

УДК 378.018.43  
DOI: 10.26140/anip-2020-0903-0059

## ПРИНЦИПЫ ПЕРВОГО РЕЗУЛЬТАТА В ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИИ

© 2020  
AuthorID: 448794  
SPIN: 7563-3025

**Татаринов Константин Анатольевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры  
«Менеджмент, маркетинг и сервис»

*Байкальский государственный университет  
(664003, Россия, Иркутск, улица Ленина, 11, e-mail: tatarinov723@gmail.com)*

**Аннотация.** В статье автор выделяет несколько системных проблем при создании программ онлайн-курсов. Во-первых, хаос внутри курса или полное отсутствие структуры учебных материалов. Во-вторых, перебор способов решения проблем клиентов. В-третьих, создание не онлайн-курса, а курса лекций, при прослушивании которого жизнь человека никак не изменяется. Если в высшие учебные заведения люди приходят за дипломом, то в онлайн-курсы люди приходят за результатом. Автор предлагает делать программы под конкретный запрос клиентов. В итоге у экспертов уйдет невидимый барьер, который мешал им развивать онлайн-проект (появится уверенность и уйдет страх продаж своих информационных продуктов). Особое внимание в статье уделено вариантам домашних онлайн-заданий. Людям нужна не 2-ух часовая лекция, а маленькие домашние задания по устранению причин, делающие которые человек начнет сам двигать свою жизнь вперед. Эксперт вначале должен проектировать домашние задания по разделам онлайн-курса и всегда иметь ответ на вопрос: что делать? Это принципиально важно для того, что онлайн-курс не превращался в курс лекций, но в тоже время содержал теоретическую часть. Полученные результаты исследования позволяют экспертам разработать модель обучения, направленную на быстрый, но кратковременный результат у онлайн-учеников.

**Ключевые слова:** дистанционное образование, электронное обучение, электронные учебные материалы, компьютерное обучение, традиционное обучение, образовательные программы, курс дистанционного обучения, качество обучения, дидактический материал, онлайн-обучение, виртуальное образование, информационные технологии.

## PRINCIPLES OF FIRST RESULT IN ONLINE LEARNING

© 2020

**Tatarinov Konstantin Anatolyevich**, Candidate of Economics, Associate Professor,  
Department of Management, Marketing and Service

*Baikal State University  
(664003, Russia, Irkutsk, street Lenina 11, e-mail: tatarinov723@gmail.com)*

**Abstract.** In the article, the author identifies several systemic problems when creating online course programs. Firstly, the chaos within the course or the complete lack of structure of educational materials. Secondly, the search for ways to solve customer problems. Thirdly, the creation of not an online course, but a lecture course, when listening to which a person's life does not change. If people come to higher education for a diploma, then people come to online courses for a result. The author suggests making programs for a specific client request. As a result, the experts will leave an invisible barrier that prevented them from developing an online project (there will be confidence and the fear of selling their information products will go away). Particular attention is paid to options for online homework. People do not need a 2-hour lecture, but small homework to address the causes, by making which a person will begin to move his life forward. The expert must first design homework in sections of the online course and always have the answer to the question: what to do? This is fundamentally important for the fact that the online course did not turn into a course of lectures, but at the same time contained a theoretical part. The results of the study will allow experts to develop a learning model aimed at a quick, but short-term result for online students.

**Keywords:** distance education, e-learning, e-learning materials, computer training, traditional training, educational programs, distance learning course, quality of training, didactic material, online learning, virtual education, information technology.

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.* Многие исследователи электронного обучения отмечают, что при глубоком рассмотрении онлайн-программ обучения большинства экспертов можно увидеть следующие методические проблемы: хаос внутри курса, перебор способов решения какой-то проблемы и одни только лекции. Всё это приводит к тому, что ученики не достигают даже минимального заявленного результата и сильно разочаровываются в эксперте.

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.*

За последнее время в научных статьях, посвященных дистанционному образованию, появилось достаточное количество исследований, описывающих проблемы качества онлайн-обучения. Вопросом эффективности дистанционного обучения занимались такие ученые и педагоги, как: А.В. Богданова, И.К. Кондаурова, Н.Н. Рогова, Е.А. Алешугина, О.И. Ваганова, М.М. Кутепов и др.

Богданова А.В., Кондаурова И.К. выделяют наиболее актуальные аспекты проблемы эффективной оценки качества онлайн-курсов: социальный – большая доступность инклюзивного высшего образования, производ-

ственно-экономический – внедрение национальной системы профессиональных стандартов и аспект академической неуспеваемости в высших учебных заведениях [1].

Рогова Н.Н. отмечает актуальность цельности учебных курсов, придавая большое значение практическим заданиям, коммуникативной составляющей и проверочным материалам [2].

Алешугина Е.А., Ваганова О.И., Кутепов М.М. сравнивают обоюдную ответственность за качество обучения онлайн-студента и преподавателя-тьютора [3].

*Формирование целей статьи (постановка задания).*

Цель статьи заключается в определении места первых и быстрых результатов в онлайн-программах для повышения мотивации студентов. Для этого необходимо решить следующие задачи:

- определить роль первого осознанного результата в удаленном образовательном процессе;
- выявить принципы создания результативных образовательных программ.

*Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.* Автор выделяет несколько принципов, которые необходимы для проектирования результативных учебных программ:

1. Онлайн-курс создаётся под запрос целевой аудитории. В 99, 9% случаев эксперты отталкиваются от того, что они знают и умеют даже при выборе идеи курса, не говоря уже про создание курса. И это системная ошибка, которая мешает определить, что включать в курс, а что не включать [4]. Экспертам же необходимо научиться конструировать учебную программу под запрос аудитории на основе того, что она уже знает.

2. Двухэтапность создания онлайн-курса [5, 26]. Сценарий онлайн-курса необходим, чтобы запаковать курс, набрать на него людей и продать его, а также и для собственной уверенности онлайн-тренера. По факту сам курс может разительно отличаться от сценария.

3. Большой результат и первый результат клиента в заявленной теме. Основная проблема, которая мешает тренерам создавать хорошие онлайн-курсы и делиться своим опытом состоит в том, что многие эксперты хотят поменять жизнь людей кардинально, быстро, раз и навсегда [6]. Например, человек владеет методиками перевода людей на следующий финансовый уровень. Сам за последние 10 лет перешёл на несколько финансовых уровней и увеличил свой доход в несколько десятков раз. Этот тренер задачу формулирует так: «Как мне сделать онлайн-курс, в котором люди за 3 месяца перейдут на любой финансовый уровень?» И неважно, с какого на какой. Но для того, чтобы сделать большой результат нужно много времени. Эксперты, не в силах найти ответ на вопрос как решить это несоответствие, начинают создавать фундаментальные годовые онлайн-курсы [7]. В результате клиенты не получают результата, а эксперты в онлайн-курсе выгорают. Не всем нужен большой результат, не все люди готовы заплатить за большой результат [8, 26].

Как выделить первый результат в онлайн-обучении?

Например, в теме отношений большой результат – это создать семью, а первый – начать получать комплименты, большой результат в похудении – сбросить 10 килограмм, первый – составить план питания. В теме здоровья большой результат – избавиться от какой-то болезни, первый – узнать причину болезни. В бизнесе большой результат – увеличение продаж в 2-3 раза, первый – составить стратегию увеличения продаж.

Экспертам нужно научиться различать большой результат и первый результат [9]. Первый результат – это первый осязаемый результат, который человек хочет получить и воспринимает его как достаточный для онлайн-курса [10, 26].

Сценарий онлайн-курса под первые результаты может быть следующим:

1. Определяется первый результат в данной теме. Например, в тренинге по улучшению здоровью первый результат – это хотя бы вовремя ложиться спать. У тренера не должно быть чувство вины, если его курс не даст фундаментальных изменений в жизни человека. Человека нужно перевести не из точки А в точку В, а из точки А в точку В1. Этого абсолютно достаточно для того, чтобы человек был доволен тренингом и начал его рекомендовать [11].

2. Создание примерного списка вопросов, тем и разделов для наполнения онлайн-курса. Для данного этапа наиболее целесообразно использовать интеллект-карту, в которой у тренера есть список вопросов, которые он должен пройти с человеком, чтобы у него получился первый результат [12].

3. Создание логической последовательности между разделами курса с учётом принципов от общего к частному, от лёгкого к трудному, от уровней убеждений к уровням поведения и действий. Например, в теме «как выпастаться за ночь», первое, это то, что люди перед сном не могут успокоиться. Для того, чтобы выпастаться за 6 часов, они должны правильно отходить ко сну. Что нужно человеку сделать, чтобы он правильно отходил ко сну? Эксперту нужно детально расписать упражнения или задания для человека, чтобы он начал правильно

ложиться спать.

4. Проектирование домашних заданий по разделам онлайн-курса. Это принципиально важно для того, чтобы курс не превращался в лекции, но содержал теоретическую часть [13]. Чтобы курс, в первую очередь, был трансформационным и давал результаты, учебную программу нужно делать с домашних заданий, то есть с конца.

6. Создание теоретической части по основным разделам курса под домашние задания. Практика является критерием того, что включать в тренинг, а что не включать.

7. Деление материалов на 2 группы: основные и дополнительные в каждом блоке. В онлайн-курсы люди приходят с разными стартовыми условиями, с разными способностями и с разными психотипами, но на решение одной проблемы. Все люди разные, и эксперту нужно дать посильную нагрузку для студентов всех уровней [14, 26]. Специфика обучения взрослых, в том, что если у них не будет «складываться пазл» и они не найдут ответа на вопрос: «Зачем они это делают?», то они этого делать не будут. Поэтому, как минимум, эксперту нужно объяснять зачем делать домашнее задание.

8. Создание вводного модуля для онлайн-курса. Предметом вводного модуля может быть диагностика текущей ситуации у клиента. То есть, человек прежде, чем начать что-то делать сначала формулирует то, что он хочет делать. Например, это может быть поиск мотивации или вскрытие ограничивающих убеждений [15].

9. Создание заключительного модуля для онлайн курса. В мягких нишах – это может быть рефлексия по итогам курса, в твёрдых – план действий и задач на ближайшее время для удержания результата.

10. Создание календарного учебного плана онлайн курса. Основной вопрос здесь: как не «перетренировать» клиента в тренинге, чтобы они не устали от такой «дикой» напряжённости [16, 26].

У большинства онлайн-экспертов существует методическая проблема «Как придумывать результативные домашние задания?». Домашнее задание, которые делают тренеры-новички, например, «переслушайте вебинар и составьте его конспект или выберите самую главную мысль» – абсолютно неприемлемо. Автор выделяет несколько вариантов практических домашних заданий:

1. Реальные практические действия [17]. Например, в тренинге «Как отходить ко сну правильно» домашним заданием будет – принять душ и провести медитацию. А в тренинге про продажи – составить продающих текст, сделать 10 звонков, прослушать 20 скриптов и письменно сделать выводы, то есть совершить действие, которое человек в реальной жизни раньше не делал. В тренинге про отношения это может быть, например, дождаться вечера мужа в красивом платье, накормить его ужином, и правильно поговорить с ним. В тренинге про деньги, например, позвонить друзьям или тем, кто задолжал и попросить вернуть долг.

2. Самокоучинг или ответы на вопросы, то есть какое-то задание и плюс какие-то вопросы человеку, над которыми он должен подумать [18, 26]. Например, зачем тебе этот тренинг? 10 целей, которые ты хочешь достичь? 10 причин, зачем ты хочешь выйти замуж? 10 причин, зачем ты хочешь найти свое предназначение. Как ты поймешь, что ты нашел свое предназначение? Это вопросы, которые заставляют человека вынимать из себя ответы.

3. Расчеты в таблицах. Например, тема конверсия сайтов, рассчитать конверсию воронки, декомпозицию вебинара и рейтинговую оценку выбора темы [19].

4. Тестирование. Данный вариант особенно подходит для первой недели тренинга, когда человек должен найти причину своей проблемы и получить надежду, как эту причину устранить.

5. Составление календарного плана. Например, в теме отношений написать, в какой день и в какое время

человек пойдёт на свидание или в какой день и в какое время он напишет на сайте знакомств что-то и будешь переписываться. Когда человек сам составляет календарный план, то он берет ответственность на себя [20].

6. Вскрытие убеждений и страхов. Например, продолжите предложение «Супружеская измена – это...». Если человек напишет: «Это нормально. Так живут все», то изменишь ситуацию у человека будет очень сложно. Эксперт может взять ключевые понятия, в которых у людей должны быть правильные отношения и попросить их продолжить предложение [20, 26].

7. Эссе или описать свой опыт или свое виденье работы с базовыми понятиями. Например, «Идеальные отношения – это...» и задача, чтобы человек написал сочинение на одну страницу, что такое идеальные отношения [21].

8. Создание текстов. Например, в теме «Клиенты и продажи» – это может быть, написать скрипт или промпост, а в мягкой – скрипт переписки с мужчиной.

9. Ведение дневника. Во-первых, это способ отслеживать прогресс в курсе, который человек сам отслеживает и одновременно держать фокус на задаче. Во-вторых, это человек научится замечать хорошее и научился благодарить.

10. Отработка навыка и новых стратегий. Например, сегодня менеджер по продажам туристических услуг проводит бесплатные консультации и продаёт сначала дорогие туры, а затем дешёвые. Завтра или через неделю, он также продаёт с бесплатных консультаций, но сначала дешёвые туры, а затем дорогие. То есть имеется какая-то одна и та же повторяющаяся ситуация, в которой обучающийся постоянно перебирает разные стратегии, которые он получает в онлайн-курсе. По факту он выбирает то, что больше всего ему нравится и очень хорошо работает именно у него [23, 26].

**Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления.** Таким образом, по результатам исследования можно сделать вывод о том, как повысить «доходимость» участников онлайн-курсов. Хотя более фундаментальный вопрос должен звучать так «Что важно, чтобы все учились на пятерки или все достигли успеха в жизни?», ведь можно сделать все задания тренинга и не получить результат [24]. А можно сделать 30% тренинга и получить феноменальные результаты. В массовых онлайн-курсах приходят люди с разным уровнем подготовки, зрелости и готовности. Кто-то получает результат на первой неделе, кто-то через месяц, а кто-то через год. То есть результат может прийти и после тренинга. Автор выделяет несколько стратегий, которые могут повысить «доходимость» участников онлайн-курсов до конца.

1. Делать более короткие курсы. На втором месяце динамика объективно падает и люди навсегда покидают онлайн-тренинг. На тридцатидневных тренингах у людей фокус внимания не распыляется и «доходимость» практически сто процентная.

2. Конкурсы, призы и мощный стимул. Это может быть суперприз, первое, место и третье места. Очень многих людей это мотивирует, так как у кого-то включается соревновательный эффект.

3. Групповая ответственность – это если один не сделал домашнее задание, то пострадали все участники команды. Эффективность данного приёма очень высокая, но у некомандных участников это вызывает яростное отторжение.

4. Дробление заданий на более мелкие. Чем мельче, тем у человека есть ощущение, что он приходит задание и чувствует прогресс, а чем больше, тему него ощущение, что он остановился и материал не усваивается.

5. Система наказаний и штрафов. Например, за не сделанное вовремя задание или за не сданный вовремя отчёт.

Задача тренера – это сделать так, чтобы ученик получил результат. Но ученики бывают разные: медленные и

быстрые, рациональные и иррациональные, экстраверты и интроверты. И задача тренера – ждать результата, терпеть, направлять и поддерживать, пока ученик сам его не получит [25].

Перспективы исследования результативности онлайн-преподавания связаны с оценкой прогресса в обучении. Речь идёт о следующих элементах контроля:

1. Регулярная и итоговая отчётность. Например, в теме про деньги или в теме про похудение отслеживать прогресс просто – это деньги и килограммы. А как отслеживать прогресс в теме отношений? Эксперту нужно сначала самому понять, как измерять прогресс в его теме. Что контролировать? Что является показателем прогресса?

2. Регулярное подведение итогов недели. Например, эксперт ведёт коуч-группу и каждую неделю подводит итоги. А когда собирается в начале недели коуч-группа, то это фактически «планерка» [26]. Люди приходят в эфир и каждый отчитывается: «Какая задача была на прошлой неделе? Что сделано? Какой результат? Что не сделано? Почему? Что он собирается делать на этой неделе?».

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- Богданова А.В. Основные аспекты проблемы эффективности оценки качества учебных курсов, применяемых в дистанционном обучении / А.В. Богданова, И.К. Кондаурова // *Балтийский гуманитарный журнал*. – 2016. – Т. 5. – № 4 (17). – С. 168-170.
- Рогова Н.Н. Применение массовых открытых онлайн курсов для организации самостоятельной работы студентов / Н.Н. Рогова // *Балтийский гуманитарный журнал*. – 2017. – Т. 6. № 4 (21). – С. 390-392.
- Алешукина Е.А. Проектирование индивидуальных траекторий обучения с использованием онлайн-курсов / Е.А. Алешукина, О.И. Ваганова, М.М. Кутепов // *Балтийский гуманитарный журнал*. – 2019. – Т. 8. – № 1 (26). – С. 185-187.
- Богданова А.В. Современные тенденции в организации учебного процесса при обучении студентов педагогических направлений подготовки с применением дистанционных образовательных технологий / А.В. Богданова, В.Ф. Глазова, А.А. Коростелев // *Балтийский гуманитарный журнал*. – 2019. – Т. 8. – № 2 (27). – С. 21-24.
- Тагаров Б.Ж. Особенности глобального рынка информационных товаров / Б.Ж. Тагаров // *Российское предпринимательство*. – 2018. – Т. 19. – № 5. – С. 1425-1436.
- Алешукина Е.А. Проектирование индивидуальных траекторий обучения с использованием онлайн-курсов / Е.А. Алешукина, О.И. Ваганова, М.М. Кутепов // *Балтийский гуманитарный журнал*. – 2019. – Т. 8. № 1 (26). – С. 185-187.
- Карпикова И.С. Привлечение аудитории к цифровым СМИ с помощью элементов геймификации / И.С. Карпикова, В.В. Артамонова // *Вопросы теории и практики журналистики*. – 2018. – Т. 7, № 4. – С. 599–614. – DOI: 10.17150/2308-6203.2018.7(4).599-614.
- Музычук Т.Л. Образовательная мобильность студентов региональных вузов России / Т.Л. Музычук, И.В. Анохов, В.А. Зыкова // *Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право*. – 2018. – Т. 28. – № 4. – С. 472-482.
- Ваганова О.И. Проектирование учебного процесса по дисциплине с использованием онлайн-курсов / О.И. Ваганова, Ж.В. Смирнова, Н.С. Абрамова // *Балтийский гуманитарный журнал*. – 2019. – Т. 8. № 1 (26). – С. 277-280.
- Баева О.Н. Оценки участия руководителей в дополнительном профессиональном образовании на основе данных статистических наблюдений / О.Н. Баева // *Известия Байкальского государственного университета*. – 2016. – Т. 26, № 6. – С. 980–986. – DOI: 10.17150/2500-2759.2016.26(6).980-986.
- Анохов И.В. Нравственность как инструмент управления / И.В. Анохов // *Вестник Института экономики Российской академии наук*. – 2019. – № 1. – С. 73-87.
- Казарина Л.А. Услуги, оказываемые научными организациями, как особый вид рыночных услуг / Л.А. Казарина, М.В. Батаева // *Практический маркетинг*. – 2019. – № 2 (264). – С. 16-22.
- Красноярцева О.В. Мертвые не молчат, или смерть в фейсбуке / О.В. Красноярцева // *Обсерватория культуры*. – 2015. – № 2. – С. 125-129.
- Тагаров Б.Ж. Факторы развития рынка фриланса в информационной экономике / Б.Ж. Тагаров // *Креативная экономика*. – 2018. – Т. 12. – № 10. – С. 1703-1714.
- Гуцица О.М. Психологические измерения для оценки эффективности онлайн курса в системе e-learning / О.М. Гуцица, А.В. Очеповский // *Балтийский гуманитарный журнал*. – 2017. – Т. 6. № 4 (21). – С. 301-304.
- Тагаров Б.Ж. Влияние цифровой экономики на занятость населения в условиях экономического неравенства между территориями / Б.Ж. Тагаров // *Известия Байкальского государственного университета*. – 2019. – Т. 29, № 3. – С. 388–395. – DOI:10.17150/2500-2759.2019.29(3).388-395.
- Анохов И.В. Движущие силы Индустрии 4.0 и ее последствия



для человека и экономики. Новые основания для сборки общества / И.В. Анохов // Известия Байкальского государственного университета. — 2019. — Т. 29, № 3. — С. 379–387. — DOI:10.17150/2500-2759.2019.29(3).379-387.

18. Суходолов А. П. PR как «наркотик», или еще раз о PR-журналистике и ее праве на существование / А. П. Суходолов, М. П. Рачков // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 2. — С. 179–186. — DOI: 10.17150/2308-6203.2016.5(2).179-186.

19. Рябчук П.Г., Демчура С.С., Гордеева Д.С. Определение стоимости коммерческого обучения в вузе // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 239–243.

20. Рубцова Н.В. К вопросу о правовом регулировании интернет-рекламы в России / Н.В. Рубцова // Балтийский гуманитарный журнал. — 2019. — Т. 8. — № 1 (26). — С. 348–350.

21. Загородников С.В. Проектирование онлайн-курсов / С.В. Загородников // Режим доступа: <http://top.sergeyzaгородnikov.ru/proekt-online-course/> (дата обращения: 25.10.2019 г.).

22. Кутепов М.М. Технологии организации учебного процесса с использованием онлайн-курса / М.М. Кутепов, Л.К. Иляшенко, Д.Л. Морозов // Балтийский гуманитарный журнал. — 2019. — Т. 8. № 1 (26). — С. 230–232.

23. Анохов И.В. Игровой аспект экономики / И.В. Анохов // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2013. — № 2(88) — С. 5–9.

24. Богданова А.В. Интеллектуальные технологии оценки качества дистанционных учебных курсов в высшем образовании / А.В. Богданова, В.Ф. Глазова, Е.Ю. Коновалова // Балтийский гуманитарный журнал. — 2017. — Т. 6. — № 1 (18). — С. 79–82.

25. Стефанова Н.А., Ахунова З.Р. Взгляд работодателя на «on-line специалиста» или качество дистанционного обучения // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 4 (21). С. 102–104.

26. Загородников С.В. Методология онлайн-курсов / С.В. Загородников // Режим доступа: <https://zaгородnikovbiz.ru/oplata-tok-pr> (дата обращения: 19.11.2019 г.).

Статья поступила в редакцию 21.11.2019

Статья принята к публикации 27.08.2020