языка.
2. SWOT-анализ 5 самых популярных онлайн-сервисов по изучению английского языка в России.
3. Разработка концепции будущего приложения, изучение нестандартных методов обучения английскому языку, их интеграция в будущее решение.
4. Разработка прототипа приложения для прокачки навыков говорения на английском языке.

Проблема многие старшеклассники испытывают трудности со свободным говорением на английском языке. Дело в том, что они теряют интерес к изучению предмета еще на начальных этапах обучения в средней школе. Это обусловлено разными причинами. Например, у ребенка пропала мотивация, он обиделся на учителя. Все сводится к тому, что в нужный момент у школьника не было инструмента, позволяющего разнообразить образовательный процесс.

Объект исследования: существующие способы изучения английского языка.

Предмет исследования: нестандартные методы изучения английского языка, подходящие для использования в мобильном приложении для детей.

1. Анализ существующих решений в сфере онлайн изучения английского языка

Нами было проведены опросы среди обучающихся 9-11 классов нашей школы. Мы получили следующие результаты (рисунок 1-2):

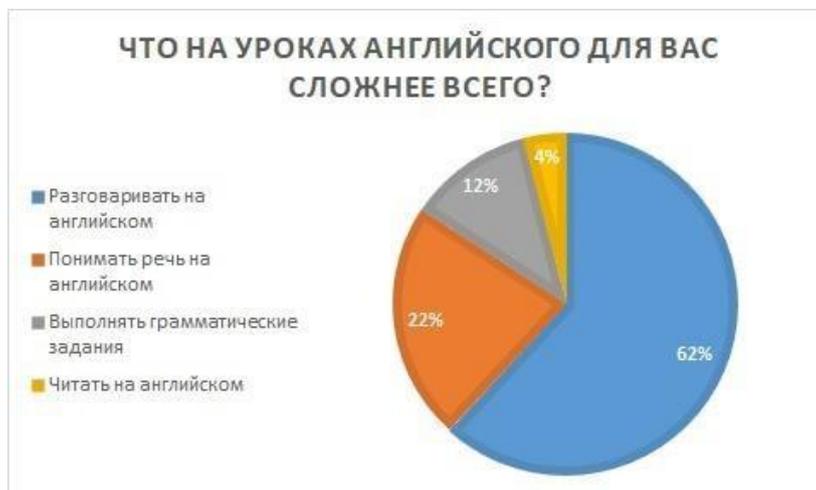


Рисунок 1 – Результаты опроса

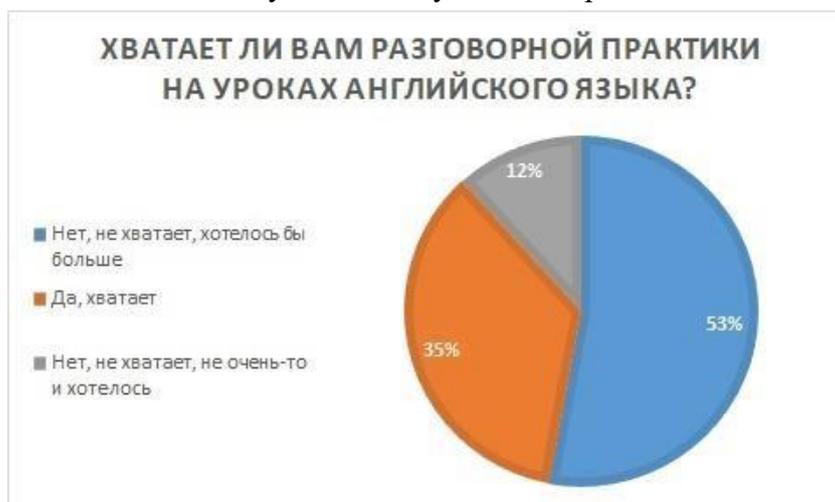


Рисунок 2 – Результаты опроса

Казалось бы, за спиной несколько лет изучения иностранного языка, что могло случиться? Дело в том, что в какой-то момент у школьника пропала мотивация и английский ему наскучил, ребенок потерял смысл изучать язык и ему это показалось ненужным, где-то недосмотрели родители, где-то затаилась обида на учителя за плохую оценку и еще много причин, по которым школьник мог отдалиться от предмета. И всё было бы прекрасно, родители получили бы на выпуске из школы настоящего полиглота, если бы в нужное время ребенок понял, зачем ему английский, если бы его обучение было в формате игры и, если бы он мог практиковаться в говорении, не боясь замечаний со стороны преподавателя. Таким образом, чем раньше искоренить эту проблему, тем лучше. То есть именно ученикам 5-7 классов необходимо что-то, что будет решать все эти задачи и облегчит жизнь школьника в дальнейшем.

После проведения опросов и анализа статей мы изучили рынок онлайн-преподавания английского языка в России. Проведя также SWOT-анализ пяти самых популярных онлайн-школ и сервисов по изучению иностранного языка, мы выделили следующие тенденции:

1. Уникальные методики изучения английского языка. Появляются все новые способы интереснее, быстрее и эффективнее изучать иностранный язык.

2. Геймификация образовательного процесса. Изучение языка через игру становится наиболее эффективным методом

3. Персонализация программ обучения. Каждый ученик может изучать английский язык в силу своих способностей

4. Возможность выбрать курс в соответствии с целью изучения английского

5. Использование популярного контента: видео, музыка, книги, комиксы

6. Тест на определение начального уровня

Также мы выделили три главных must-have элемента для успешного изучения английского:

- Разговорная практика

- Практическая значимость

- Персонализация траектории обучения и геймификация

Были определены следующие каналы коммуникации с потребителем, активно использующиеся на рынке:

- Сайт с собственной платформой, где есть встроенная видеосвязь, доступ к учебным материалам, есть возможность записаться на бесплатное пробное занятие

- Мобильное приложение для iOS, Android, версия для планшетов

- Блог с полезными статьями, связанными с английским языком

- Аккаунты в большинстве популярных социальных сетей

- E-mail рассылки бесплатных учебных материалов

Взаимодействие с интернет-СМИ

- Сервисы для интеграции онлайн-продуктов по изучению английского языка в школьные программы

Со SWOT-анализом вы можете ознакомиться по ссылке (файл обезличен): <https://disk.yandex.ru/i/xc4D9A7W-sxunw>

При проведении SWOT-анализа использовалось как минимум 5 достоверных источников информации (сайты онлайн-школ).

Нами было сформировано решение данного кейса - приложение для развития навыков говорения на английском языке "Click&Speak". Приложение основано на геймификации образовательного процесса и дает ребенку четкое понимание, зачем ему изучение английского. Изучение английского в приложении построено на методе Шехтера, когда ребенок учит иностранный, как учил в детстве русский. Также в нашем сервисе есть ещё несколько плюшек, делающих изучение английского намного комфортнее.

Механика работы приложения описана в прикрепленном файле в шаге "Придумай решение". Главная цель приложения даже не в изучении языка. Наш сервис покажет детям, что английский — это нето, что относится к категории "школьные предметы", за которое ему поставят цифру в книжечку, называемую дневником. Ребенок должен осознать, что

английский – такой же житейский навык, как приготовление пищи, ориентирование в лесу и т.д., просто-непросто необходимый для жизни. Ребенок должен помнить, что от его умения говорить на английском зависит что-то очень важное. Это будет мотивировать его в обучении, будет неким стимулом. На это и будет делаться упор в нашем приложении: от того, как ребенок прошел уровень, зависит, поел ли персонаж, с которым он общался, нашел ли он дорогу домой и т.д.

2 Аудитория проекта

1. Школьники 10-14 лет:

- мотивированные заниматься английским языком. Боль сегмента: “Когда стану взрослым, хочу путешествовать, знакомиться с новыми людьми”
- которые изучают другой иностранный язык, но хотят учить ещё и английский. Боль сегмента: “Язык, который я изучаю, не такой востребованный, как английский”
- которым просто нравится заниматься английским. Боль сегмента: “Хочу еще больше времени посвящать английскому, но это не должно быть скучно”
- которые потеряли мотивацию, смысл изучения английского языка по каким-либо причинам (конфликт с учителем, неинтересная подача материала в школе, недоглядели родители). Боль сегмента: “Зачем мне этот английский, учить его скучно. А может все-таки стоит сесть и выучить? А может отдохнуть? Ничего не хочу делать...”

Рассматривая целевую аудиторию образовательного онлайн-продукта, нельзя не выделить сегменты родителей и преподавателей английского языка:

2. Родители:

- которые хотят, видеть, что ребенок действительно занимался английским, а не просто играл в игры. Боль сегмента: “Нужно, чтобы ребенок был чем-то занят. Неплохо было бы учить английский”
- планирующие вырастить из ребенка полиглота. Боль сегмента: “Мой ребенок должен в совершенстве владеть английским. И чем быстрее, тем лучше”
- планирующие вырастить успешного ребенка. Боль сегмента: “Мой ребенок не достигнет желаемого результата”

3. Школьные учителя английского:

- которым на своих уроках может не хватать времени на разговорную практику со всеми учениками, но желающие отслеживать прогресс каждого ученика и в случае чего принять необходимые меры. Боль сегмента: “Не успеваю поговорить чисто на английском со всеми детьми. Но это нельзя так оставлять...”
- ведущие в своих школах дополнительные факультативы по английскому. Боль сегмента: “Нужно, чтобы дети занимались ещё и дома, но нельзя, чтобы они скучали”
- готовые внедрять в свои уроки уникальные методы обучения и инновационные технологии. Боль сегмента: “Хочу, чтобы моим детям не было скучно на уроке. Нужно придумать что-то интересненькое”

3 Уникальное торговое предложение

Для формирования УТП, прежде всего, мы ответили на вопросы:

1. Чем мы отличаемся от других компаний и продуктов?

- Возможность достичь учениками 5-7 классов уровня английского А2 (уровень выпускника 9 класса)

- Помимо английского языка, используя наш сервис, ребенок развивает ассоциативное мышление, креативность, память

2. Почему клиент должен выбрать именно наш продукт?

- Во-первых, изучение языка без преподавателя намного дешевле, чем с ним. При этом результат от использования нашего сервиса сможет потягаться с результатом занятий с хорошим преподавателем.

- Во-вторых, мы красной нитью ведем через всю концепцию сервиса идею, что английский - важная часть жизни, без которой сегодня нельзя обойтись.

- В-третьих, в возрасте 10-14 лет очень важно, чтобы ребенку было нескучно изучать английский. Пылливому уму должно хотеться учиться больше и больше. Наш сервис способствует этому с помощью геймификации.

Было решено сформировать УТП для каждой группы целевой аудитории: для детей, родителей, учителей.

УТП для детей:

Увлекательное и нескучное обучение английскому через развивающие игры. Прокачайся с нуля до уровня девятиклассника.

Ключевые сообщения и слоганы:

1. Английский без страха и упрека! Долой оценки - учись в игре!
2. Хватит сомневаться! Английский проще, чем ты думаешь!
3. Собери свою force в кулак и сделай это, superhero! Пройди игру и стань гуру английского!
4. Бездельничаешь? Пройди игру и бездельничай по-английски.

УТП для родителей:

Дешевое обучение разговорным навыкам английского языка. Уровень А2 к концу 7 класса. Достойная замена репетиторов.

Ключевые сообщения:

1. Ребенок-полиглот — счастье в семье!
2. Ребенок любит игры? Дайте ему поиграть в английский язык!
3. Английский - залог успеха. Дешевый английский - залог счастья.

УТП для учителей:

Приложение для изучения английского языка на уроках и дома. Возможность дополнить школьные темы соответствующими по тематике уровнями нашей игры

Ключевые сообщения:

1. SOS – save our students! Добавьте наш сервис в свой урок.
2. Даешь цифровизацию уроков английского!

4 Концепция продвижения продукта

1. Коммуникационные цели:

- Повышение узнаваемости на рынке
- Отстройка от конкурентов
- Стимулирование покупки продукта

2. Коммуникационные задачи:

- Увеличить осведомленность среди пользователей
- Сформировать знание о продукте и его УТП
- Рассказать потребителям конкурентов о сравнительных преимуществах нашего

продукта

- Сформировать намерение пользователей попробовать продукт

3. КРІ продвижения продукта:

- Показы (контакты пользователя с рекламным сообщением)
- Охват (уникальные контакты)
- Первичный интерес (сколько пользователей впервые заинтересовались описанием

продукта)

- Вовлечение (сколько пользователей повторно заинтересовались описанием продукта)

- Потенциальная готовность к покупке (сколько пользователей ищут возможность купить

продукт)

- Количество поисковых запросов с упоминанием бренда

- Изменение продаж продукта

4. Эффективные каналы коммуникации с аудиторией:

- Школьники:

а) Социальные сети (преимущественно ВКонтакте, Instagram, TikTok)

б) Youtube (реклама на чужих каналах или собственный канал нашего сервиса) в)

Распространение информации о сервисе через школьных учителей

- Родители:

а) Социальные сети (ВКонтакте, Instagram, Одноклассники, TikTok) б) Образовательные медиа (“Мел”, Яндекс.Дзен)

- Учителя:

а) Образовательные медиа (“Мел”, Яндекс.Дзен, интернет-ресурсы Министерства Просвещения РФ, EnglishTips.org, Native-english.ru, Goethe Institut)

б) Распространение информации о сервисе среди учителей в результате взаимодействия с министерством Просвещения

5. Сценарий ретаргетинга:

- Пользователь не проявил интерес к информации о продукте - повторное привлечение на другой контент о продукте

- Пользователь проявил первоначальный интерес к продукту - повторное привлечение на другой контент, идентификация интереса к проблеме

- Вовлечение - мотивация на покупку

- Готовность к покупке - “Контрольный выстрел” (продажа)

6. Основными инструментами нашей концепции продвижения будут являться:

- SEO-продвижение

- Соцсети
- Контекстная реклама
- Онлайн-PR
- Интеграция с партнерами

Это стандартная, самая рабочая концепция продвижения любого онлайн-продукта. Мы, конечно же, будем активно использовать её, но со своими уникальностями:

1. Продвижение через партнеров, которые будут заказывать у нас создание уровней, сюжеты которых построены вокруг этой самой компании-партнера. Чтобы об этих уровнях узнал пользователь, партнерским предприятиям придется так или иначе участвовать в продвижении нашего сервиса.

2. Рекламный контент преимущественно должен размещаться на интернет-ресурсах, на которых располагаются продукты и услуги, приобретение и использование которых в дальнейшем может потребовать знания английского языка РЕБЕНКОМ (например, сайт туроператора)

3. Продвижение через учителей английского. Раз в две недели школьным преподавателям будет сообщаться 2 промокода: первый откроет доступ к одному из уровней целому классу учеников, второй даст школьникам скидку на месячную подписку. Тем самым, мы будем привлекать в наш сервис заинтересованных учеников.

5 Возможные партнеры и коллаборации

Нами были предложены следующие варианты:

- Министерство Просвещения РФ - наш сервис даст возможность пользоваться приложением на уроках английского в школе полностью бесплатно. А на платный контент для занятий вне школы будут даваться промо-коды на скидки.

- Коллаборация с онлайн-доской MIRO. Наш сервис предлагает изучение лексики с помощью ассоциаций. Пусть же каждый пользователь сможет поделиться своей ассоциацией с тем или иным словом.

Все ассоциации будут прикрепляться на онлайн-доски, данные с которых мы будем учитывать при составлении обучающих лексических карточек. (например, какие прилагательные ассоциируются со словом “зима”? Самые популярные варианты ассоциаций мы применим в разработке уровней по теме “зима”)

- Партнерство с компаниями и госкорпорациями, заинтересованными в потенциальных кадрах, хорошо владеющих английским. Компании-партнеры могут заказывать у нашего сервиса создание “партнерских” уровней, сюжеты которых будут построены вокруг этих самых компаний-партнеров. Партнеры, в свою очередь, будут способствовать продвижению нашего приложения через свои каналы взаимодействия. (Примеры партнеров: Сбер, Росатом, Роскосмос, Росмолодежь)

6 Монетизация

- Первые несколько уровней пользователь бесплатно знакомится с изучением лексики в нашем сервисе. После их прохождения ребенок так же бесплатно может выбрать своего собственного персонажа, с которым он потом будет общаться. Заинтересовав этим ребенка, мы предоставляем ему ещё несколько бесплатных уровней, но уже с персонажем. Далее все уровни кроме “партнерских” будут доступны только по месячной подписке (преимущество в том, что за месяц число уровней не ограничено - проходи, сколько хочешь), через каждые 10 уровней будет открываться бонусный бесплатный уровень.

- Компания, имеющая приблизительную аудиторию, как и у нашего продукта, желает прорекламировать себя через наш сервис. Рекламодатель может предложить свою сюжетную линию, своих персонажей для создания специальных “партнерских” уровней в нашем приложении. То есть рекламы как таковой, в виде всплывающих баннеров, не будет. За такую своеобразную ненавязчивую рекламу компании-рекламодатели и будут платить деньги нашему сервису.

- Мини-маркет в приложении. Пользователь может купить понравившихся ему персонажей, аксессуары для них и т.д.

Вы также можете ознакомиться с примерным расчетом окупаемости нашего продукта по ссылке: <https://disk.yandex.ru/i/N82xgvBG05NmVg>

Заключение

Проведя социологический опрос среди школьников 9-11 классов, мы пришли к выводу, что многие старшекласники сталкиваются с проблемами в говорении на английском языке. Как выяснилось в процессе изучения научных статей по этому поводу, всё дело в пробелах, полученных ещё в 5-7 классах по различным причинам. Следовательно, актуальным сегодня будет онлайн-продукт, развивающий у детей 10-14 лет навыки разговорного английского. По результатам SWOT-анализа популярных российских онлайн-сервисов для изучения иностранных языков, мы отметили, что при разработке проекта отдельное внимание необходимо уделить мотивации школьника, пониманию учеником практической значимости изучения английского языка, в приложении должен быть выстроен увлекательный процесс обучения в формате игры.

В рамках проделанной работы нами был разработан прототип онлайн-сервиса для развития навыков говорения на английском языке, основанного на геймификации. Наиболее подходящим способом изучения иностранного языка для интеграции в приложение мы посчитали метод Шехтера. Также в продукт будут включены различные мнемотехники и обучение с помощью ассоциаций.

Список источников

1. <https://skysmart.ru/> - Онлайн-школа английского языка Skysmart
2. <https://englex.ru/> - Онлайн-школа английского языка “Инглекс”
3. https://lingualeo.com/ru?utm_source=yandex&utm_me.. - Онлайн сервис для изучения английского и других иностранных языков Lingualeo.
4. <https://englishtochka.ru/> - Онлайн-школа английского языка English Tochka
5. <https://www.duolingo.com/learn> - Платформа для изучения языков Duolingo
6. <https://vc.ru/services/52577-rossiyskie-onlayn-shkoly..> - "Российские онлайн-школы и сервисы для изучения английского языка: сколько зарабатывают и как продвигаются"
7. <https://www.englishdom.com/blog/v-kakom-vozraste-mozh..> - "В каком возрасте можно начинать учить английский"
8. https://mel.fm/ucheba/fakultativ/7532810-english_moti.. - "5 советов, как мотивировать ребёнка к изучению английского"
9. <https://mel.fm/ucheba/fakultativ/3471098-english> - "10 способов заговорить на английском — для детей, которые только начали его изучать"
10. <https://lim-english.com/blogs/mnemoniki/> - "Мнемоники в английском языке"
11. <https://www.englishdom.com/blog/igry-preimushhestva-i..> - "Преимущества и полезность игр для практики английского"
12. <https://puzzle-english.com/directory/how-to-learn-met..> - "Как учить английский язык: проверенные методики и способы для самостоятельного изучения"

Приложение №1

Скриншоты рабочих экранов прототипа приложения

1. Главный экран с логотипом



2. Экран с уровнями по определенным тематикам



Геймификация в чистом виде - изучение языка будет проходить по уровням. Каждый уровень соответствует некоторой житейской ситуации (поход в магазин, поиск дороги в незнакомом месте, знакомство со сверстниками в другой стране и т.д.), которых существует огромное множество, то есть и уровней у нас будет достаточно. Погружаясь в предлагаемые условия, ребенок начнет понимать, что учить английский - очень полезно, увлекательно и абсолютно применимо на практике.

Основой нашей образовательной методики станет метод Шехтера.

Обучение в методе Шехтера поделено на три основных этапа: на первом (самом легком) даются только лексические единицы и выражения, которые нужно сразу применить на практике, а уже на втором и третьем этапах происходит коррекция грамматики и произношения. На последних этапах у ученика пропадает психологический барьер и страх именно говорения, с которым часто сталкиваются изучающие язык. С точки зрения педагогов-психологов, эта методика является одной из самых успешных и эффективных в изучении английского

3. Главный экран уровня



Цифрами на скриншоте обозначены:

1) I-II этап обучения английского по методу Шехтера - изучение базовой лексики по теме и некоторых грамматических оборотов для дальнейшего применения

2) III этап обучения по методу Шехтера - применение полученных знаний в разговоре с анимированным персонажем

Прохождение частей уровня будет последовательным.

Не пройдя одну часть, ребенок не может перейти к следующей.

4. Экран изучения лексики



В начале каждого уровня школьник знакомится с необходимой для прохождения всех заданий лексикой, подходящей под тему уровня. При запоминании новых слов будут использоваться различные мнемотехники. Например:

1) Ученику представлены слово на английском, картинка- ассоциация к нему, прилагательные, часто употребляемые со словом (на данном скриншоте их нет, их можно будет увидеть, смахнув картинку-ассоциацию влево). Ребенок должен в специальное поле для ввода написать предполагаемый перевод слова на русский, если перевод правильный, то шаг считается пройденным.

2) У ребенка есть английское слово и его перевод, но теперь ему нужно нарисовать картинку, которая ассоциируется с этим переводом. Причем важно при использовании мнемотехник соблюдать разнообразие форматов.

Кроме того, ребенок может сохранить нужное слово в словарь, где слова так же хранятся в разных форматах(картинка, аудио, текст - для лучшего запоминания)

Цифрами на скриншоте показаны:

- 3) Иконка уровня
- 4) Написание слова на английском
- 5) Поле для ввода перевода слова на русском
- 6) Картинка-ассоциация к слову

- 7) Добавление слова в словарь
- 8) Кнопка «Озвучить слово на английском»

5. Личный словарь ученика



6. Изученная учеником лексика на букву «А»



7. Экран с одним из изученных слов



Цифрами на скриншоте показаны:

- 1) Иконка буквы, на которую начинается слово
- 2) Написание слова на английском
- 3) Перевод слова на русский
- 4) Картинка-ассоциация к слову
- 5) Звучание слова на английском

8. Экран этапа «Говорение»



После изучения лексики ребенок встречает еще один элемент геймификации - на всех уровнях ему будут помогать герои любимых мультфильмов, игр, книг. Нами была продумана уникальная механика взаимодействия героя и ребенка, в результате которой развиваются навыки говорения. Герой говорит пару вводных фраз по теме уровня, тем самым получая доверие ребенка. Далее герой задает наводящие вопросы по теме. Ребенку представляется панель с вариантами предложений, причем применимым в данной ситуации будет только один.

Рядом со всеми вариантами располагаются картинки-ассоциации, намекающие на значение предложения.

Тут-то и проявляется наша уникальность: ребенок должен не просто выбрать правильный вариант и ткнуть в него пальцем, он должен выбранное предложение ОЗВУЧИТЬ и применить в нем изученную ранее лексику. Так, изучая все новые и новые грамматические обороты без нагрузки сухими правилами, у ребенка будет развиваться мышление на английском языке. Приложение получит от ребенка аудиозапись предложения, нейросеть преобразует аудио в текст и проверит этот текст на грамотность.

На экране правильным будет предложение

№1. Вместо картинок ребенок должен подставить одно из слов, изученных в разделе лексики по теме «Weather».

В случае, если ребенок выберет неправильное предложение из списка, то ему будут показаны наводящие подсказки (ни в коем случае не на русском).

Чтобы прохождение уровней было максимально продуктивным, в конце уровня персонаж будет играть с пользователем в блиц. Ребенку будут подряд задаваться вопросы по теме уровня, ему нужно отвечать, применяя изученные обороты и слова. Не ответил хотя бы на один вопрос - тема изучена недостаточно, персонаж может условно пострадать, нужно все повторить.

Цифрами на скриншоте показаны:

1) Правильное предложение с картинками, которые нужно заменить изученными словами.

2, 3) Неуместные в данной ситуации предложения

Один уровень по времени будет занимать примерно 30 минут. При прохождении уровня ребенок может ненадолго отвлечься и выйти из приложения. Но по прохождении 24 часов с начала решения уровня весь прогресс на нем аннулируется, и ребенку придется изучать все

заново. Кроме того, долго не проходя уровень, ребенок лишает своего персонажа чего-то необходимого для него (покупка в магазине, путешествие), персонаж без него «скучает». Это будет дополнительной мотивацией сразу проходить уровни до конца.

Наглядно с механикой работы вы можете ознакомиться в видео прототипа по ссылке (все обезличено): <https://disk.yandex.ru/i/HyhR-vGi9sNBkA>