

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ФИЛИАЛ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ “ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ”»

Факультет Санкт-Петербургская школа социальных наук и востоковедения
Департамент Государственного администрирования

Абдуллина Ольга Дмитриевна

«ПРОЕКТ СТАРТАПА “ОНЛАЙН ШКОЛА ВЕБ-ДИЗАЙНА”»

Выпускная квалификационная работа (магистерская диссертация)
по направлению 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»
магистранта группы № МУО191С программы «Управление образованием»

Рецензент
К.э.н., доцент СПбГЭУ
В.В.Амосова

Научный руководитель
к.п.н, профессор
Н.А. Заиченко

Консультант
К.ист.н, доцент
Ф.А.Казин

ANNOTATION

Startup type of businesses are becoming more popular, not only among experienced entrepreneurs, but also among students studying economics and management in various fields. This work is directly related to the topic of startups, since it preserves the creation of a startup in the online education field. This research includes a comprehensive business plan for an educational web-design project, which is the subject of the study. In turn, educational services in the digital literacy field are the object of the study. In addition to drawing up a plan for the preparation and implementation of a business idea, the practical results of the first pilot launch of the project in the real commercial market were also analyzed. The design and nature of the work provides an outcome in the form of the ongoing entrepreneurial project that delivers a web design online course.

In the course of the work, the potential audience was studied, the demand of consumers was identified and the educational service itself was provided. We have also clearly identified the key benefits of our educational service for the potential users. The web-design course consists of 12 educational modules totaling 12 weeks and six zoom sessions. The price of this product was thirty-six thousand nine hundred and ninety rubles. The volume of the research is 134 pages, including 50 pages of appendices, as well as 18 figures and 7 tables. The text consists of three chapters, the third of which is devoted to describing the process of product development and launch. During the creation of the study, 78 sources were analyzed, including 12 in English.

Key words: EDUCATIONAL STARTUP, ONLINE EDUCATION, DIGITALIZATION, DIGITAL LITERACY, BUSINESS PLAN, WEB DESIGN, ENTREPRENEURSHIP, EDUCATION MANAGEMENT

АННОТАЦИЯ

Деятельность по запуску стартапов становится все более популярной, причем не только среди состоявшихся предпринимателей, но и среди студентов, изучающих вопросы экономики и управления в различных сферах. Данная работа непосредственно связана с тематикой стартапов, поскольку предусматривает создание собственного продукта в области онлайн-образования. В работе представлен комплексный бизнес-план образовательного проекта по направлению веб-дизайн, который и выступает предметом исследования. В свою очередь образовательные услуги в области цифровой грамотности являются объектом для изучения. Помимо составления плана подготовки и реализации бизнес-идеи, проанализированы и практические результаты первого пилотного запуска проекта на реальном коммерческом рынке. Проектно-исследовательский характер работы предусматривал результат в виде действующий предпринимательский проекта, поставляющий онлайн-курс в области веб-дизайна на рынок услуг. В ходе работы была изучена клиентская база, выявлен запрос потребителей и предоставлена сама образовательная услуга с четким указанием ее ключевых преимуществ для потенциальных пользователей. Курс веб-дизайна состоит из 12 образовательных модулей общей длительностью 12 недель и шести zoom-занятий. Цена этого продукта составила тридцать шесть тысяч девятьсот девяносто рублей.

Объем магистерской работы в формате стартапа составляет 134 страницы, в числе которых 50 страниц приложений, а также 18 рисунков и 7 таблиц. Структура работы состоит из трех глав, третья из которых посвящена описанию процесса разработки и запуска продукта. В ходе создания исследования были проанализированы 78 источников, в том числе 12 на английском языке.

Ключевые слова: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАРТАП, ОНЛАЙН ОБРАЗОВАНИЕ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ, ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ, БИЗНЕС-ПЛАН, ВЕБ-ДИЗАЙН, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЕМ

Содержание

Введение	5
Глава 1. Нормативно–теоретическая часть	9
1.1 Цифровизация, как глобальный тренд	9
1.2 Цифровая грамотность: теоретические подходы к понятию	12
1.3 Законодательная база в контексте цифровизации: международный и отечественный аспекты.....	16
Глава 2. Аналитическая часть	27
2.1 Анализ рынка услуг по обучению цифровым навыкам.....	27
2.2 Сегмент рынка, его объем и динамика.....	34
2.3 Анализ конкурентов	37
Глава 3. Проектная часть	44
3.1 Описание минимально жизнеспособного продукта.....	44
3.2 Анализ опроса потенциальных клиентов.....	47
3.3 Подготовка к тестовому запуску минимально жизнеспособного продукта	48
3.4 Анализ результатов запуска минимально жизнеспособного продукта .	54
3.5 Описание бизнес-модели и организационной структуры	59
3.6 Доработка и запуск продукта	62
3.7 План развития стартапа в 2022 году	64
Список использованных источников.....	69
Приложения.....	77

Введение

Проблема развития цифровой экономики и цифровых компетенций для рынка труда является актуальной на современном этапе развития, как на глобальном, так и российском уровнях экономики [Центр Интернет-технологий, 2018].

Однако, при быстром росте объемов всемирной цифровой экономики [World Economic Forum, 2016] и росте цифровой конкурентоспособности стран Восточной Азии [OECD, 2019] процент взрослых (18-65 лет) в странах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), демонстрирующих навыки цифровой грамотности, не превышает 43% [UN, 2019]. Проблема развития цифровой экономики и формирование цифровой грамотности населения актуальна и для Российской Федерации. Доказательством этому служит национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации» [Минэкономразвития России, 2019]. Одной из целей включенного в НП федерального проекта «Кадры для цифровой экономики», является обеспечение подготовки высококвалифицированных кадров для цифровой экономики. Показателем достижения этой цели заявлена доля населения, обладающего цифровой грамотностью и ключевыми компетенциями цифровой экономики. В 2020 году этот показатель должен соответствовать 30% населения России.

По данным digital-диктанта 2020 года уровень цифровой грамотности населения России составляет 7,25 баллов из 10 возможных. Исследование показывает, что самый высокий уровень цифровой грамотности демонстрируют дети в возрасте 7-13 лет, которые впервые участвовали в этой акции, и люди в возрасте от 25 до 34 лет. Однако, уровень грамотности подростков 14-17 лет практически совпадает с уровнем цифровой грамотности, которую демонстрирует население в возрасте 60 лет и старше [Digital Диктант 2019]. На основе приведенных исследований можно утверждать, что уровень цифровой грамотности россиян не является

достаточно высоким для развития цифровой экономики, не превышая 90 п.п. из 100 возможных [Digital Диктант 2019].

Федеральный проект «Кадры для цифровой экономики» также включает в себя программу «Стартап как диплом», которая реализуется министерством науки и высшего образования. Целью данной программы является вовлечение талантливых студентов в развитие экосистемы технологического предпринимательства, что напрямую связано с развитием цифровизации и созданием рабочих мест для цифровой экономики.

На локальном уровне, в университетах страны, институционализируется тема создания условий для развития предпринимательской деятельности студентов, так, в соответствии с п 3.4.2 Положения о курсовой и выпускной квалификационной работе студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» выпускная квалификационная работа (ВКР) в формате «Стартап как диплом» является разновидностью проектно-исследовательского формата, который предусматривает разработку прикладной проблемы, в результате чего создается продукт (проектное решение).

Обозначенное выше определило формат и тему диссертационной работы - «Предпринимательский проект - стартап «Онлайн школа веб-дизайна»».

Объект исследования – образовательные услуги в области цифровой грамотности по направлению веб-дизайн в коммерческом секторе.

Предмет проектирования - проект стартапа (бизнес-план) онлайн школы веб-дизайна.

Эмпирическая база исследования - российский рынок онлайн образования.

Цель выпускной магистерской работы – реализация стартапа «Онлайн школа веб-дизайна».

Для достижения поставленной цели, предполагается решить следующие **задачи**:

1. Определение нормативно- правовой базы для развития цифровизации и цифровой грамотности в международном контексте и в России.
2. Выявление особенностей рынка образовательных услуг в области цифровой грамотности по направлению веб-дизайн.
3. Разработка бизнес-плана реализации стартапа.

Результатом выпускной работы будет являться **действующий предпринимательский проект**, способный реализовывать образовательную услугу в области веб-дизайна, признаваемую клиентом как ценность. Выпускная работа, выполненная в формате «Стартап как диплом», будет иметь не менее двух из трех признаков:

1. Наличие юридически значимых действий (документов), подтверждающих состоятельность проекта (подписанные договоры в том числе учредительные, контракты с покупателями (поставщиками), лицензии, патенты, разрешения и другие);
2. Наличие верифицируемой отчетности об оказанных услугах, и денежных потоках проекта;
3. Государственная регистрация юридического лица/ индивидуального предпринимателя или оформление проекта в качестве спин-оффа в организации с участием НИУ ВШЭ

Характер работы - проектно-исследовательский.

Для выполнения поставленных задач, мы планируем использовать следующие **методы исследования**:

- анализ нормативно правовых актов;
- анализ рынка онлайн образования;
- интервьюирование потенциальных клиентов;
- опрос существующих клиентов;
- анализ тестового запуска продукта;
- описание бизнес-модели.

Выпускная работа в формате стартапа выполнена в объеме 134 страниц, в том числе 50 страниц приложений. Включает 18 рисунков и 7 таблиц.

Состоит из трех глав, третья из которых посвящена описанию процесса разработки и запуска продукта.

Библиографический список включает 78 источников, в том числе 12 на английском языке.

Глава 1. Нормативно–теоретическая часть

1.1 Цифровизация, как глобальный тренд

Технологические изменения, происходившие с начала 21 века, создали инновационные индустрии и открыли новые возможности использования человеческого капитала и инвестиций. Одним из центральных понятий для новых форм экономической деятельности стала цифровая экономика. В разных странах в развитие цифровой экономики все чаще и активнее включались органы государственной власти. Государственные органы стали брать на себя функции координации и стратегического планирования, приоритизации инвестиционных потоков, а также создания инфраструктуры и условий для дальнейшего развития цифровой экономики.

Так, по данным исследований конференции ООН по торговле и развитию United Nations Conference on Trade and Development (ЮНКТАД) на мировом уровне с 2017 по 2018 год телекоммуникационные, компьютерные и информационные услуги стали категорией, в которой мировая торговля выросла больше всего. Ежегодный рост объемов торговли в этих сферах составил 14,7%, что примерно вдвое больше транспортных, туристических, страховых, и финансовых услуг [World Bank, 2019]. Этот тренд говорит не только о прибыльности сферы IT, но также и о том, насколько она глобализирована.

Исследование цифровой конкурентоспособности стран Международного института управленческого развития (IMD) показывает, что в 2019 году страны Восточной Азии, Северной Америки и Западной Европы сохранили лидерство в развитии, внедрении и исследовании цифровых технологий. Следует отметить, что в то время, как средние показатели цифровой конкурентоспособности Северной Америки и Западной Европы оставались стабильными в 2019 году, Восточная Азия увеличила свое преимущество за этот же период [IMD, 2019]. Однако при быстром росте объемов всемирной цифровой экономики и при росте цифровой конкурентоспособности стран Восточной Азии процент взрослых (18-65 лет)

в странах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), демонстрирующих навыки цифровой грамотности, не превышает 43% [OECD, 2020].

Эти данные говорят о том, что несмотря на широкое проникновение цифровых технологий в экономические и социальные отношения по всему миру, одним из необходимых направлений для развития остается сокращение цифрового неравенства за счет развития цифровой грамотности. Можно ожидать, что большая компетентность населения в вопросах цифровых навыков станет толчком для экономического роста, в том числе, с помощью снижения издержек. Эта задача требует не только активной государственной политики, но и создания условий для предпринимателей, которые за счет своих продуктов и услуг смогут решать задачи по цифровизации общества [Kadar & Moise, 2014]. Подобная кооперация невозможна как без инновационного правового поля, так и без соответствующих технологий и материальной базы.

Многие страны давно осознали эту необходимость, а мы можем наблюдать успешные примеры создания цифровой инфраструктуры по всему миру. По некоторым показателям лидерами в этой сфере становятся даже постсоветские страны – например, Эстония, которая создала одно из крупнейших электронных правительств в мире [Kalve, 2014]. Российская федерация также движется по пути цифровизации государственного управления во всех сферах национальной экономики. В данной работе мы акцентируем внимание на политике и контекстном правовом поле в области цифровизации индустрии образования, поскольку важность развития образования для цифровой экономики неоднократно подчеркивалась экспертным сообществом [OECD, 2016].

Говоря о других направлениях цифровизации, необходимо отметить, что с каждым годом растет всеобщее понимание того, как именно цифровизация влияет на бизнес и повседневную жизнь – не только в образовании, но и других сферах. Например, с внедрением поисковых

алгоритмов и рекомендательных систем произошли значительные изменения в потребительском поведении. Если ранее покупатель был более осведомлен о желаемом им товаре или услуге, то теперь он ожидает, что качественный электронный сервис сам подскажет ему разные опции на основе его предпочтений. В свою очередь, бизнесу выгодно предлагать потребителю больше продуктов и чаще на основе анализа их поведения AI алгоритмами. Фирмы, которые не адаптируют свою деятельность под новые технологии, рискуют потерять свою конкурентоспособность. Пионером цифрового анализа потребительского поведения стали компании Amazon и Alibaba, которые одними из первых стали использовать цифровые технологии для анализа потребительского поведения.

Стоит отметить, что нарастание объема данных и цифровой сферы в целом неизбежно актуализирует направление по безопасности использования персональных данных. Многие бизнесы и цифровые сервисы строят свои бизнес-модели исключительно на торговле персональными данными пользователей – а именно на размещении таргетированной и контекстной рекламы. Например, Facebook имеет бизнес-модель, в которой 98% дохода связано с размещением рекламы.

В процесс контроля за данными неизбежно вмешивается государство, поскольку вопросы безопасности находятся в его зоне ответственности. В некоторых странах процессы по контролю за оборотом персональных данных развивались уже десятилетиями, однако ярче всего они стали проявляться в последние годы. Так, в 2016 году на уровне всего Европейского Союза была принят рамочный документ «Общий регламент защиты персональных данных» [Европейская комиссия, 2020], который задает общую стратегию контролю за данными во всех государствах-членах. В России этот вопрос касается и требований о физическом размещении данных. Так, федеральный закон постановляет производить хранение данных компаний и их пользователей на отечественных серверах, если они ведут деятельность в России [Министерство цифрового развития, 2015]. Помимо этой инициативы

практически ежегодно возникают новые инициативы по контролю и управлению цифровым развитием. Мы вернемся к этому вопросу в одном из параграфов работы.

В этом контексте дальнейшая цифровизация может пойти двумя путями: либо пользователи будут требовать сокращения сбора данных о них, либо же компании смогут убедить пользователей, что сбор информации и ее безопасное хранение принесет преимущества для последних. Например, более индивидуальный подход со стороны электронных магазинов, персональные предложения и рекомендации.

Таким образом, мы видим множество сценариев, в которых цифровая трансформация получит и уже получила глубокое развитие. В этой связи любое современное общество будет так или иначе расширять доступность цифрового образования и стимулировать его использование. Ключевым параметром и показателем развития станет представление о цифровой грамотности населения.

1.2 Цифровая грамотность: теоретические подходы к понятию

В макроэкономическом масштабе частные проекты и государственные программы, направленные на стимулирование цифрового образования, призваны повысить общий уровень цифровой грамотности населения, снизить разрыв в подобных компетенциях между различными профессиями, а также обеспечить предложение таких образовательных услуг на рынке. Цифровая грамотность коррелирует с комплексом умений и навыков по использованию информационно-коммуникационных технологий, устройств и знаний для профессиональной и повседневной деятельности [Гладилина, Кадыров, 2019]. Достаточный уровень цифровой грамотности важен, поскольку он позволяет эффективно работать с компьютерами и мобильными устройствами, использовать информацию из интернета, а также обезопасить собственные данные.

С каждым годом значение цифровой грамотности растет, поскольку технологии проникают не только в управление, бизнес и социальные

отношения, но и в повседневные практики миллионов людей [Абдуллина, 2020]. Поэтому спрос на умения, являющиеся частью цифровой грамотности, постоянно возрастает. В ответ на растущую потребность на рынке рождается предложение со стороны частных и государственных компаний по их развитию.

Частные образовательные компании заинтересованы в предоставлении услуг по обучению актуальным навыкам и умениям для деятельности в цифровой сфере, в том числе, с целью получения прибыли. В то же время государство заинтересовано в повышении общей конкурентоспособности национального трудового рынка, привлечении инвестиций и создании востребованных продуктов [Абдуллина, 2020].

Впервые понятие «цифровая грамотность» было введено Полом Гилстером в 1997 году. Он описал этот феномен, как способность критически понимать и использовать информацию, получаемую посредством компьютера в различных форматах из широкого диапазона источников [Бороненко & Кайсина, 2019].

Распространение интернета и цифровых технологий способствовало конкретизации этого понятия Алланом Мартином в 2006 году. А. Мартин в своем исследовании «Цифровая грамотность для обучения» охарактеризовал «цифровую грамотность» как осознание, установки и способность отдельных лиц надлежащим образом использовать цифровые инструменты и средства для идентификации, доступа, управления, интеграции, оценки, анализа и синтеза цифровых ресурсов, для построения систем новых знаний, а также общения с другими людьми с целью конструктивных социальных действий в контексте конкретных жизненных ситуаций [Martin & Madigan, 2006].

Во втором десятилетии 21 века изучением вопроса цифровой грамотности активно заинтересовались и крупные международные организации. Например, в 2019 году Институт цифрового интеллекта, созданный в сотрудничестве Международного экономического форума с

Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), как платформа для разработки международного подхода к определению понятия «цифровая грамотность» и методам ее формирования, определил цифровую грамотность как всеобъемлющий набор технических, когнитивных, мета-когнитивных и социально-эмоциональных навыков на основе универсальных моральных ценностей, которые позволяют людям решать задачи, связанные с цифровыми технологиями [OECD, 2019].

Годом ранее Нэнси Ло в докладе ЮНЕСКО определила «цифровую грамотность» как способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, понимать, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий для участия в экономической и социальной жизни [Shin, 2019].

Среди российских исследователей так же нет единого мнения о том, что такое цифровая грамотность. Так Г.У. Солдатова и Т.А. Нестик в своей работе «Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования», опубликованном в 2013 году, дают следующее определение не грамотности, но компетентности: Цифровая компетентность основана на непрерывном овладении компетенциями (системой соответствующих знаний, умений, мотивации и ответственности) способности индивида уверенно, эффективно, критично и безопасно выбирать и применять инфокоммуникационные технологии в разных сферах жизнедеятельности (работа с контентом, коммуникация, потребление, техносфера), а также его готовность к такой деятельности [Солдатова, Нестик, 2013].

В 2017 году Берман Н.Д. рассматривая понятие «цифровая грамотность» подчеркивает ее отличие от компьютерной грамотности, под которой понимает умения и навыки работы на компьютере, управление файлами и папками, знание основ информатики, минимальные знания основных офисных программ, а «цифровая грамотность» – это набор знаний

и умений, которые необходимы для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов интернета [Берман, 2018].

В этом же году выходит статья Лисенковой А.А. в «Вестнике Московского государственного университета», где исследователь дает следующее определение цифровой грамотности: «Цифровая грамотность понимает под собой не только умение работать с большими информационными потоками и развитие критического мышления, но и умение оперировать семантическими системами, интерпретировать, оценивать и определять достоверность и качество получаемой информации извне» [Лисенкова, 2017].

В 2018 году компания «Мобильное Электронное образование» выпускает отчет «Цифровое образование: матрица возможностей», в котором Кондаков А.М. описывает «цифровую грамотность» как «важнейший навык XXI века – это основа безопасности в информационном обществе. ... Цифровая грамотность – готовность и способность личности применять цифровые технологии уверенно, эффективно, критично и безопасно во всех сферах жизнедеятельности» [Кондаков, 2020]

И еще одно определение, которое мы бы хотели принять во внимание для анализа понятия, дано специалистами Региональной общественной организации «Центр Интернет технологий» (РОЦИТ) в 2019 году в рамках всероссийской акции «Digital диктант». Специалисты из РОЦИТ считают, что «цифровая грамотность» - это «совокупность знаний и умений, необходимых для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов интернета, включающая цифровую безопасность, цифровые компетенции и цифровое потребление» [Digital Диктант, 2019]

Таким образом, цифровая грамотность понимается как определенный набор знаний и навыков, позволяющий человеку ориентироваться в цифровой среде и решать задачи с помощью цифровых устройств [Абдуллина, 2020]. Немаловажно, что цифровая грамотность не существует сама по себе, а представлена достаточно узкими компетенциями различного

характера. Данные компетенции могут широко варьироваться у тех или иных пользователей, но их множество определенно представляет собой степень подготовленности человека к цифровой среде [Абдуллина, 2020].

1.3 Законодательная база в контексте цифровизации: международный и отечественный аспекты

В настоящее время одним из наиболее цитируемых рамочных документов, определяющих идеологию, цели и стратегию цифровизации в России является «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» [Российская газета, 2008]. Она является продолжением предыдущей версии стратегии, которая была принята в 2008 году. Кроме того, тема развития цифровизации формировалась и в ходе реализации международных соглашений и проектов, в которых принимает участие и российская сторона. Например, такие документы, как: «Окинавская хартия глобального информационного общества» [КонсультантПлюс, 2000], «Декларация принципов построения информационного общества» [КонсультантПлюс, 2003], «План действий Тунисского обязательства» [КонсультантПлюс, 2021] фигурируют в качестве международных обязательств страны по направлению развития информационного общества [Российская газета, 2017] Мировое сообщество находится на стадии развития, когда цифровизация всех государственных сфер является одним из важнейших приоритетов каждой страны, а не только конкурентным преимуществом развитых стран.

Обратимся к некоторым деталям этих документов.

Международные соглашения, в рамках которых действует и Россия, призваны создать понятийную и идеологическую основу для реализации комплексной политики в области развития информационных технологий в странах-участницах. Документы подчеркивают важность равного доступа всех граждан к знаниям и информации, возможностям глобальной коммуникации и использовании цифровых инструментов как для профессиональной, так и для предпринимательской деятельности

[КонсультантПлюс, 2000]. Согласно утверждениям, представленным в документах, эти инициативы важны, поскольку в век динамичных изменений неравный доступ к информации и знаниям только усугубит общее неравенство. В свою очередь, наличие такого неравенства между несколькими сообществами в рамках одного общества, неизбежно выльется в обеднение той группы граждан, которая не сможет освоить цифровые компетенции для будущей деятельности. Поэтому на государства-участниц конвенций возлагается особая роль в регулировании процессов информатизации общества и ускорении его в тех секторах, где ощущается недостаточный доступ населения к технологиям.

Помимо экономических и социальных соображений, подчеркивается и роль ИКТ в развитии и укреплении принципов демократии и прав человека [ООН, 2003]. Главный аргумент состоит в том, что сила гражданского общества во многом измеряется способностями к критическому использованию информации и плюрализму мнений [КонсультантПлюс, 2000]. Только общество, способное критически анализировать информацию из нескольких источников, проверять ее и использовать ее в социально-полезных целях сможет адаптировать технологии под нужды независимого сообщества. Кроме того, важно добиться общих представлений о концепции устойчивого развития среди населения всех стран, чтобы внедрить адекватное и современное представление об экологических практиках и способах сохранения природного и культурного наследия. Эти две идеи – о политической культуре в эпоху цифровизации и устойчивом образе жизни становятся возможными, благодаря повсеместному использованию информации и повышению уровня цифровой грамотности среди населения.

Суммируя важность этих документов, можно сделать вывод, что их основная цель – это «ликвидация международного разрыва в области информации и знаний». Постиндустриальная экономика имеет своей особенностью мультиплицирующий эффект от внедрения инноваций,

поэтому важно обеспечить все население доступом к потенциально полезным знаниям.

Глобальное содействие реализации этих программ возможно через сотрудничество межправительственных и международных организаций – таких как Экономический и Социальный Совет ООН, ВТО, ОЭСР, МБР, G8 (G7) [КонсультантПлюс, 2000]. Страны участницы самостоятельно определяют комплекс мероприятий и конкретные действия по реализации базовых идей данных соглашений.

«Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» как раз является тем документом, на который можно опираться при анализе фундаментальной политики России в области цифрового развития. Так, своим указом о введении стратегии в действие президент подчеркивает, что данная стратегия служит основным инструментом для формирования «общества знаний» [Указ Президента РФ, 2017] Эта концепция определяется как состояние общества, в котором преобладающим условием для развития является свободный доступ, сохранение и производство информации с учетом национальных интересов страны [Российская газета, 2017].

Важно отметить все три компонента определения, данного президентом. Во-первых, свободный доступ к информации позволит обществу развиваться более равномерно, в том числе, представителям разных социальных групп. Во-вторых, сохранение информации позволит развивать и преумножать знание, с опорой на уже имеющиеся данные, способствовать производству новой информации [Фадейкина, 2019]

Однако, существует противоречие между необходимостью широкого доступа к информации и ее регулирования со стороны государства. В документе Стратегии приводится несколько причин, указывающих на необходимость развития информационного общества и цифровых технологий в России. Так, приводятся аргументы о повышении

эффективности технологий, поддержке безопасности, говорится также и о цифровом суверенитете страны.

В контексте нашей работы особенно важно отметить пункты о способах построения «общества знаний». Согласно п. 37 рассматриваемой стратегии [Российская газета, 2017], приоритетными становятся инвестиции в образование, просветительские и образовательные проекты; совершенствование механизмов обмена знаниями и развитие современных технологий в образовании, электронном обучении и увеличении числа партнерских программ организаций высшего и среднего профессионального образования с высокотехнологичными компаниями. Стоит ожидать, что законодательная база развития цифровизации в ближайшие годы будет одним из приоритетов в законотворческой деятельности государственных органов. На самом высоком уровне были приняты решения по стимулированию цифровизации общества, экономики и социальных процессов на основе развития образования. Так, в рамках национальной программы «Цифровая экономика», реализуемой в период с октября 2018 года по декабрь 2024 года, выделено более 1 млрд рублей на проекты в области цифровой трансформации [Министерство цифрового развития, 2018]. Программа предусматривает множество инфраструктурных инвестиций в системы связи, развитие 5G сетей, [Министерство цифрового развития, 2019] повсеместное распространение интернета в общественных учреждениях, школах и отдаленных населенных пунктах.

Отдельное место в программах правительства по цифровизации занимает федеральный проект «Кадры для цифровой экономики». Его специфика заключается в расширении доступа к обучению новым навыкам и цифровым профессиям, формированию цифровых компетенций. Проект можно условно разделить на несколько направлений, хотя каждое из них так или иначе ставит своей целью включение наибольшего числа граждан в процессы освоения цифровых компетенций. Так, в рамках проектах

предусмотрено более 200 мероприятий по каждому из направлений [АНО «Цифровая экономика», 2021].

Первое направление связано с формированием мотивации для граждан к активному участию в цифровой экономике и самостоятельному формированию необходимых навыков. Такой подход позволит активизировать потенциал населения [АНО «Цифровая экономика», 2021].

Вторым направлением выступает реструктуризация системы образования. Инициаторы программы предлагают модернизировать образование до состояния, которое будет способно отвечать новым вызовам, а также готовить компетентные кадры для экономики [АНО «Цифровая экономика», 2021].

Третье направление сосредоточено на обеспечении условий для подготовки кадров в условиях цифровой экономики. Это включает в себя создание методологии для разработки правительством комплексных мер по приведению подхода подготовки кадров к условиям экономики, где преобладают навыки использования информации [АНО «Цифровая экономика», 2021].

Наконец, четвёртое направление ставит своей задачей удовлетворение потребностей работодателей, а именно содействие их усилиям по обучению сотрудников новым цифровым компетенциям. Инициативы подобного рода могут включать в себя, как помощь в поиске партнеров для обучения, информационную поддержку и консультирование, так и прямые субсидии для организаций государственного сектора [АНО «Цифровая экономика», 2021].

В рамках самой федеральной программы предлагается увеличение бюджетных мест по IT специальностям в вузах, повышение квалификации преподавателей высших и средних профессиональных учреждений, а также обучение цифровым навыкам представителей государственного и муниципального управления [АНО «Цифровая экономика», 2021]. Кроме того, к 2024 году предусмотрена 50% компенсация платы за обучение

цифровым специальностям для более чем 200 тыс. граждан с помощью организаций дополнительных образовательных программ. Примечательно, что в этом процессе задействованы не только крупные классические федеральные университеты, но и недавно созданные технопарки и исследовательские университеты. Например, эта программа реализуется с помощью перечисления целевых субсидий организациям образования «Университет Национальной технологической инициативы 2035» [Министерства цифрового развития, 2021], и «Университет Иннополис» [Министерства цифрового развития, 2021]. Помимо прямых субсидий министерство создает и альтернативные формы финансирования для проектов в сфере цифрового образования: расширяется грантовая система финансирования технологических проектов в образовании [Министерства цифрового развития, 2020]

Разработчики программы отмечают, что цифровые компетенции и навыки становятся неизбежной необходимостью для самого широкого круга профессий, а не остаются уделом IT-специалистов. Поэтому правительство намерено массово развивать цифровые навыки населения страны. Министерство экономического развития сформировало базовую модель компетенций цифровой экономики для оценки цифровой грамотности [Минэкономразвития, 2020]. Реализации этой модели посвящено направление программы под названием «Цифровая грамотность и компетенции». В числе ключевых показателей до 2024 года по этому направлению приводится: достижение уровня 40% в доле населения, обладающего цифровыми компетенциями; более 1 млн человек получивших сертификаты о цифровых навыках, а также более 10 млн человек, прошедших программы цифровой грамотности [Минэкономразвития, 2020]. Для достижения этих показателей Правительство подготовило следующий набор решений: национальный сервис непрерывного онлайн образования, персональный цифровые сертификаты, программу цифрового ГТО, а также

система независимой оценки компетенций цифровой грамотности [Минэкономразвития, 2020].

Необходимость включения большего числа людей в подобные образовательные программы вызвана сравнительно низкими показателями участия населения в программах дополнительного образования, что особенно критично для построения цифровой экономики. Так, согласно статистике, в контекстных образовательных программах участвует 15% работоспособного населения и 1% людей пенсионного возраста. В то время как в развитых странах эти показатели находятся на отметке 40% и 5% соответственно.

Одним из ярких примеров реализации планов правительства по повышению цифровой грамотности стал проект, основанный на государственно-частном партнерстве - онлайн-ресурс «цифровая грамотность.рф» [НАФИ Аналитический Центр, 2020]. Проект реализуется на базе Университета 20.35 при участии крупных технологических компаний: Мегафон, Ростелеком, Ростех, Почта России, а также при партнерстве НИУ ВШЭ. На данном портале пользователи смогут найти контент и курсы по различным цифровым навыкам, которые будут способны усилить общую грамотность в таких сферах, как безопасность в интернете, поиск и использование информации, компетенции для работы.

Другим подобным проектом, который инициировало Правительство стал веб-сайт «готовкцифре.рф» [НАФИ Аналитический Центр, 2020]. По своей сути он выступает агрегатором сервисов для тестирования уровня цифровой грамотности и компетенций цифровой экономики. Этот сервис предлагает пользователям несколько инструментов оценки собственного уровня навыков по использованию различных компьютерных и информационных приложений [НАФИ Аналитический Центр, 2020]. Использование такого сервиса становится одним из логичных шагов на пути к формированию цифровой грамотности, поскольку определение уровня последней позволит гражданам понять, с чего именно и как им стоит начать свое развитие на пути приобщения к цифровой экономике.

Говоря о программе «Цифровая экономика РФ» невозможно не отметить ее направленность на создание архитектуры безопасности, независимости от поставщиков ПО и оборудования из других стран, и суверенитета в области данных и цифровой инфраструктуры.

Политика в сфере развития образования связана с организацией системы обучения специалистов, которые смогут создать независимую национальную цифровую экосистему. Одной из инициатив в этом русле является создание единой системы учета специалистов в области цифровой безопасности и защиты информации [НАФИ Аналитический Центр, 2020]. Данная направленность вызвана учетом специфики национальных интересов государства, что неоднократно подчеркивалось в уставных документах, например, в «Стратегии цифрового развития 2017-2035».

Новые формы образовательных практик, их большая гибкость и вариативность привели к тому, что выпускники вузов по ряду направлений могут зачесть свои собственные инновационные проекты в качестве выпускной-квалификационной работы. Например, существует рамочная программа министерства образования «Стартап как диплом», которая реализуется в качестве элемента федеральной программы «Цифровая экономика» [Министерство науки и высшего образования РФ, 2021].

Целью использования стартапов в качестве ВКР является вовлечение выпускников в «экосистему технологического предпринимательства». Такие практики существуют с 2017 года: в рамках учебного процесса в Дальневосточном федеральном университете, ряд студентов представил свои проекты в области использования технологий и предпринимательства [Министерство науки и высшего образования РФ, 2021].

На 2021 год количество вузов, где реализуется данный подход, выросло многократно и достигло отметки в 40 учебных заведений. Примечательно, что для оценки таких работ в выпускные комиссии обязательно привлекаются представители экспертного сообщества – предприниматели и профессионалы в нужной отрасли [Министерство науки и высшего

образования РФ, 2021]. Цифровая экономика диктует свои правила для современных выпускников вузов, поэтому координация взаимодействий с профессионалами, а вместе с тем и формулирование собственных идей с помощью стартапа позволит быть более конкурентоспособными.

Опыт разработки бизнес-планов, оформления юридических документов и организация взаимодействия в команде стартапа подготовит выпускников к практической деятельности, а также сократит перерыв между окончанием учебы и началом профессиональной деятельности. Эксперты из индустрии образования подчеркивают важность сетевого эффекта, образующегося в ходе подготовки и защиты подобных работ [Издательство VC, 2021]. По их мнению, проекты такого рода мобилизуют и объединяют как студентов, так и профессионалов из разных вузов, привлекают предпринимательское сообщество, некоммерческий сектор, а также органы региональной власти [Российская газета, 2021].

Программу «Стартап как диплом» ждет дальнейшее развитие: на правительственном уровне обсуждается возможность ее включения в рамки национального проекта «Наука и университеты». Авторы программы хотят повысить ее популярность в региональных вузах. В правительстве комментируют данную идею, как возможность создать «платформу университетского технологического предпринимательства» [Аскерова, 2021]. Дальнейшая всесторонняя поддержка и интеграция практики создания стартапа вместо написания классической дипломной работы позволит усилить роль университетов в создании предпринимательской инициативы. По словам Премьера Мишустина, на данный момент только 3% стартапов рождается в стенах университетов, что является низким показателем [Аскерова, 2021]. Интеграция такого количественного показателя в систему национального проекта «Наука и образование» может повысить приоритет и престижность практик стартапов среди академического сообщества и студентов.

Однако, стоит отметить и некий скептицизм по поводу данной инициативы. Так, директор центра Фонда развития интернет-инициатив Маргарита Зобнина отметила, что «возможность зачесть стартап в качестве диплома не приведет к существенному росту количества стартапов в вузах, поскольку вся система образования в России культивирует в студентах страх ошибок» [Фонд Сколково, 2021]. Следовательно, в подобной системе такие рискованные проекты как собственный стартап не найдут массового распространения.

Проанализированные выше инициативы на уровне государственных исполнительных органов демонстрируют потребность государства в новых форматах обучения и новых результатах.

В ходе подготовки и реализации стартапа студенты могут усвоить множество цифровых компетенций, поскольку большая доля стартапов реализуется в сфере информационных технологий. При этом, если предметная область стартапа напрямую не касается ИТ и аналогичных сфер, то в ходе реализации проекта студенты все равно будут активно использовать цифровые навыки. Так, при самостоятельной подготовке проекта студенты будут использовать самостоятельный поиск информации в интернете, интернет-каналы коммуникации для продвижения своего проекта на рынке или поиска партнеров для реализации.

Выводы. В рамках данной главы было установлено, что цифровая грамотность населения формируется по множеству факторов. Одним из наиболее значимых является государственная политика и регулирование в области компетенций, образования и кадровой политики, адаптированная к требованиям и условиям цифровой экономики. В России в данный момент существует стратегия, разработанная для модернизации и реформирования нескольких сфер, имеющих наиболее сильное влияние на цифровые компетенции. В рамках стратегии реализуется сразу несколько национальных проектов и программ по этому направлению. В первую очередь, можно отметить нацпроект «Цифровая экономика» и раздел, названный «Кадры для

цифровой экономики», кроме того существует отдельный раздел под именем «Цифровая грамотность и компетенции».

Исследование цифровой грамотности населения Российской Федерации, которое проводилось аналитическим центром национального агентства финансовых исследований (НАФИ) в 2018 году [Аймалетдинов, 2018], показало, что индекс цифровой грамотности составляет:

- взрослого населения (18-65 лет) - 52 п.п. из 100 возможных;
- школьников 14-17 лет - 73 п.п. из 100 возможных.

По результатам проведенных исследований, аналитики утверждают о необходимости развития направления по формированию цифровых навыков россиян [Digital Диктант, 2019].

В рамках данной работы особенную важность представляет один из проектов Министерства науки и образования «Стартап как диплом», который позволяет студентам зачесть их собственный технологический или бизнес проект как выпускную квалификационную работу. Использование этого проекта именно сейчас не случайно, поскольку оно укладывается в общий вектор цифровизации и модернизации формального образования в стране. Спрос на навыки автономного принятия решений, поиска информации и их систематизации в адекватной форме постоянно растет, как и ценность знания сама по себе. Поэтому, один из важных эффектов инициативы по внедрению такой формы обучения приведет к росту цифровой грамотности у молодежи, что имеет особую значимость для экономического и социального развития страны.

Глава 2. Аналитическая часть

Для успешной реализации коммерческого стартапа мы посчитали необходимым провести комплексный анализ рынка, на котором планируется реализация продукта. Полное представление о трендах рынка, проблемах и перспективах позволит адаптировать бизнес-план проекта к текущим реалиям и создать востребованный продукт.

2.1 Анализ рынка услуг по обучению цифровым навыкам

Следует уточнить, что помимо традиционного рынка образовательных услуг, который представляют как государственные образовательные учреждения разных уровней, так и частные организации по самым различным направлениям, существует отдельная часть рынка, выделяемая в отдельный сектор – EdTech. Его особенностью является применение цифровых технологий для образовательных и педагогических целей [Аналитический центр при правительстве Российской Федерации, 2021]. Так как электронные технологии могут применяться для разных направлений обучения, тематические границы проектов в области EdTech достаточно размыты.

Часто потребители видят в EdTech только онлайн-обучение в виде курсов или занятий с преподавателем, однако эта категория услуг несколько шире [RB Rusbase, 2021]. Так, в качестве продуктов этой индустрии можно считать интерактивные учебники, приложения и веб-разработки для преподавателей, учеников или же их родителей, системы управления учебным контентом, расписанием занятий, а также специальное программное обеспечение (ПО), используемое для создания курсов, учебных материалов, презентаций и обучающих игр [McGrath & Åkerfeldt, 2019].

Несмотря на быстрые темпы роста в последние годы, существует несколько видов проблем, с которыми сталкивается рынок EdTech. Рассмотрим часть из них и сфокусируемся на тех проблемах, которые скажутся на процессе развития предполагаемого стартапа в сфере онлайн-образования.

Проблема №1: нехватка инвестиций

Темпы инвестиций в EdTech не позволяют наращивать эту долю рынка более чем на 7–10 % в год. По одному из прогнозов к 2050 году, появится более 2 млрд. новых учеников разного уровня, направления и языка [Holon IQ, 2020]. Пока сложно оценить, какую долю от этого значения будут занимать россияне, и какой уровень спроса предстоит обеспечивать на нашем национальном рынке, однако, стоит учитывать глобальные вызовы, связанные с недостатком инвестиций.

За прошедшие годы особенную роль в финансировании частных проектов и стартапов в области образования сыграл венчурный капитал. Специалисты отмечают высокий рост доли венчурного капитала в структуре мирового EdTech рынка: к 2020 году он составил \$16.1 млрд, что в 32 раза больше показателей 2010 года [Holon IQ, 2020]. Однако, стоит отметить, что такая форма капитала чаще всего приходилась на стартапы с глубокими технологическими решениями, в которых используются передовые технологии AI и Machine Learning [Petrenko, 2019]. По этой причине далеко не все начинающие компании могут рассчитывать на такую форму инвестиций, они вынуждены искать более традиционных инвесторов на финансовом рынке.

Некоторые эксперты видят решение проблемы финансирования и притока инвестиций в углублении государственного-частного партнерства [Цифровая экономика, 2019], что подходит под современные реалии России, где существенная часть рынка принадлежит государству. Инвестиции крупных частных и госкорпораций при стратегической и информационной поддержке государства могли бы обеспечить приток инвестиций, который необходим этому растущему рынку.

Проблема №2: техническая база и дефицит специалистов

Несмотря на кажущийся повсеместный технический прогресс, не все организации образовательной сферы готовы к внедрению новых технологий из-за отсутствия необходимой техники или специалистов для подключения и

контроля оборудования и ПО [Интерфакс, 2021]. Школы государственного сектора наиболее подвержены этой проблеме и потому не могут использовать EdTech возможности в полной мере. С другой стороны, это условие создает конкурентное преимущество для частной инициативы.

Необходимо отметить, что в России данная проблема наиболее остро стоит в регионах страны. Поскольку наибольшая часть капитала, инвестиций, а значит инноваций приходится на города федерального значения, технологический разрыв между центром и регионами будет только возрастать [SkillBox, 2021], хотя, именно EdTech позволяет преодолевать такой разрыв за счет удаленной коммуникации и онлайн формата. Если в какой-то момент возникнет особый спрос на дополнительное образование в регионах страны, то образовательные стартапы смогут без проблем переориентироваться на региональные рынки, клиентов и студентов, проживающих на отдаленных территориях.

Важно понимать, что хороший EdTech проект будет учитывать подлинные технические возможности своих пользователей и клиентов, а потому производить только такой контент и услуги, которые будут реалистичны для потребителя с технической точки зрения. Например, речь может идти об учете недостаточной скорости передачи данных, отсутствии сопряженного ПО или навыков для его использования, а некоторых случаях и ограниченного трафика [Аналитический центр НАФИ, 2021]. Постепенно по ходу модернизации в различных регионах страны все больше и больше пользователей смогут использовать последние технологические достижения для учебы – стартапам же остается только идти в ногу с динамикой технической оснащенности их клиентов.

Проблема №3: несовершенство законодательной базы и недоверие общества

В некоторых случаях регулирование образовательной и просветительской деятельности может создать неопределенность для предпринимателей в области EdTech. Так, формальные требования к

образовательным услугам могут ограничить возможности по использованию технологий [Comnews, 2021]. Немаловажно, что безопасность персональных данных при использовании интернет-коммуникации остается недостаточно проработанной зоной с точки зрения законодательства. Многие крупные образовательные компании могли бы принимать большее участие в программах государственно-частного партнерства – в том числе и для достижения целей правительства в области образования или же в рамках региональных инициатив. Сфере образования необходимо быстро адаптироваться под происходящие технологические изменения в экономике и обществе. Поэтому законодательство в части регулирования образовательной деятельности тоже требует большей гибкости и динамики. В данный момент образовательные курсы валидируются только через критерий «востребованности или невостребованности на рынке» [Comnews, 2021], что может привести к повышенному вниманию регулирующих органов. Решением этой проблемы могло бы стать привлечение участников рынка к активному диалогу. Отдельным аспектом выступает все еще недостаточный уровень доверия к онлайн-образованию со стороны некоторых групп населения [Аналитический центр НАФИ, 2021]. В то время как белые воротнички и профессионалы активно использующие интернет-технологии доверяют и активно пользуются курсами и программами обучения, представители более традиционных профессий предпочитают классические курсы повышения квалификации от аккредитованных организаций или институтов образования. Одним из путей повышения уровня доверия к онлайн-образованию среди населения России является содействие со стороны государства, вузов, а также крупных корпораций. Интеграция малого и среднего бизнеса отрасли EdTech в национальные проекты по цифровизации, партнерские программы вузов и корпоративное образование крупных компаний позволит вывести данный сегмент на новый уровень доверия со стороны населения.

Помимо уже обозначенных общих структурных проблем на рынке

EdTech услуг, существуют и более специфические тренды, связанные с потребностями потребителей. Так, активно растет сегмент специальных платформ и акселераторов для онлайн школ и курсов, примером может послужить GetCourse [GetCourse, 2021]. Постепенно из-за возникновения большого количества ниш на рынке, снижения транзакционных издержек и продолжающегося роста спроса на дистанционное обучение снижается порог входа на рынок для новых компаний в сфере в онлайн-образования. При этом, крупные компании со множеством сервисов и направлений могут нести большие издержки, в отличие от игроков, изначально сфокусированных на узком сегменте услуг [Коммерсантъ, 2021]. В этом аспекте критически важно удерживать баланс между стремлением к большему охвату рынка и специализацией на отдельном образовательном направлении. Постепенно растет и количество новых востребованных профессий, которые дополняют уже традиционные роли преподавателей и технических специалистов. Так, среди новых востребованных ролей можно перечислить продюсеров образовательных проектов, методологов и сценаристов, а также специалистов по маркетингу и продвижению. Также в последнее время стали возникать новые типы участников рынка, которые не являются напрямую образовательными центрами, но при этом несут важную для рынка функцию. К таким посредникам можно причислить продюсерские центры, агентства карьерного и образовательного консультирования, службы сопровождения абитуриентов при поступлении в зарубежные вузы и т.п [Российская газета, 2021]. Несмотря на широкую популярность таких дисциплин как бизнес, языки и IT, постепенно набирает популярность сегмент образования для синих воротничков [РБК, 2021]. Во многом это происходит в секторе корпоративного обучения в реальном секторе экономики, однако существуют возможности и для стартапов в этой области. Параллельно развиваются два противоположных направления – это микрообучение и career-long learning [Indicator, 2021]. В то время как первое связано с обучением узкому и специфическому набору компетенций для решения практических задач в

узкий промежуток времени, второе наоборот предполагает активное вовлечение в дополнительное образование в течение всего карьерного пути. При этом растет доля так называемых «non-work» услуг или хобби-образования, уже достигая показателей в 13% от общего объема диджитал образовательных услуг на рынке [TalentTech, 2021]. Как понятно из названия, услуги и компании этой ниши рынка не связаны с бизнес или академическим образованием, но скорее поставляют контент на грани развития и развлечения. Зачастую к таким курсам относятся направления, связанные с мотивацией, тайм-менеджментом, дизайн и декор, искусство, питание и здоровый образ жизни (рис. 1) [TalentTech, 2021].



Рисунок 1 Онлайн сегмент рынка B2C обучения взрослых (%)

Технически проекты индустрии EdTech не перестают наращивать сложность своих решений. Так, постепенно AR и VR становятся частью образовательного процесса, хотя на данный момент еще не получили самого широкого распространения. Однако, другие технологии — например, машинное обучение — во всю используются для управления проектами в области обучения. В конечном итоге, невозможно не упомянуть ценовой сегмент для услуг EdTech стартапов. Если говорить об индивидуальных или групповых курсах от частных компаний в России, то средний чек за один

обучающий курс варьируются от 10 до 50 тысяч рублей (рис. 2) [Education Online Barometer, 2021]. А длительность чаще всего составляет от одного до трех месяцев (рис. 3) [Education Online Barometer, 2021]

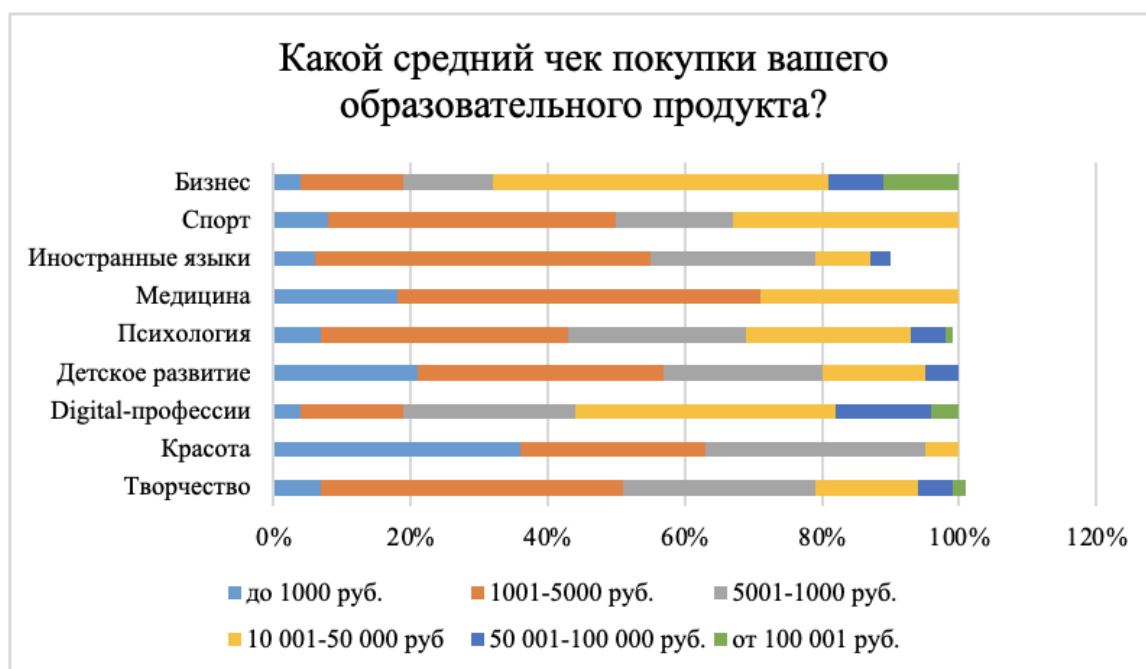


Рисунок 2 Средняя стоимость онлайн курсов по сегментам по данным исследования Education Online Barometer (рублей)



Рисунок 3 Средняя длительность онлайн курсов по сегментам по данным исследования Education Online Barometer (%)

2.2 Сегмент рынка, его объем и динамика

Чтобы понять, насколько отрасль EdTech перспективна, можно обратиться к статистике по динамике финансового объема рынка. Так, к концу 2020 года рынок вырос до \$222 млрд, в то время как всего за год до этого он составлял \$205 млрд [Rusbase, 2021]. Российская доля рынка достаточно небольшая – она составляет лишь \$30 млрд. Распределение глобального финансового капитала выглядит следующий образом: Северная Америка 40%, Азия 30%, КНР 40%, Россия 1-2% [Rusbase, 2021]. На графике ниже можно оценить динамику объема рынка в недавнем прошлом и в ближайшие годы.

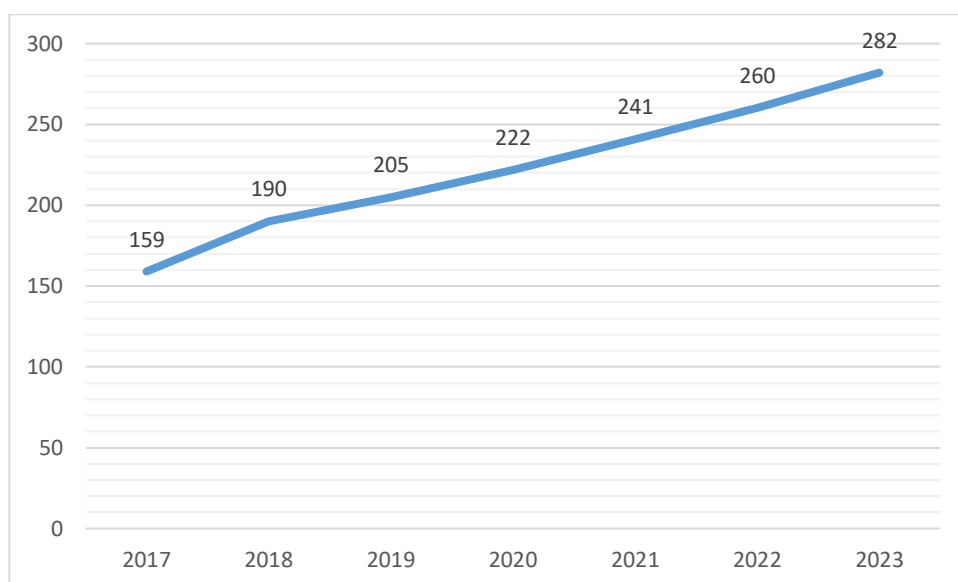


Рисунок 4 Динамика роста мирового рынка онлайн образования по данным исследования Global Market Insights (млрд \$)

Говоря о динамике роста на рынке онлайн-обучения невозможно не упомянуть тематику кризиса COVID-19. За период от начала пандемии резко вырос спрос как на услуги онлайн-образования от частных компаний, так и на использование EdTech практик в школах, вузах и прочих образовательных институтах. Объективная причина этого процесса одна – потребность в реализации мероприятий по социальной изоляции в условиях непрерывающегося обучения и работы. Всё это вызвало значительной приток капитала, инвестиций и кадров на рынок онлайн-образования из-за

роста спроса. Для рынка этот процесс действительно дал существенный толчок, однако, эксперты отмечают, что текущий квартал все же является последним, когда именно фактор пандемии толкает рынок вверх [РБК, 2021]. Незначительный спад темпов роста в разрезе месяцев сигнализирует о замедлении спроса на онлайн образовательные услуги и в этом случае цифровому бизнесу необходимо находить иные стратегии для сохранения своей выручки и темпов роста. При этом, некоторые эксперты склонны считать, что пандемия не привнесла фундаментально новых вещей на рынок EdTech, но ускорила уже наметившиеся на нем за предыдущие годы тренды и подтолкнула объемы роста вперед [Tinkoff-Journal, 2021].

Рассматривая структуру мирового рынка образования в целом, обращаем внимание на долю от мирового оборота в разрезе уровней образования. EdTech может быть интегрирован на любом уровне, с оговоркой, что для дошкольного образования требуется больше социальной активности и живого взаимодействия, чем для других. При этом, для отдельно взятого стартапа в области образования наиболее приоритетными являются высшее образование и область Lifelong learning – которая также часто называется «непрерывным образованием».

В то время как рост роли онлайн-образования в высшем образовании кажется достаточно очевидным, стоит более подробно остановиться на вопросе о lifelong learning. Причин для высокого спроса на lifelong learning несколько. Во-первых, этот сегмент предполагает изучение специфических навыков и дисциплин, которые не требуют государственной аккредитации в отличие от высшего образования, поэтому гибкость онлайн-образования позволяет получать новые компетенции быстрее [РБК, 2021]. Во-вторых, современные рыночные условия толкают профессионалов самых разных областей на постоянное обновление своих знаний и навыков для сохранения конкурентоспособности [Slon, 2021]. Скорость, доступность и вариативность онлайн-образования выступает тем преимуществом, которое делает его актуальным для сегмента lifelong-learning.

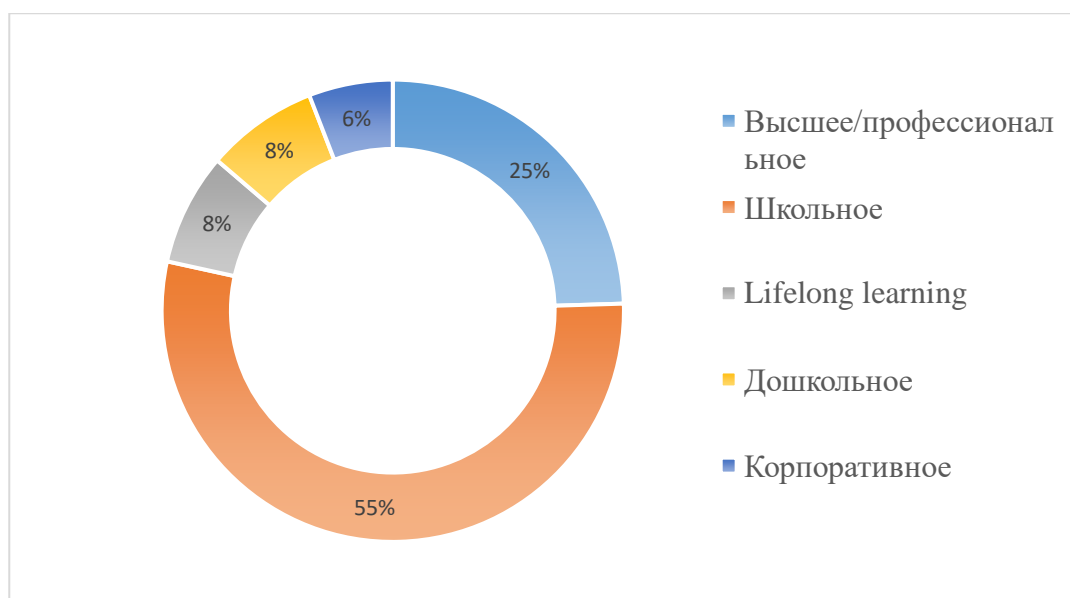


Рисунок 5 Структура мирового рынка онлайн образования к 2030 году по прогнозу EdTechXGlobal (%)

Относительно структуры спроса на рынке, необходимо отметить, что основными потребителями онлайн-образования являются как индивидуальные взрослые пользователи, так и корпоративный сегмент, а также организации высшего образования, среднего образования, а подчас и дошкольного уровня. То есть, потенциальная клиентская база чрезвычайно широка, но для образовательного проекта, предлагающего услуги по развитию востребованного на рынке профессионального навыка, наибольшую ценность будут иметь платежеспособные люди трудового возраста.

Для составления актуальной картины потенциальных потребителей необходимо проанализировать статистику по демографии. В разрезе демографии существует представление, что наибольшим спросом услуги ДПО пользуются среди трудоспособного населения от 18 до 55 лет. Из 75 млн россиян, которые подходят под потенциальную аудиторию онлайн-образования, только несколько миллионов могут активно включаться в онлайн-образование [Институт социальной политики, 2020]. При этом, наибольший спрос следует ожидать со стороны населения городов-миллионников – их доля от числа трудоспособных жителей по всей стране

составляет 21% (рис. 2.5). Кроме того, доля платежеспособного населения в городах-миллионниках несколько выше, чем в населенных пунктах, где проживает менее 1 млн населения [Институт социальной политики, 2020].



Рисунок 6 Доля россиян, плативших за дополнительное обучение по данным Edumarket (%)

По данным Нетологии 8% пользователей Рунета активно пользовались различными формами онлайн-образования, в то время как 40% опрошенных готовы обучаться именно таким образом [Tinkoff-Journal, 2021]. Стоит ожидать положительного роста этого тренда и при этом ориентироваться, что основной приток подходящих клиентов будет идти из обозначенных демографических групп: трудоспособное, платежеспособное население крупных городов-миллионников.

2.3 Анализ конкурентов

Данная часть работы направлена на изучение конкурентов и основных игроков на рынке онлайн-образования. Этот этап позволит нам обнаружить, оценить, выбрать и адаптировать наиболее оптимальные практики других организаций онлайн-образования, а также избежать недостатков в процессе разработки собственного образовательного продукта.

В первую очередь, для эффективного анализа необходимо понимать, какие именно компании подходят под определения игроков EdTech сектора. Напомним, что в концепции данной работы EdTech понимается как

деятельность по использованию современных цифровых и коммуникационных технологий в целях обучения и педагогики. Может показаться, что в таком случае спектр организаций подходящий для анализа слишком велик. Действительно, многие организации образования используют современные технологии для обучения своих клиентов, однако по ряду признаков можно исключить часть из них, поскольку они либо не являются полноценными образовательными проектами, либо занимают смежное положение на нескольких рынках.

Так, согласно методологии РБК, стоит отметить международные и национальные проекты-платформы, поскольку они представляют не индивидуальные курсы, а лишь дают доступ к образовательным материалам вузов, выступая посредником. В качестве примера таких платформ можно привести проект «Открытое образование» и «Специалист.ру» [РБК, 2021]. Другой частью выборки, которую мы не включаем в анализ, являются проекты, для которых EdTech выступает как прикладная деятельность, то есть такие структуры только разрабатывают решения для образовательных проектов, при этом сами не являются компаниями, предоставляющими услуги обучения [РБК, 2021]. К подобной специфике относятся IT стартапы без образовательных продуктов. Еще одна не подходящая группа проектов — это платформы для написания работ, курсовых и дипломов, поскольку они предоставляют площадку для коммуникации авторов работ и студентов, но не создают собственных образовательных услуг [РБК, 2021].

В таблице ниже представлен обзор крупных школ онлайн-образования с их средним рейтингом и выручкой в год. Информация о рейтинге используется с нескольких порталов пользовательского опыта: irecommend.ru, otzovik.com и allreview.ru. А данные для показателя «Выручка в год» собраны из открытых [VC, 2021] источников [Контур.Фокус, 2021]. По среднему рейтингу уверенно лидирует Loft School и WDI, однако при учете показатели выручки в год, отличные результаты демонстрирует Нетология и Way Up (табл. 1)

Средний рейтинг и выручка основных конкурентов на основе открытых источников данных

Школа	Средний рейтинг	Выручка за 2020 год (руб.)
Skillbox	4,01	3,1 млрд
Geekbrains	4,27	2,2 млрд
Loftschool	5	108 млн
Нетология	4,61	1,5 млрд
HEDU (irs)	3,41	345 млн
WDI	5	20 млн
WAY UP	4,94	475 млн
Школа Максима Солдаткина	3	273 млн
Epic Skills	3,2	2 млн

Анализ отзывов пользователей о проблемах образовательных курсов этих компаний, на указанных выше ресурсах, позволяет сделать выводы о причинах высокого или же низкого рейтинга тех или иных игроков. Так, пользователи зачастую отмечают несколько видов проблем из-за которых они ставят низкий рейтинг школам онлайн-образования:

- Низкая структурированность материала и качество подачи информации не позволяют в должной мере усвоить онлайн-курс, а также использовать заложенные в его образовательный план навыки и компетенции.
- Отсутствие должной обратной связи, постоянной коммуникации между преподавателями и студентами приводит к низкой мотивации студентов, большому количеству ошибок и повышенному уровню стресса при освоение учебного курса, а, следовательно, к меньшей эффективности его использования.

- Отсутствие программы и практик поддержки или менторства студентов после окончания учебных программ – выступает одной из причин низкой конвертации разовых слушателей курсов в постоянных учеников онлайн-школ. Кроме того, страдает функция создания социальных связей между участниками образовательного процесса, что на самом деле могло создать хороший эффект для их потенциальной карьеры в смежных областях.
- Периодические самостоятельные задания высокой сложности, которые не разъясняются в процессе подготовки и основного обучения. Ввиду этого фактора студенты испытывают неудобства при усвоении учебного материала. Для части студентов самостоятельный формат поиска корректных решений с внешней оценкой преподавателя может быть оптимальным, в то время как для других требуется более индивидуальный подход и пошаговый разбор заданий.
- Слишком продолжительная длительность или же наоборот сжатость курса в узкие сроки приводят к более низкой вовлеченности студентов в работу, в силу ограниченных возможностей студентов по фокусировке внимания.

На основе этих отзывов необходимо внедрить такую систему организации учебного процесса и подачи образовательного контента, которая будет удовлетворять указанные слушателями потребности.

Для более глубокого понимания аудитории мы проанализировали цели дополнительного обучения. По данным исследования Edmarket.Digital большая часть взрослого населения учится, чтобы получить дополнительные навыки внутри своей профессии, остальные цели обучения заметно уступают в популярности, однако цель сменить профессию находится на втором месте (рис 7) [TalentTech, 2021].



Рисунок 7 Цели дополнительного обучения по данным исследования команды Edumarket (%)

Для разработки бизнес-плана стартапа нам было важно проанализировать основные каналы продаж конкурентов и их способ ценообразования.

Результаты исследования проекта Barometr показали, что Instagram приносит основную долю клиентов большинству онлайн школ (рис. 8) [Education Online Barometer, 2021]. Поэтому нами было принято решение также сфокусироваться на этом канале продаж.



Рисунок 8 Каналы продаж и их результативность по данным исследования Education Online Barometer

В процессе анализа способов ценообразования, которые отмечали предприниматели в сфере онлайн образования [Education Online Barometer, 2021], мы смогли выяснить, что чаще всего представители этого сегмента бизнеса ориентируются на конкурентов и себестоимость производства контента (рис. 2.7). Именно такую модель мы и будем использовать в дальнейшем в процессе формирования цены на наш продукт.



Рисунок 10 Способы ценообразования по данным исследования Education Online Barometer (%)

Выводы. В рамках данной главы было установлено, что помимо традиционного рынка образовательных услуг, выделяют отдельный сектор – EdTech, особенностью которого является применение цифровых технологий для образовательных и педагогических целей [Аналитический центр при правительстве Российской Федерации, 2021].

Далее мы рассмотрели часть проблем обозначенного сектора рынка, которые потенциально могут сказаться на развитии разработанного нами продукта. В качестве основных проблем, мы выделили: нехватку инвестиций [Аналитический центр при правительстве Российской Федерации, 2021], техническую базу и дефицит специалистов [Интерфакс, 2021] и несовершенство законодательной базы и недоверие общества по отношению

к предпринимательству в области EdTech [Comnews, 2021].

Далее нами были проанализированы тренды EdTech сектора рынка, связанные с потребностями потребителей. Одним из них является рост сегмента специальных платформ и акселераторов для онлайн школ и курсов, таких как GetCourse [GetCourse, 2021]. Более того, мы выделили снижение порога входа на рынок для новых компаний в сфере в онлайн-образования [Коммерсантъ, 2021], возникновение новых типов участников рынка (пример: продюсерские центры) [Российская газета, 2021], рост популярности сегмента образования для синих воротничков [РБК, 2021], параллельное развитие спроса на микрообучение и career-long learning [Indicator, 2021] и рост доли хобби-образования [TalentTech., 2021].

В целях проекта было важно проанализировать «свой» сегмент рынка, его объем и динамику. Было выяснено, что к концу 2020 года рынок вырос с \$205 млрд. до \$222 млрд [Rusbase, 2021], в то время как российская доля рынка составляет лишь \$30 млрд. Структура спроса на рынке такова, что потребителями являются представители всех групп: индивидуальные взрослые пользователи, корпоративный сегмент, а также организации высшего, среднего и дошкольного образования. Анализ показал, что наибольшим спросом услуги ДПО пользуются среди трудоспособного населения от 18 до 55 лет [Институт социальной политики, 2020]. При этом, наибольший спрос ожидается со стороны платежеспособного населения городов-миллионников [Институт социальной политики, 2020].

Анализ конкурентов помог выделить Loft School и WDI по критерию среднего рейтинга на основе отзывов от потребителей, однако при учете показателей выручки в год, отличные результаты демонстрирует Нетология и Way Up. Анализ отзывов пользователей об образовательных курсах этих компаний позволил нам выделить проблем, с которыми сталкивались пользователи, которые необходимо учитывать для разработки системы учебного процесса, удовлетворяющего потребности потенциальных клиентов.

Глава 3. Проектная часть

Во второй части мы провели аналитическую работу для выявления ключевых характеристик потенциальной целевой аудитории и ее потребностей. Также мы убедились в том, что идея нашего стартапа подходит под текущие тренды рынка онлайн образования в России. Основываясь на проанализированных данных, имеющихся у нас ресурсах и сделанных выводах, а также методике Lean Startup или “экономичный стартап”, предложенной Э. Рисом, нами был разработан минимально жизнеспособный продукт - онлайн курс по веб-дизайну. Под минимально жизнеспособным продуктом (MVP) мы имеем в виду «версию продукта, позволяющую запустить цикл „создать-оценить-научиться“ с минимальными усилиями, потратив как можно меньше времени на разработку» [Рис, 2018].

3.1 Описание минимально жизнеспособного продукта

Для получения первой обратной связи на разработанный продукт у потенциальной целевой аудитории нам было необходимо сформулировать базовое позиционирование курса. Для этого мы описали целевую аудиторию, предполагаемую структуру, длительность курса и ключевые преимущества. Также мы предположили, какие уникальные составляющие мы можем добавить в продукт, которые позволят нам занять долю рынка и привлечь клиентов.

Целевая аудитория

Основываясь на выводах, полученных во-второй главе, по результатам анализа данных, представленных командой EduMarket.Digital [TalentTech, 2021], мы предполагаем, что ядром потенциальной целевой аудитории стартапа станут:

- взрослые от 18 до 35 лет;
- со средним ежемесячным доходом 36 тысяч рублей;
- проживающие в Москве, Санкт-Петербурге и городах-миллионниках;
- желающие сменить профессию, получить новую профессию, переквалифицироваться;

- и учиться для себя, для удовольствия [TalentTech., 2021].

Предполагаемая структура и длительность курса

- 14 модулей за 12 недель (включает неделю каникул);
- каждый модуль состоит из 5 - 10 коротких видео уроков, длительность от 5 до 15 минут с обязательным практическим заданием по материалу урока;
- все студенты учатся в рамках одного расписания с едиными дедлайнами для сдачи заданий;
- каждое практическое задание проверяется сразу после наступления дедлайна тренером, студенты получают индивидуальную и детальную развернутую обратную связь в формате видео разбора своей работы;
- в конце модуля все ученики приглашаются на занятие на онлайн платформе для видеосвязи (например: Zoom, Skype, Hangouts и т.д.), где тренер отвечает на оставшиеся вопросы по теме модуля, организует групповые задания на отработку материала и подводит итог изученному;
- следующий модуль открывается только студентам, прошедшим и сдавшим обязательные задания предыдущего модуля;
- у студентов есть общий чат в телеграм, где они могут задавать вопросы как одноклассникам, так и тренеру и получать быструю реакцию;
- в курс входят 4 вебинара с экспертами из разных направлений веб-дизайна, чтобы у студентов была возможность выбрать в дальнейшем более узкую специализацию, а также вебинар с рекрутером из IT компании, который расскажет как подготовить резюме и пройти собеседование новичку в профессии.

Ключевые преимущества

- 80% практики, 20% лекций. Обратная связь в формате индивидуального видео-разбора работы.
- Интенсивные 12 недель обучения завершаются четырьмя оформленными работами в портфолио и реальными навыками для успешного старта сразу после курса.
- Вебинары с дизайнерами и HR топовых IT компаний (Яндекс, ВК,

SEMrush, Банк Открытие).

- Материалы курса остаются у студентов, так же как и чат с возможностью связи с одногруппниками и тренером.

Мы предполагаем, что клиенты будут выбирать наш курс по двум основным причинам.

Во-первых, он позволяет решить несколько проблем целевой аудитории:

1. удовлетворяет потребность в освоении новой профессии, так как курс дает практические навыки, достаточные для того, чтобы устроиться на работу сразу после обучения;
2. позволяет обучаться новичкам, не сталкивающимся со сферой ранее, и желающих понять, подходит ли им эта профессия, в каком формате (работа с одним постоянным продуктом, фриланс, работа в дизайн студии) и какие первые шаги необходимо совершить после обучения.

Во-вторых, потому что у курса есть преимущества, отличающие его от конкурентов:

- маленькие группы, направленные на создание дружественной атмосферы, способствующей созданию связей между студентами;
- детальная индивидуальная видео обратная связь на практические задания;
- доступ к материалам курса и чату остаются у студентов навсегда;
- у курса есть четкое расписание (начало, конец и дедлайны известны всем студентам до начала курса и они неизменны в процессе курса обучения), это обеспечивает студенту возможность планирования сроков окончания обучения и работы по новой профессии;
- тренер курса известен в кругах людей, интересующихся веб-дизайном, имеет опыт разносторонней работы как в корпорации (Яндекс, ВТБ, Честный знак, CoinKeeper), так и на фрилансе.

3.2 Анализ опроса потенциальных клиентов

Мы провели два этапа проверки гипотезы ценности продукта для клиента: опрос потенциальных клиентов до запуска минимально жизнеспособного продукта и сам запуск тестового продукта на потенциальную аудиторию с последующим интервьюированием и анкетированием клиентов.

В первом этапе опроса приняли участие 10 подписчиков Instagram страницы о веб-дизайне, относящихся к потенциальной целевой аудитории. Главной целью этого опроса являлось выявить спрос у потенциальной целевой аудитории на спроектированный продукт. Опрос состоял из описания продукта, его идеи, преимуществ и как он будет работать. Затем респондентам были заданы вопросы:

- 1) Нужен ли вам этот курс?
- 2) Сколько вы готовы заплатить за этот курс?
- 3) Что вас заинтересовало в курсе больше всего?
- 4) Что не хватает в курсе сейчас, за что вы готовы заплатить?
- 5) Что бы вы убрали из курса, чтобы снизить его стоимость?

По результатам опроса мы пришли к нескольким выводам:

- 1) продукт готов к тестовому запуску, однако необходимо внести изменения исходя из повторяющихся комментариев респондентов;
- 2) потенциальные клиенты готовы платить от 5000 до 31000 рублей за описанный курс;
- 3) больше всего респондентов заинтересовали вебинары с экспертами, помощь в создании резюме и трудоустройстве, большое количество практических заданий и портфолио;
- 4) клиенты будут готовы платить больше, если в курс будут добавлены offline воркшоп или мастер-класс с известным экспертом, челлендж или игровые механики;
- 5) респонденты готовы отказаться от дополнительных недель поддержки, рабочей тетради, вебинаров с экспертами из топ-компаний, библиотеки

элементов, игры и подарков ради сокращения стоимости курса. С подробными результатами опроса можно ознакомиться в Приложении 1.

Главный вывод: семь из десяти представителей целевой аудитории, участвовавших в опросе, ответили положительно на вопрос “Нужен ли Вам такой курс?”, а трое указали причину, от которой зависит их решение, исходя из чего мы сделали заключение о возможности тестового запуска курса.

3.3 Подготовка к тестовому запуску минимально жизнеспособного продукта

Перед реализацией тестового запуска курса нам было необходимо решить несколько задач:

- 1) разработать тематическое планирование содержания курса;
- 2) записать и смонтировать видео-уроки;
- 3) сформировать цену тестового запуска курса;
- 4) выбрать учебную платформу и разместить на ней материалы курса;
- 5) разработать и реализовать контент-план для блога тренера курса.

Во время разработки содержания курса, мы опирались на проблемы, которые указывали пользователи на независимых сайтах оценки, и которые мы подробно описали во второй главе нашей работы. Также мы проанализировали содержание и длительность курсов по веб-дизайну, предоставляемых такими школами как: WDI, Skillbox, Geekbrains, LoftSchool, Нетология и WayUp. Подробнее с анализом программ перечисленных школ вы можете ознакомиться в приложении 2.

В таблице 2 мы приводим сводные значения по длительности, количеству модулей и тем, которые конкурент заявляет в программе и описании курса. В среднем курсы конкурентов длятся 9 месяцев (от 12 недель до 15 месяцев) и включают в себя 8 модулей и 50 тем. Нам кажется важным, принимать также во внимание проблему, которую выделяют пользователи на сайтах независимых оценок и которую мы подробно описали в главе два, а именно излишнюю длительность или же наоборот

сжатость курса, что приводит к более низкой вовлеченности студентов. Именно поэтому нами было принято решение остановиться на 12 неделях, включающих 1 неделю каникул и 14 модулей.

Таблица 2

Сравнение длительности, количества модулей и тем в составе курсов конкурентов со средним значением по показателям

Школа	Количество модулей в курсе	Количество тем в курсе	Длительность курса
WDI	11	15	14 недель
Skillbox	8	76	7 месяцев
Geekbrains	3	29	15 месяцев
LoftSchool	2	26	12 недель
Нетология	13	85	14 месяцев
WayUp	13	70	4 месяца
Среднее	8	50	37 недель (9 месяцев)

В процессе разработки тематического плана курса, мы опирались на результаты анализа курсов конкурентов, перечисленных выше, на материалы А. Купера, предоставленные автором в книге “Интерфейс. Основы проектирования взаимодействия” и пособие Д. Нормана “Дизайн привычных вещей”. Во время создания практических заданий курса мы оттачивались от опыта тренера по веб-дизайну, участвовавшего в разработке материала и принципов модели обучения “перевернутый класс”.

В результате, в состав нашего курса вошли 14 модулей общей длительностью 12 недель, 7 zoom занятий, 4 вебинара с экспертами и 5 вебинаров от тренера курса. Было разработано краткое тематическое планирование курсов (таблица 3). С подробным тематическим планированием вы можете ознакомиться в Приложении 4.

Таблица 3

Краткое тематическое планирование с длительностью модулей тестового запуска курса

№ модуля	Название модуля	Длительность модуля (дни)
1	Figma	3
2	Photoshop	2
3	Основы веб-дизайна	3
4	Исследование и текстовый прототип	7
5	UI/UX	5
6	Визуал и мудборд	7
7	Прототип и композиция	7
8	Шрифты и верстка	5
9	Курсовая	6

	Каникулы	7
10	Дизайн-система	5
11	Интернет-магазин	5
12	Редизайн сервиса	5
13	Мобильное приложение	14
14	Tilda	3

В течение второй половины курса (после модуля «курсовая») было запланировано проведение четырех вебинаров с приглашенными экспертами ((1)Веб-дизайнер на фрилансе; (2) Продуктовый веб-дизайнер; (3) Как подготовиться и пройти собеседование. Вебинар с рекрутером; (4) Работа дизайн агентства) с целью ознакомления студентов с разными карьерными траекториями в профессии и помощи в подготовке к трудоустройству или поиску заказчиков.

Следующим этапом, после разработки тематического планирования, стал этап записи видео-уроков. Для этого потребовалось привлечение специалиста по монтажу и приобретение профессионального микрофона. В итоге было записано 78 видео-уроков средней длительностью 8 минут. Все уроки были размещены на платформе Youtube с возможностью доступа только по ссылке.

Для того, чтобы сформировать цену тестового запуска курса был проведен анализ стоимости аналогичных продуктов у основных конкурентов, с учетом выводов, полученных по результатам анализа рынка, описанного во второй главе. Мы опирались на затратный метод ценообразования и занятость тренера курса. Так, средний чек курса в сегменте рынка диджитал профессий, а именно курсов дизайн-направления, составляет от тридцати восьми до сорока двух тысяч рублей [TalentTech, 2021], а средняя стоимость курса у основных конкурентов составляет пятьдесят пять тысяч рублей (табл.4).

Таблица 4

Анализ цен на схожие курсы конкурентов

Номер	Конкурент	Стоимость курса (рублей)
1	Skillbox	67176
2	Geekbrains	69000
3	LoftSchool	11000
4	Нетология	69900
5	HEDU (irs)	28800
6	WDI	97000
7	WAY UP	43636
	Среднее	55216

По результатам расчетов по затратному методу ценообразования (приложение 4) и учитывая данные, описанные выше, нами было принято решение сформировать стоимость курса на уровне двадцати двух тысяч девятисот рублей при условии привлечения шестнадцати студентов. Однако, учитывая тестовый запуск продукта и отсутствующую базу клиентов, для привлечения первых студентов на курс, мы решили снизить стоимость тестового запуска до шестнадцати тысяч девятьсот девяносто девяти рублей, что позволило бы привлечь клиентов за счет низкой стоимости курса в сравнении с рынком.

Опираясь на личный опыт взаимодействия с платформой Getcourse, а также планируемую небольшую группу студентов и стоимость различных образовательных платформ, было принято решение провести тестовый запуск курса на платформе Google Classroom. Платформа позволяет приглашать студентов по индивидуальным ссылкам, имеет интеграцию с Youtube, где ранее были размещены видео-уроки, удобна в использовании

как для студентов, так и для преподавателя и имеет простую структуру для публикации материала, возможность запрограммированного открытия материала и выставления срока сдачи для каждого задания.

В качестве основного канала продаж для привлечения первых клиентов на тестовый запуск курса мы использовали экспертную Instagram страницу тренера, являющегося основным преподавателем курса и участвовавшего в подготовке материала. Перед стартом продаж была проделана работа по формированию единого визуального стиля страницы, проведена фотосессия, разработан контент план (Приложение 5) и создана быстрая ссылка taplink с формой для записи на курс. Эти предварительные этапы были направлены на создание экспертного имиджа тренера среди существующих подписчиков и для привлечения новой аудитории.

Таким образом, на подготовку к запуску минимально жизнеспособного продукта потребовалось три месяца. График подготовки отражен в таблице 5.

Таблица 5

График подготовки минимально жизнеспособного продукта

Этап/ Месяц	Октябрь 2020	Ноябрь 2020	Декабрь 2020	Январь 2021
Формирование концепции курса				
Анализ рынка				
Анализ конкурентов				
Опрос потенциальных клиентов				
Подготовка социальных сетей				
Разработка тематического плана				
Запись и монтаж видео-уроков				
Формирование стоимости				

курса				
Продажи				
Тестовый запуск				

3.4 Анализ результатов запуска минимально жизнеспособного продукта

Первоначальной целью являлось привлечение шестнадцати студентов на курс. По результатам работы со страницей Instagram было собрано двадцать заявок на участие, семнадцать из которых мы смогли конвертировать в платных клиентов.

Реальные затраты на производство продукта не совпали с планируемыми затратами (триста сорок восемь тысяч рублей) отраженными в приложении 4 и составили тридцать шесть тысяч двести рублей (табл. 6).

Таблица 6

Фактические затраты на производство курса

Статья	Сумма (рублей)
Оплата услуг специалиста по монтажу	25 000
Микрофон	5 000
Реклама в Instagram	5 000
Электричество	1 200
Итого	36 200 рублей

Таким образом, нам удалось окупить запуск минимально жизнеспособного продукта и получить выручку в объеме двухсот восьмидесяти восьми тысяч рублей.

За время подготовки страницы тренера в Instagram к тестовому запуску курса и период активных продаж (с 01.10.2020 по 18.01.2021) нам удалось увеличить количество подписчиков с 644 до 745, что говорит о конверсии

2,6% от подписчика до заявки и 2,3% конверсии от подписчика до платящего клиента.

Важно было проанализировать качественные результаты запуска минимально жизнеспособного продукта и изучить аудиторию. Для этого мы провели два этапа сбора обратной связи от клиентов после завершения курса. Первый этап состоял из интервью с открытыми вопросами (приложение 6). Второй этап включал анкетирование клиентов, построенное на базе результатов, полученных после интервью, с целью выявления приоритетных характеристик образовательной услуги (приложение 7).

В обоих этапах сбора обратной связи приняли участие все семнадцать студентов, прошедших курс до конца. На основании собранных данных из анкетирования и опроса удалось установить портрет и характеристики нашей аудитории, а также узнать сильные и слабые стороны образовательного курса.

Социальные и демографические характеристики клиентов довольно разнообразны. Например, студенты курса проживают не только в городах федерального значения (Москва и Санкт-Петербург), но и в городах миллиониках России, и даже в нескольких постсоветских странах – Украина и Узбекистан (рис. 11).

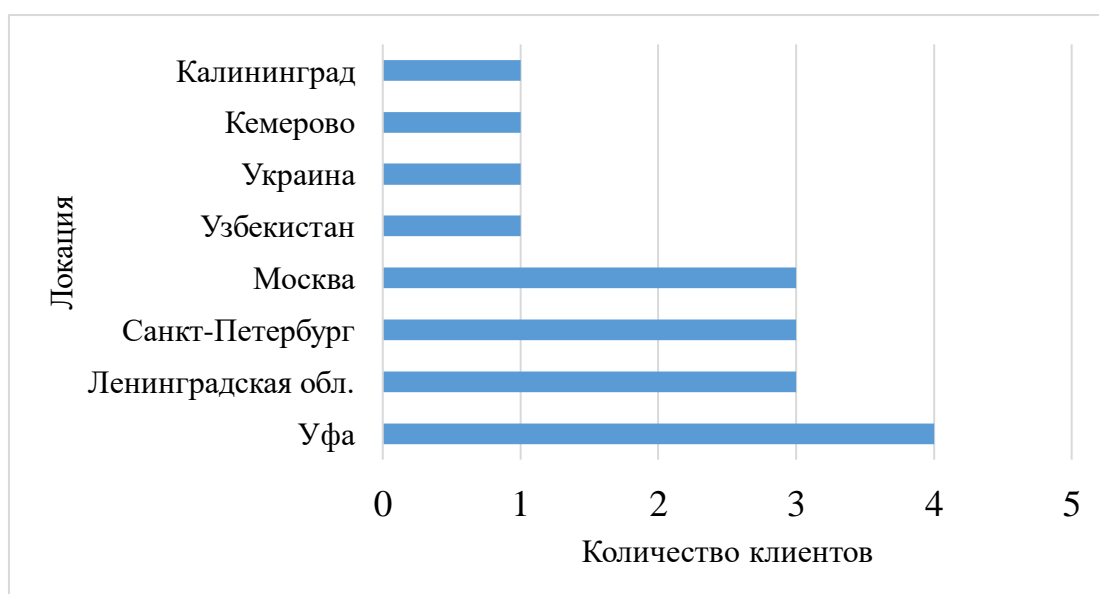


Рисунок 11 Географическое распределение аудитории (человек)

По критерию возраста большая часть слушателей находится в когорте от 23 до 30 лет, однако 18% студентов младше 22 лет и столько же старше 30 (рис. 3.2). Кроме того, их интересы тоже довольно сильно отличаются, но безусловными лидерами среди способов проводить время стали просмотр YouTube и занятия спортом.

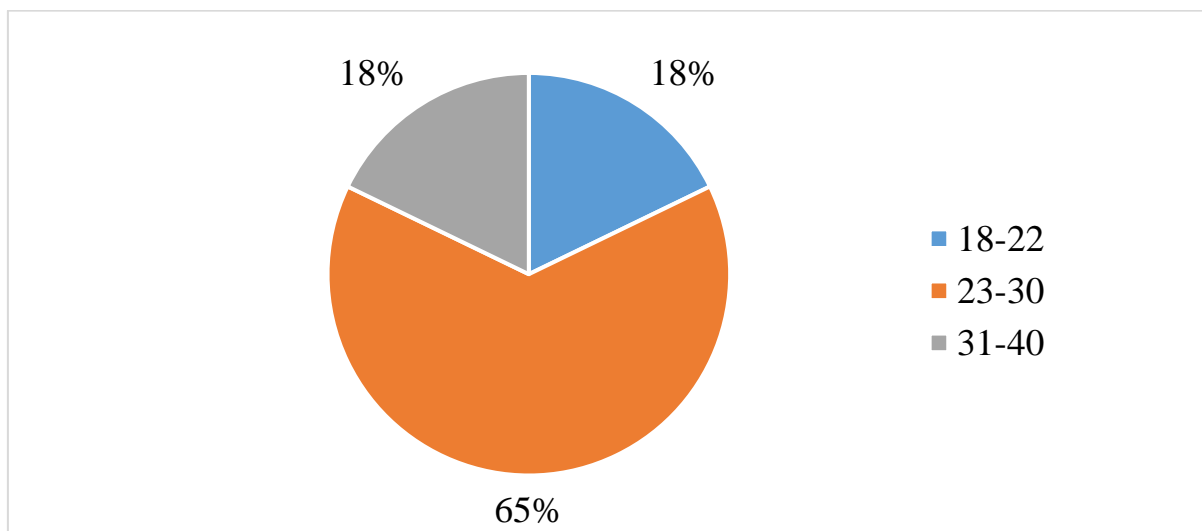


Рисунок 12 Возраст аудитории (лет)

Более того, после опроса клиентов, мы выяснили, что наша аудитория предпочитает пользоваться Instagram и Telegram (рис. 12). Опираясь на эти данные, мы приняли решение продолжать использовать указанные социальные сети как основной канал продаж и основной канал коммуникации в процессе дальнейшей работы над развитием и продвижением продукта. Нам также было важно узнать о каналах, блогах и других источниках, которые регулярно просматривает наша аудитория, чтобы использовать полученную информацию в целях планирования рекламных инициатив в процессе дальнейших запусков курса (приложение 7). Интересы аудитории также довольно сильно отличаются, но безусловными лидерами среди способов проводить время стали просмотр YouTube и занятия спортом. Эти данные мы также планируем использовать в

дальнейшем в процессе работы с социальными сетями для поиска новой аудитории.

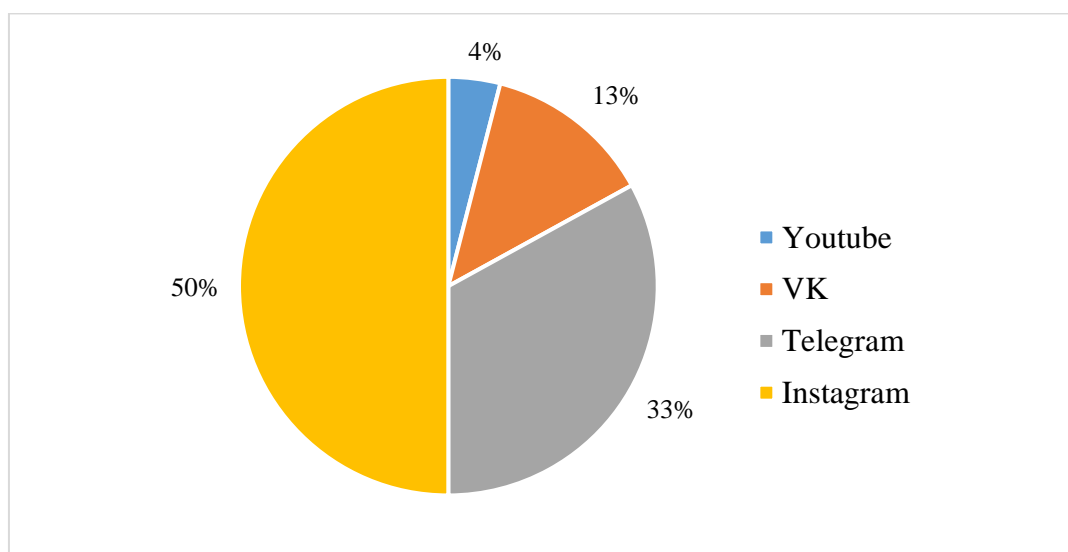


Рисунок 13 Предпочитаемые социальные сети среди аудитории (%)

Следующим этапом стал непосредственный анализ обратной связи с целью определения конкурентных преимуществ курса и недостатков, которые необходимо учесть для доработки продукта. Так, стоит отметить, что большая часть студентов смогла найти работу или заказ после окончания курса – это 82%. Для выявления конкурентных преимуществ разработанного курса мы проанализировали результаты проведенных интервью (приложение 6) и выделили наиболее часто упомянутые положительные стороны курса, чтобы затем с помощью анализа результатов опроса выделить те из них, которые являются приоритетными для наших клиентов (рис. 14). Таким образом 94% респондентов отметили количество практических заданий и объем и качество обратной связи (82%), как то, что больше всего отличает наш курс от конкурентов. Интересным выводом стало то, что лишь 35% студентов отметили стоимость, как отличительную черту, это наименее популярный из трех вариантов ответа, исходя из чего мы делаем вывод о возможности повышения стоимости на курс в дальнейшем, так как это не является ключевым критерием выбора для клиентов.

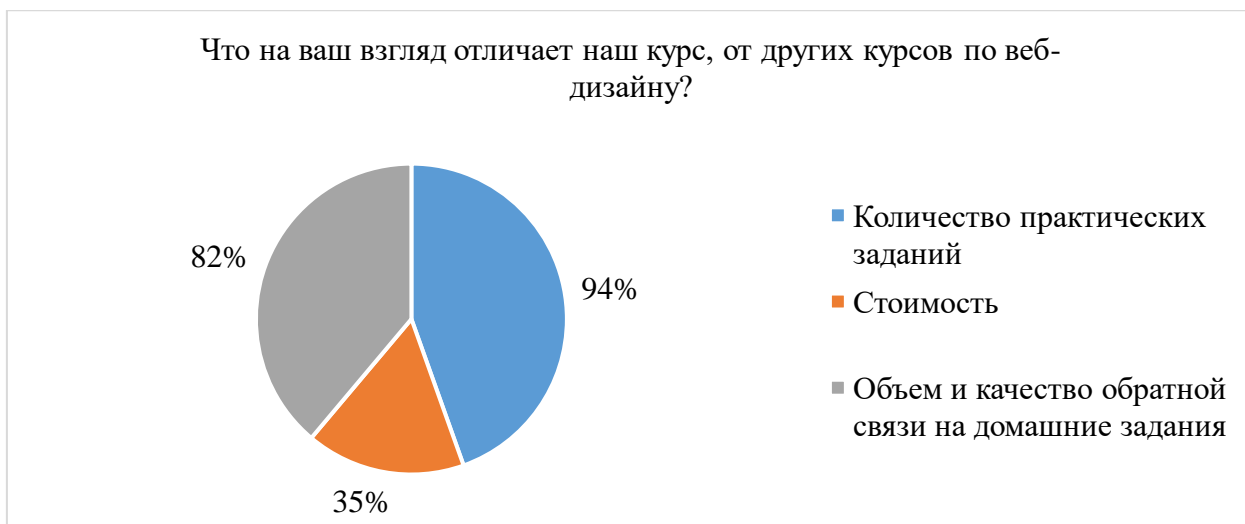


Рисунок 14 Конкурентные преимущества курса по мнению клиентов (%)

Большая часть клиентов выделила структуру курса и его содержание (88%) и четкий график обучения и дедлайны (76%) как то, что принесло им наибольшее удовольствие в процессе обучения (рис 15).



Рисунок 15 Сильные стороны курса по мнению клиентов (%)

После анализа положительных комментариев клиентов, нам было также важно просмотреть и критические отзывы, которые необходимо учесть для улучшения данного образовательного продукта. Например, наиболее часто студенты отмечали большой объем практических заданий и высокую интенсивность курса, указали на некоторые неточности в самом материале и

предложили выделить некоторую часть материала в отдельные блоки и проработать их более подробно, а также упоминали о необходимости большей помощи при трудоустройстве после окончания курса (приложение 7).

Индекс лояльности клиентов (NPS) показал, что большинство клиентов готовы порекомендовать курс своим знакомым, так как индекс NPS составил 88%. Высокая готовность положительно отзываться о продукте и рекомендовать его другим потенциальным студентам станет одним из каналов для привлечения новых клиентов (рис. 16).



Рисунок 16 Сегментирование клиентов по группам promoter, passives, detractors по методике NPS (человек)

Тестовый запуск минимально жизнеспособного продукта показал положительные результаты, как количественные, так и качественные. Так, гипотеза о ценности продукта для целевой аудитории подтвердилась и было принято решение реализовывать полноценный запуск курса.

3.5 Описание бизнес-модели и организационной структуры

В качестве шаблона бизнес-модели мы решили воспользоваться канвой, предложенной Александром Остервальдером и Ив Пинье. Канва бизнес-модели разделяет процессы бизнеса на девять блоков, объединенных

в четыре секции: продукт, взаимодействие с потребителем, инфраструктура, финансы. (табл. 7).

Таблица 7

Шаблон канвы бизнес-модели

Ключевые партнеры	Ключевые действия	Ключевые ценности	Взаимоотношения с клиентами	Сегменты потребителей
	Ключевые ресурсы		Каналы сбыта	
Структура расходов			Потоки доходов	

Основываясь на данных, полученных в результате анализа рынка и опросе существующих клиентов, мы описали девять сегментов канвы бизнес-модели нашего образовательного продукта.

1) Сегменты потребителей

- Возраст: 18-35 лет
- География: города федерального значения, Уфа, Ленинградская область, города-миллионники, страны постсоветского пространства;
- Цель обучения: сменить профессию, освоить новую;
- Интересы: просмотр Youtube, сериалов, занятие спортом, встречи с друзьями.

2) Ключевые ценности

- Практическая отработка навыков;
- Большой объем индивидуальной обратной связи;
- Структурированный качественный материал;
- Четкий график обучения с прописанными сроками;

- Ограниченный короткий срок обучения;
- Поддержка в трудоустройстве;
- Поддержка студентам в процессе обучения от куратора и тренера курса;
- Поддержка выпускников курса в общем чате.

3) Каналы

- Основной канал взаимодействия с текущими клиентами – Telegram;
- Основной канал привлечения новых клиентов: Instagram
- Основной канал для презентации продукта и сбора заявок: сайт <https://prodesign.site/>;

4) Взаимоотношения с клиентами

- Индивидуальный подход к каждому существующему и потенциальному студенту;
- Заботливое отношение от тренера и куратора к студентам;
- Создание дружественной, располагающей к взаимодействию обстановке в чате студентов.

5) Потоки доходов

- Оплата клиентов за обучение;
- Оплата за дополнительные индивидуальные консультации.

6) Ключевые ресурсы

- Финансовые ресурсы: бюджет на производственные расходы;
- Технические ресурсы: компьютеры соответствующего уровня с необходимым программным обеспечением, микрофон;
- Платформа для размещения материала;
- Платформа для проведения вебинаров;
- Человеческие ресурсы: тренер, менеджер курса, SMM менеджер, бухгалтер, специалист по монтажу, специалист по продажам;
- Сайт.

7) Ключевые действия

- Обучение веб-дизайну.

8) Ключевые партнеры

- Приглашенные эксперты вебинаров.

9) Структура расходов

- Расходы на производство курса;
- Организационные расходы;
- Оплата труда;
- Расходы на рекламу.

Описание бизнес-модели по данному шаблону помогло нам сделать целостно рассмотреть продукт и увидеть аспекты, на которые надо обратить дополнительное внимание. Также подобное лаконичное описание позволяет быстро преподнести суть проекта заинтересованным в сотрудничестве лицам или специалистам, привлеченным для решения определенных задач внутри продукта.

Организационная структура стартапа на этапе первого полноценного запуска продукта включает ограниченное количество специалистов, которые обеспечивают возможность для развития и успешного функционирования. В основной штат входят тренер и менеджер курса. Привлекаемыми специалистами на определенный срок и под определенные задачи являются: SMM менеджер и специалист по монтажу. В дальнейшем, исходя из результатов первого полноценного запуска продукта, планируется привлечение SMM менеджера, бухгалтера и специалиста по продажам в основной штат сотрудников.

3.6 Доработка и запуск продукта

Для первого полноценного запуска продукта мы учли пожелания клиентов, участвовавших в тестовом запуске курса, изменили тематическое планирование и сократили количество практических заданий (приложение 8). Таким образом в программу курса вошли не 14, а 12 модулей, что позволит

увеличить время на выполнение практических заданий и снизит интенсивность нагрузки для студентов. Длительность курса сохраняется неизменной и остается 12 недель. Также были перезаписаны некоторые видео-уроки и исправлены ошибки в материалах, принято решение отказаться от вебинаров с приглашенными экспертами.

На этапе продаж удалось увеличить количество аудитории на Instagram странице тренера с 741 до 830 подписчиков. Был разработан сайт prodesign.site для презентации программы курса целевой аудитории и сбора заявок. Продажи курса длились две недели, что позволило собрать 17 заявок, 11 из которых стали реальными покупателями продукта.

В процессе подготовки к полноценному запуску продукта была оформлена самозанятость менеджера курса, что дает легальный статус предпринимательскому проекту (приложение 9) и разработано пользовательское соглашение, автоматически подписываемое клиентами в момент оплаты (приложение 10).

На данный момент (ноябрь 2021 года) невозможно провести полноценный анализ результатов запуска продукта, так как он находится в процессе реализации до двадцатого декабря 2021 года. Однако, мы можем провести предварительный сравнительный анализ ключевых показателей для оценки тенденции развития стартапа (табл. 7).

Таблица 8

Сравнение ключевых показателей запуска минимально жизнеспособного продукта и полноценного запуска продукта

Показатель	MVP запуск (весна 2021)	Запуск (осень
Количество заявок	20	17
Количество клиентов	17	11
CR от заявки до клиента	0,85	0,65
Количество доучившихся	17	
Средний чек	16990	33656
Выручка	288830	403872
Продолжительность продаж	4 недели	2 недели

Продолжительность подготовки	3 месяца	1 месяц
Затраты на производство	36200	30000
Прибыль	252630	373 000

3.7 План развития стартапа в 2022 году

Успешная реализация прототипа и доработанного продукта открыла возможность для планирования дальнейшего развития стартапа. В качестве основного способа планирования было использовано календарное ежемесячное и квартальное планирование.

Основными приоритетами развития на 2022 год мы видим:

- улучшение основного продукта стартапа – курса «Веб-дизайн с нуля»;
- изменение юридического статуса и подключение эквайринга;
- расширение команды проекта;
- разработка и запуск новых продуктов.

На 2023 год запланировано открытие студии веб-дизайна для удовлетворения потребности клиентов в поиске работы или заказов, однако пока не детализировали эту задачу.

Квартальное планирование на 2022 год представлено в таблице 9. Процессы были распределены исходя из логики последовательности обучения и увеличения сложности осваиваемых навыков, а также возникающих потребностей клиентов, нагрузки основного тренера по веб-дизайну и пиков продаж онлайн образовательных продуктов, существующих на рынке. Детальное месячное планирование на 2022 год размещено в приложении 11.

Таблица 9

Квартальное планирование на 2022 год

Фокус	Продукт	4 квартал 2021	1 квартал 2022	2 квартал 2022	3 квартал 2022	4 квартал 2022
Работа с существующим продуктом	Веб-дизайнер с нуля	Обратная связь Итоги	Партнерство с НКО Продажи Запуск		Продажи Запуск	
Разработка новых продуктов	Дизайн сайтов на Tilda и Webflow		Производство	Продажи Запуск	Продажи	Запуск
	Дизайн мобильных приложений			Производство Продажи Запуск		Продажи Запуск
Юридический статус		Открытие ИП	Подключение эквайринга			
Расширение команды			Таргетолог Тренер по Tilda и Webflow Бухгалтер	Менеджер по продажам	Тренер по веб-дизайну	

Выводы. Анализ рынка онлайн-образования и динамики развития его секторов позволил выделить нишу цифровых профессий, как одну из самых перспективных для создания и развития бизнеса. Изучение потребностей, основных характеристик и проблем потенциальной целевой аудитории обеспечило возможность для разработки продукта, отвечающего существующему реальному спросу и коммерческой реализации.

Разработка минимально жизнеспособного продукта стала возможной после тщательного изучения аналоговых услуг, предлагаемых ключевыми конкурентами, опыта эксперта, участвовавшего в разработке и применения современных педагогических технологий, подходящих для онлайн обучения. По итогам успешного запуска минимально жизнеспособного продукта было принято решение о возможности дальнейшего развития продукта на рынке с увеличением коммерческой прибыли и продуктовой матрицей.

Заключение

На данный момент в российском высшем образовании начались изменения, связанные с характером образовательного и исследовательского процесса. В структуре образования появляется все больше возможностей для получения практического опыта и реализации инициатив студентов. Благодаря программе «Стартап как диплом» для студентов стало возможным реализовать выпускную-квалификационную работу в формате стартапа – и таким образом внести свой вклад в развитие цифровизации в Российской Федерации.

В рамках данной работы был успешно реализован образовательный бизнес-проект по предоставлению услуг в сфере онлайн обучения. Анализ ниш и трендов рынка онлайн образования в России позволил выделить сегмент digital профессий, как перспективный для развития бизнеса. Высокие темпы развития цифровой экономики привели к повышенному спросу на услуги веб-дизайна со стороны предпринимателей. Необходимость таких специалистов для бизнеса задала направление для данного образовательного проекта.

Успешному запуску и организации образовательного продукта в области веб-дизайна предшествовала необходимая проработка предметной области. Был проанализирован рынок образовательных услуг и EdTech компаний по направлению веб-дизайн на российском рынке, выделены наиболее популярные и уникальные образовательные онлайн-курсы среди набора образовательных продуктов самых узнаваемых компаний образовательного сектора: WDI, Skillbox, Geekbrains, LoftSchool, Нетология и WayUp.

В части непосредственной работы по разработке собственного образовательного продукта были выявлены и обоснованы способы создания бизнес-модели и разработан непосредственный план реализации подобной образовательной услуги. Для этого этапа мы провели необходимые

действия: (1) определили целевую аудиторию и изучили клиентскую базу; (2) выявили потребности и конкретный запрос в области веб-дизайна со стороны потенциальных потребителей; (3) создали проектную модель курса и определили его длительность, формат коммуникации; (4) обосновали ключевые преимущества для потенциальных пользователей. Для клиентской аудитории были сформулированы и представлены уникальные составляющие продукта с целью привлечь их покупательский интерес к продукту. При этом была избрана концепция минимально жизнеспособного продукта для проверки гипотезы о спросе на данную услугу среди целевой аудитории.

Итоговый (на период ноября 2021 года) образовательный продукт – курс веб-дизайна, состоит из 12 образовательных модулей общей длительностью 12 недель и шести zoom-занятий. Цена продукта составляет тридцать шесть тысяч девятьсот девяносто рублей.

По итогу реализации образовательного курса была получена коммерческая выручка, окупившая затраты на производство минимально жизнеспособного продукта, что можно считать одним из критериев возможного успешного запуска продукта на рынке. Кроме того, качество предоставленной услуги было измерено опросами и анкетированием участников, что позволило собрать ценные отзывы и комментарии – выявить сильные и слабые стороны образовательного проекта. Из всех собранных комментариев наиболее важными нам кажутся советы о доработке структуры курса, а также оказании поддержки в трудоустройстве после завершения курса.

Данный образовательный проект, его результат и собранные данные свидетельствуют не только о положительном опыте создания ВКР в формате стартапа, но и возможном реальном коммерческом росте нашего образовательного курса. Высокая оценка образовательного продукта клиентами и их готовность рекомендовать курс другим потенциальным студентам мотивирует нас на дальнейшие шаги по наращиванию целевой аудитории, количества и качества предлагаемых услуг и ожидаемой выручки.

Список использованных источников

1. Comnews. [Электронный ресурс]: Онлайн-образование растёт и требует регулирования. Режим доступа: <https://www.comnews.ru/content/209489/2020-10-15/2020-w42/onlayn-obrazovanie-rastet-i-trebuets-regulirovaniya>, свободный (Дата обращения: 12.08.21)
2. Education Online Barometer. [Электронный ресурс]: Исследование российского рынка онлайн-образования. Режим доступа: <https://ed-barometer.ru/> (Дата обращения: 16.08.21).
3. GetCourse. [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://getcourse.ru/start> (Дата обращения: 15.08.21)
4. Holon IQ. [Электронный ресурс]: Global EdTech Venture Capital in 2020. Режим доступа: <https://www.holoniq.com/notes/16.1b-of-global-edtech-venture-capital-in-2020/> (Дата обращения: 10.08.21)
5. IMD, World digital competitiveness ranking. Digital Competitiveness ranking 2019. -180 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imd.org/wcc/world-competitiveness-center-rankings/world-digital-competitiveness-rankings-2019/> (дата обращения 11.05.2020).
6. Indicator. [Электронный ресурс]: Lifelong learning: на гребне волны. Режим доступа: <https://indicator.ru/humanitarian-science/lifelong-learning-na-grebne-volny.htm> (Дата обращения: 15.08.21)
7. Investopedia. [Электронный ресурс]: How Facebook Makes Money Режим доступа: <https://www.investopedia.com/ask/answers/120114/how-does-facebook-fb-make-money.asp> (дата обращения 11.07.2020).
8. Kadar M., Moise I. A., Colomba C. Innovation management in the globalized digital society //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2014. – Т. 143. – С. 1083-1089.
9. Kalvet T. Innovation: a factor explaining e-government success in Estonia //Electronic Government, an International Journal. – 2012. – Т. 9. – №. 2. – Р. 142-157.
10. Martin A., Madigan D. (ed.). Digital literacies for learning. – Facet Publishing, 2006.
11. McGrath, C., & Åkerfeldt, A. (2019). Educational technology (EdTech): Unbounded opportunities or just another brick in the wall?. In *Digital Transformation and Public Services* (pp. 143-157). Routledge.
12. OECD (2016). [Электронный ресурс]: Innovating Education and Educating for Innovation: The Power of Digital Technologies and Skills, Educational Research and Innovation, OECD Publishing, Paris, Режим доступа: <https://doi.org/10.1787/9789264265097-en>. (дата обращения 11.07.2020).

13. OECD. Skills matter. Additional results from the survey of adult skills. - 2019. -132 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://read.oecd-ilibrary.org/education/skills-matter_1f029d8f-en#page1 (дата обращения 11.05.2020).
14. Petrenko Y. et al. Entrepreneurship education and startups: A case study of less developed countries //Journal of System and Management Sciences. – 2019. – Т. 9. – №. 4. – С. 39-49.
15. RB Rusbase. [Электронный ресурс]: Главные проблемы развития EdTech-рынка. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/edtech-problem/>, свободный (Дата обращения: 10.08.21)
16. Rusbase. [Электронный ресурс]: EdTech: рынок, тренды, инвестиции. Режим доступа: <https://rb.ru/analytics/pro-edtech/> (Дата обращения: 16.08.21).
17. SkillBox. [Электронный ресурс]: Что сейчас происходит с российским рынком EdTech. Режим доступа: https://skillbox.ru/media/business/chto_seychas_proiskhodit_s_rossiyskim_rynko_m_edtech/, свободный (Дата обращения: 13.08.21)
18. Slon. [Электронный ресурс]: Век учись. Что такое life-long learning. Режим доступа: <https://republic.ru/posts/73568> (Дата обращения: 15.08.21)
19. Tae Seob Shin, Hyeyoung Hwang, Jonghwi Park, Jian Xi Teng and Toan Dang UNESCO Digital Kids Asia-Pacific Insights into Children's Digital Citizenship / UNESCO. - 2019. - 171 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367985/PDF/367985eng.pdf.multi> (дата обращения 11.05.2020).
20. TalentTech. [Электронный ресурс]: Исследование рынка онлайн-образования. Режим доступа: <https://talenttech.ru/research/issledovanie-rynka-onlajn-obrazovaniya/> (Дата обращения: 15.08.21)
21. The New York Times. [Электронный ресурс]: Facebook's profit surges 101 percent on strong ad sales. Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2021/07/28/business/facebook-q2-earnings.html#:~:text=Advertising%20revenue%2C%20which%20continues%20to,percent%20from%20a%20year%20earlier.> (дата обращения 11.07.2020).
22. Tinkoff-Journal. [Электронный ресурс]: Чему россияне учатся на онлайн-курсах. Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/online-stat/> (Дата обращения: 15.08.21)
23. VC.ru [Электронный ресурс]: Сезон отчетов. Часть 3. Итоги деятельности крупнейших онлайн школ России за 2020 год. Режим доступа: <https://vc.ru/finance/250750-sezon-otchetov-chast-3-itogi-deyatelnosti-krupneyshih-onlayn-shkol-rossii-za-2020-g> (Дата обращения: 15.08.21)

24. World Bank. World Development Report 2019: The Changing Nature of Work. - 2019. - 151 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://documents.worldbank.org/curated/en/816281518818814423/2019-WDR-Report.pdf> (дата обращения 11.05.2020).
25. Абдуллина О.В. Представление школьников о своей цифровой грамотности. Курсовая работа НИУ ВШЭ. 2020. С.1-61.
26. Аймалетдинов Т.А., Баймуратова Л.Р., Гриценко В.И., Долгова О.А.. Дети и технологии / Аналитический центр НАФИ. — М.: Издательство НАФИ, 2018. С. 1-31.
27. Аналитический центр НАФИ. [Электронный ресурс]: Проблемы дистанционного обучения в России. Режим доступа: <https://ict.moscow/research/problemey-distantsionno-go-obucheniia-v-rossii/>, свободный (Дата обращения: 12.08.21)
28. Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. [Электронный ресурс]: EdTech в России: сможет ли онлайн-обучение встроиться в систему традиционного образования? Режим доступа: <https://ac.gov.ru/news/page/edtech-v-rossii-smozet-li-onlajn-obucenie-vstroitsa-v-sistemu-tradicionnogo-obrazovania-26969> (Дата обращения: 10.08.21)
29. АНО «Цифровая экономика». [Электронный ресурс]: План мероприятий направления кадры и образование. Режим доступа: <https://files.data-economy.ru/Education.pdf/>, свободный (Дата обращения: 25.07.2021)
30. Берман Н. Д. Цифровые навыки преподавателей и студентов для обучения в цифровой среде. Вестник Хабаровского Университета. 2018. Т.1. №13. С.1-33.
31. Бороненко Т. А., Кайсина А. В., Федотова В. С. Развитие цифровой грамотности школьников в условиях создания цифровой образовательной среды // Перспективы науки и образования. – 2019. – № 2 (38). С. 1-160.
32. Всемирная встреча на высшем уровне по вопросам информационного общества. [Электронный ресурс]: Тунисская программа для информационного общества. Режим доступа: https://www.un.org/ru/events/pastevents/pdf/agenda_wsis.pdf (Дата обращения: 20.07.2021)
33. Гладилина И. П., Кадыров Н. Н., Строганова Е. В. Цифровая грамотность и цифровые компетенции как фактор профессионального успеха //Инновации и инвестиции. – 2019. – №. 5. – С. 62-64.
34. ДВФУ. [Электронный ресурс]: О программе «Стартап как диплом». Режим доступа: https://www.dvfu.ru/startup_as_diploma/, свободный (Дата обращения 22.07.21)

35. Европейская комиссия. [Электронный ресурс]: Общий регламент защиты персональных данных (GDPR) Европейского союза. Режим доступа: <https://gdpr-text.com/ru/> (дата обращения 11.07.2020).
36. Издательство VC. [Электронный ресурс]: 14 стартапов, которые берут от экосистемы всё. Режим доступа: <https://vc.ru/flood/134780-14-startapov-kotorye-berut-ot-ekosistemy-vse>, свободный (Дата обращения 22.07.21)
37. Институт социальной политики. Мониторинг социально-экономического положения и социального самочувствия населения: итоги 2020 года. //М.: НИУ ВШЭ. С. 1-32.
38. Интерфакс. [Электронный ресурс]: Российский рынок EdTech в дополнительном профессиональном и дополнительном образовании взрослых. Режим доступа: <https://academia.interfax.ru/ru/analytics/research/4257/>, свободный (Дата обращения: 13.08.21)
39. Информбюро 20.35. [Электронный ресурс]: Кадры решают. Итоги и планы проекта «Кадры для цифровой экономики». Режим доступа: <https://www.rvc.ru/press-service/media-review/nti/153254/>, свободный (Дата обращения: 24.07.2021)
40. Ключевые результаты всероссийской образовательной акции по определению уровня цифровой грамотности Digital Диктант 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80adgocejzcbt5acq2a.xn--p1ai/news/digital-diktant-2019-itogi/> (дата обращения 11.05.2020).
41. Коммерсантъ. [Электронный ресурс]: Инвесторы увлеклись образованием онлайн. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4547688> (Дата обращения: 15.08.21)
42. КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]: Декларация принципов построения информационного общества 2003. Режим доступа: http://www.consultant.ru/law/podborki/deklaraciya_principov_postroeniya_informacionnogo_obschestva_2003/ (Дата обращения: 20.07.2021)
43. КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]: Окинавская хартия глобального информационного общества. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=INT&n=8382#HTsYdgSRA38v22JB> (Дата обращения: 20.07.2021)
44. Контур.Фокус. [Электронный ресурс]: Быстрая проверка контрагентов. Режим доступа: <https://focus.kontur.ru/> (Дата обращения: 15.08.21)
45. Лисенкова А.А. Цифровая грамотность и экология глобального сетевого пространства // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2017. Т. 5. №79. С. 87-94.

46. Министерство науки и высшего образования РФ. [Электронный ресурс]: Стартап как диплом. Режим доступа: https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=25900, свободный (Дата обращения 22.07.21)
47. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Обработка и хранение персональных данных в РФ. Изменения с 1 сентября 2015 года. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/personaldata/>, свободный (Дата обращения: 21.07.21)
48. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. «Цифровая экономика РФ». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/>, свободный (Дата обращения: 21.07.21)
49. Кондаков А. Мобильное электронное образование. «Цифровое образование: матрица возможностей» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ito2018.bytic.ru/uploads/materials/2.pdf> (дата обращения 01.09.2020)
50. НАФИ Аналитический Центр. [Электронный ресурс]: Цифровая грамотность россиян: исследование 2020. Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/tsifrovaya-gramotnost-rossiyan-issledovanie-2020/>, свободный (Дата обращения: 24.07.2021)
51. Окинавская хартия Глобального информационного общества от 21.07.2000 г. Режим доступа: <http://kremlin.ru/supplement/3170/>, свободный (Дата обращения: 20.07.2021)
52. Организация объединенных наций. Декларация принципов: Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии от 12.12. 2003. Режим доступа: https://www.un.org/ru/events/pastevents/pdf/dec_wsisis.pdf/, свободный (Дата обращения: 20.07.2021)
53. Приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Российской Федерации от 01 фев. 2021 № 49 «Об определении способа перечисления из федерального бюджета субсидии автономной некоммерческой организации «Университет Национальной технологической инициативы 2035». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/documents/7522/>, свободный (Дата обращения: 21.07.21)
54. Приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Российской Федерации от 25 янв. 2021 № 27 «Об определении способа перечисления средств субсидии из федерального бюджета автономной некоммерческой организации высшего образования «Университет Иннополис»». Режим доступа:

<https://digital.gov.ru/ru/documents/7498/>, свободный (Дата обращения: 21.07.21)

55. Приказ Минкомсвязи России от 15 июня 2020 № 277 «О внесении изменения в Положение о комиссии по отбору получателей грантов на реализацию проектов по разработке отечественного программного обеспечения и увеличению его доли в условиях цифровой экономики, а также по разработке технологических решений по созданию федеральных и региональных государственных информационных ресурсов с использованием технологии распределенных реестров, внедрением методов и технологий обработки и хранения информации». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/documents/7258/> (Дата обращения 22.07.21)

56. Приказ Минкомсвязи России от 24 дек. 2019 № 891 «Об утверждении Методики расчета показателя «Количество подготовленных специалистов по образовательным программам в области информационной безопасности, с использованием в образовательном процессе отечественных высокотехнологичных комплексов и средств защиты информации». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/documents/6962/>, свободный (Дата обращения 22.07.21)

57. Приказ Минкомсвязи России от 27 дек. 2019 № 923 «Об утверждении Концепции создания и развития сетей 5G/IMT-2020 в Российской Федерации». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/documents/6990/>, свободный (Дата обращения: 21.07.21)

58. Приказ Минэкономразвития России от 24 янв. 2020 г. № 41 «Об утверждении методик расчета показателей федерального проекта «Кадры для цифровой экономики национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/bd31fe31b5135c35e402b702c346f304/41_24012020.pdf, свободный (Дата обращения 22.07.21)

59. РБК. [Электронный ресурс]: «Вирусная» карта отыграна: итоги третьего квартала для российского EdTech. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5fdbadc69a7947b8cfb7d086> (Дата обращения: 14.08.21)

60. РБК. [Электронный ресурс]: EdTech ориентируется на подготовку медиков и синих воротничков. Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5f4bc7fb7a8aa9eb8189bd1f> (Дата обращения: 15.08.21)

61. РБК. [Электронный ресурс]: EdTech ориентируется на подготовку медиков и синих воротничков. Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5f4bc7fb7a8aa9eb8189bd1f> (Дата обращения: 15.08.21)

62. РБК. [Электронный ресурс]: Взрывной рост: рейтинг лидеров рынка онлайн-образования России. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5fa1cc249a794739b65c7b5c> (Дата обращения: 15.08.21)
63. РБК. [Электронный ресурс]: Непрерывное обучение как главный тренд образования будущего. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5eb9cc339a79471380ca55f9> (Дата обращения: 15.08.21)
64. Российская газета. [Электронный ресурс]: «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации» от 07.02.2008 г. Режим доступа: <https://rg.ru/2008/02/16/informacia-strategia-dok.html/>, свободный (Дата обращения: 20.07.2021)
65. Российская газета. [Электронный ресурс]: «Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» от 09.05.2017 г. Глава II. П 5. Режим доступа: https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2016/12/2016-strategia_IO_proekt_dec.pdf/, свободный (Дата обращения: 20.07.2021)
66. Российская газета. [Электронный ресурс]: Стартап VS диплом. Режим доступа: <https://rg.ru/2020/08/04/reg-sibfo/s-2021-goda-vypusknikam-razreshat-zashchishchat-diplom-v-vide-startapa.html>, свободный (Дата обращения 23.07.21)
67. Российская газета. [Электронный ресурс]: Учение – сайт. Режим доступа: <https://rg.ru/2021/01/12/v-2021-godu-rynok-onlajn-obrazovaniia-v-rossii-prodolzhit-vzryvnoj-rost.html> (Дата обращения: 15.08.21)
68. Российская газета. [Электронный ресурс]: Учение – сайт. Режим доступа: <https://rg.ru/2021/01/12/v-2021-godu-rynok-onlajn-obrazovaniia-v-rossii-prodolzhit-vzryvnoj-rost.html> (Дата обращения: 15.08.21)
69. Российская газета. Указ. Соч. 2017. Глава VI.
70. Солдатова Г.У. , Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Фонд Развития Интернет Факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова При поддержке Google — М.: Фонд Развития Интернет, 2013. — 144 с.
71. Тамара Аскерова. [Электронный ресурс]: Парламентская Газета. Программу «Стартап как диплом» могут включить в нацпроект. Режим доступа: <https://www.pnp.ru/politics/programmu-startap-kak-diplom-mogut-vklyuchit-v-nacproekt.html>, свободный (Дата обращения 23.07.21)
72. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы».

Режим

доступа:

<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201705100002/>, свободный

(Дата обращения: 20.07.2021)

73. Фадейкина Н. В., Фадейкин Г. А., Синкина А. А. О стратегии развития информационного общества и цифровой экономики: стратегические приоритеты и национальные интересы России //Сибирская финансовая школа. – 2019. – №. 3. – С. 3-16.

74. Фонд Сколково. [Электронный ресурс]: Стартап вместо диплома. Режим доступа: <https://old.sk.ru/news/b/press/archive/2017/06/20/startap-vmesto-diploma.aspx>, свободный (Дата обращения 23.07.21)

75. Цифровая экономика 2024.[Электронный ресурс]: В России запущен онлайн-сервис «Готов к цифре». Режим доступа: <https://digital.ac.gov.ru/news/5347/>, свободный (Дата обращения: 24.07.2021)

76. Цифровая экономика. [Электронный ресурс]: 7 трудностей для edtech стартапа и как их исправить. Режим доступа: <https://www.comnews.ru/digital-economy/content/214038/2021-04-12/2021-w15/7-trudnostey-dlya-edtech-startapa-i-kak-ikh-ispravit> свободный (Дата обращения: 13.08.21)

77. Исследование рынка онлайн-образования <https://talenttech.ru/research/issledovanie-rynka-onlajn-obrazovaniya/> (Дата обращения: 15.08.21)

78. Институт социальной политики. Мониторинг социально-экономического положения и социального самочувствия населения: итоги 2020 года. //М.: НИУ ВШЭ. С. 1-32.

79. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели [Текст] / Э. Рис. – М.: Альпина Паблишер, 2018, – 256 с.

Приложения

Приложение 1

Результаты опроса потенциальных клиентов

№ Респондента	Нужен ли вам такой продукт?	Сколько вы готовы заплатить за этот курс?	Что вас заинтересовало в курсе больше всего?	Что не хватает в курсе сейчас, за что вы готовы заплатить?	Что бы вы убрали из курса, чтобы снизить его стоимость?
1	Да	5000-10000	Обратная связь от экспертов	Подробного описания программы	Приглашенных спикеров
2	Зависит от стоимости	10000-15000	Возможность будущего трудоустройства и повышения дохода	Личных встреч с тренером	Возможность после окончания курса получать обратную связь по незаконченным работам
3	Да	10000-15000	Создание качественного портфолио	Соревнования или челленджа между студентами	Различный развлекательный контент
4	Да	15000-20000	Сопровождение в создании резюме и дальнейшем трудоустройстве	Визуального представления блоков/модулей	Библиотеку элементов
5	Зависит от программы	15000-20000	Опыт тренера	Веселья	Лекции с "топовыми экспертами"
6	Зависит от	5000-25000	Количество практики по описанию	Мастер-класса с прокаченным именитым экспертом	Дополнительное время на сдачу долгов
7	Да	30000	Портфолио в результате	Offline встречи	Игры и подарки

8	Да	До 30000	Богатый опыт спикеров	Нет модуля насмотренности и в описании программы	Workbook
9	Зависит от количества практики	От 5000 до 15000	Практика и проекты	Offline воркшоп	Дополнительные недели поддержки
10	Да	До 31000	Практика	Мастер-класс с крутым экспертом	Не знаю

Анализ программ курсов конкурентов по профессии веб-дизайн

Таблица 1

Сравнение длительности, количества модулей и тем в составе курсов конкурентов со средним значением по показателям

Школа	Количество модулей в курсе	Количество тем в курсе	Длительность курса
WDI	11	15	14 недель
Skillbox	8	76	7 месяцев
Geekbrains	3	29	15 месяцев
LoftSchool	2	26	12 недель
Нетология	13	85	14 месяцев
WayUp	13	70	4 месяца
Среднее	8	50	37 недель (9 месяцев)

Таблица 2

Сводная таблица модулей, заявленных в программах конкурентов, с количеством включающихся в нее тем

Модуль	Количество тем в модуле
UX-дизайн	27
Дизайнер сайтов на Tilda	16
Погружение в Figma	15
Дизайн мобильных интерфейсов	14
Введение в профессию веб-дизайнера	13
Роль аналитики в UX	13
Погружение в UI	11
Проектирование UX и прототипирование	11
Тренды в digital	10
E-commerce	9
Дизайн мобильных приложений	9
Погружение в UX. Командная работа	9
Основы дизайна. Погружение в профессию	9
Figma с нуля до PRO	8
Кейс на Behance	7
Дизайн-база	6
Основы работы в Figma	6
Опыт компании AGIMA. Проектирование интерфейсов	6
Мобильный дизайн	6
UI-воркшоп	5
UX-воркшоп	5
Адаптивный дизайн	5
Насмотренность в дизайне	4
Основные принципы работы в Tilda	4
Работа с фотографией	4
Сбор и анализ пользовательских данных	3
Искусство презентации	3
Adobe Illustrator с нуля	1
Анимация интерфейсов в Principle	1
Photoshop с нуля	1
Основы Adobe Photoshop	1

**Тематическое планирование курса по веб-дизайну на этапе
тестового запуска**

№ модуля	Название модуля	Входящие в него темы (уроки)	Длительность модуля (дни)
1	Figma	Регистрация в Figma	3
		Знакомство с интерфейсом	
		Панель инструментов	
		Делаем кнопку	
		Создаем форму	
		Сайт	
		Приложение	
		Делаем первую страницу	
		Смесь работ	
		Копирование	
2	Photoshop	Установка Photoshop	2
		Наращивание фона	
		Делаем черно-белое фото цветным	
		Смена цвета объекта	
		Убираем фон	
		Быстрая ретушь	
		Как сохранить файлы	
3	Основы веб-дизайна	Вводный вебинар	3
		Этапы создания сайта	
		Уровень нормы	
		Правило 5 секунд	
		Зум занятие по модулю	
4	Исследование и текстовый прототип	Как и какую тему выбрать для курсовой	7
		Исследование: что, как, зачем?	
		Сценарии поведения	
		Текстовый прототип	
		Текстовый прототип. Заголовки	
		Текстовый прототип. Подзаголовки	
		Текстовый прототип. Абзацы	

		Текстовый прототип. Рефакторинг	
		Зум занятие по модулю	
5	UI/UX	Что такое интерфейс?	5
		Базовые принципы веб-дизайна	
		Что такое UI/UX?	
		Что такое UI Kit?	
		Что такое иконки и их типы	
		Зум занятие по модулю	
6	Визуал и мудборд	Задачи визуала	7
		Что такое мудборд?	
		Настроение и ассоциации	
		Образы и изображения	
		Цвета	
		Композиция	
		Шрифты	
		Формы	
		Референсы	
		Зум занятие по модулю	
7	Прототип и композиция	Что такое прототип	7
		Функция композиции	
		Как привлечь внимание	
		Якорные точки	
		Контраст размера, цвета и пространства	
		Теория близости	
		Сетка	
		Иерархия текста	
		Варианты главного экрана	
		Зум занятие по модулю	
8	Шрифты и верстка	Типы шрифтов	5
		Эмоции шрифтов	
		Как найти нужный шрифт	
		Как подбирать пару для шрифта	
		Иерархия типографики	
		Правило: внутреннее меньше внешнего	
		Интерлиньяж	

		Длина строки	
		Разрядка	
		Выравнивание	
		Абзац	
		Контраст заголовка и текста	
		Висячие слова и предлоги	
		Размер текста	
		Зум занятие по модулю	
9	Курсовая	День 1. Разбор 1-2 экранов	6
		День 2. Разбор 3-4 экранов	
		День 3. Разбор 5-6 экранов	
		День 4. Разбор оставшихся экранов	
		День 5. Разбор последних блоков и правок	
		День 6. Финальный разбор	
	Каникулы		7
10	Дизайн-система	Стили сеток	5
		Стили текста	
		Стили цвета	
		Стили эффектов	
		Auto-layout	
		Constraints	
		Компоненты	
		Работа с дизайн-системой	
		Библиотека стилей	
		Зум занятие по модулю	
11	Интернет-магазин	Вебинар “Интернет-магазин”	5
		День 1. Референсы и мудборд	
		День 2. Главная страница	
		День 3. Каталог	
		День 4. Страница карточки товара	
		День 5. Доработка	
12	Редизайн сервиса	Вебинар “Редизайн сервиса”	5
		День 1. User flow, персона, референсы	
		День 2. Разбор 1 итерации	
		День 3. Разбор 2 итерации	
		День 4. Разбор 3 итерации	
		День 5. Финальный разбор	

13	Мобильное приложение	Вебинар “Мобильное приложение” часть 1	14
		User flow, персона, референсы	
		Customer journey map	
		Вебинар “Мобильное приложение” часть 2	
		Выбор темы и платформы	
		Прототип	
		Разбор 1	
		Разбор 2	
		Разбор 3	
		Финальный разбор	
14	Tilda	Адаптив	3
		Прототипирование	
	Общая длительность		84 дня (12 недель)

Таблица 4

Темы вебинаров с приглашенными экспертами на этапе тестового запуска курса

№ Вебинара	Тема вебинара
1	Веб-дизайнер на фрилансе
2	Продуктовый веб-дизайнер
3	Как подготовиться и пройти собеседование. Вебинар с рекрутером
4	Работа дизайн агентства

Расчёт стоимости курса

Временные затраты (при запуске нового курса)	
Видеомонтаж	30 000 рублей
Реклама в Instagram	15 000 рублей
Микрофон	5 000 рублей
Разработка фирменного стиля	130 000 рублей
Разработка лендинга	60 000 рублей
Ежемесячные затраты	
Оплата труда	
Тренер	50 000 рублей
SMM менеджер	8 000 рублей
Менеджер курса	40 000 рублей
Организационные расходы	

Обслуживание платежной системы	5 000 рублей
Оплата учебной платформы	4 400 рублей
Оплата электричества	1 200 рублей
Итого	348 600 рублей

Таблица 5
Временные затраты тренера на курс

Временные затраты	Количество
Проверка работы одного студента	8 минут
Проведение одного Zoom занятия	1,5 часа
Проведение одного вебинара	1 час
Подготовка к одному Zoom занятию	1,5 часа
Подготовка к одному вебинару	2 часа
Тренер готов уделять работе на курсе в день	2 часа

Возможное максимальное количество студентов на курсе = количество рабочих часов тренера на курсе за три месяца – часы на подготовку и проведение вебинаров и зумов / 36 разборов практических заданий

168 – 21 час на проведение и подготовку Zoom уроков – 15 часов на проведение и подготовку вебинаров / 36 = 3,6 часа возможное максимальное количество часов на 1 разбор

3,6*60 минут/8 минут на разбор задания одного студента = 27 студентов максимально возможная наполняемость курса

348 600 рублей / 27 студентов = 12 911 рублей минимальная стоимость курса при максимальной наполненности

348 600 рублей / 55216 (средняя стоимость курса у конкурентов) = 6 студентов

Между 6 студентами и 27 студентами медианой является 16 студентов.

348 600 рублей / 16 студентов = 21 787 + 4% налог самозанятых = 22658 рублей необходимая стоимость курса при наполненности группы в 16 студентов

Планируемый контент план на месяц для экспертного блога тренера в Instagram

Тип	Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
Неделя 1							
Публикация				Что такое интерфейс и почему все интернет-магазины устроены похоже		Цветовые тренды 2021 года: мнение Shutterstock и/или Pantone	
Сторис на тему				Подводка к посту	Подборка - без чего не может обойтись веб-дизайнер	Примеры цветов с подписями и подводка к посту	Что-то личное
Прямые эфиры							
Неделя 2							
Публикация		Насмотренность в дизайне				Почему решил делать школу и вести блог	
Сторис на тему	Рабочие будни	Почему важна насмотренность	Быт	Зачем школа - кто учиться	Как избавляюсь от прокрас	С утра - список планов на	Игра - придумай название

		- подводка к посту		онлайн - что останавливает (отработка страхов)	тинации - главные страшил ки для будущих фриланс еров	выходные	е и отметь меня
Прямые эфир							
Неделя 3							
Публика ция	Продаю щее портфолио	Как стать 3D- художником в геймдеве	Как составить стратегию редизайна: семь важных этапов	Классные приёмы в дизайне: анимация, композиция и графика	8 вещей, которые нужны на главной странице вашего сайта	как отдыхать	Эффективный дизайнер
Сторис на тему	Как проходит утро + мемы + запрос (кто что видит, пусть делятся)	Как проходит утро + подводка к посту + волейбол	Как проходит утро + коты + разбор работ	Как проходит утро + подводка к посту + волейбол или игры	Как проходит утро + опрос (что по планам на выходные)	Как проходит утро + тонкая настройка (вопросы на выбор, что хочется видеть в блоге)	Планы на день + либо день в 15 секундах
Прямые эфир							
Неделя 4							
Публика ция		Обучение длилось 8 месяцев,		Как найти клиента в новичку			

		и на шестом я уже нашла работу		5 правил			
Сторис на тему	Как проходи т утро + мемы + запрос	Как проходи т утро, показать как проходи т курс и отзывы	Кто как находил клиенто в (опрос) или как искали работу, опрос кто может/х очет со своей работы уйти на удаленк у	Как проходи т утро + подводк а к посту + ответы на то что собрали в опросни ке в среду	Как проходи т утро и день, Игра «как проведе шь выходн ые»	Как проходи т утро + коты и если будут перепос ты тех, кто в игре отметил	Как проходи т утро, Фильмы - опрос, кто что последн ее смотрел из интерес ного

Макет интервью существующих клиентов, окончивших курс

Цель: провести 10 интервью по видео или обычному звонку длительностью до 20 минут, в удобное для клиентов время

Задачи:

- 1) Составить портрет аудитории
- 2) Измерить NPS
- 3) Собрать обратную связь о продукте

Вопросы для составления портрета аудитории:

- 1) Сколько вам лет? (Возрастная)
- 2) Из какого вы города? (Локация)
- 3) Как чаще всего вы проводите свое свободное время? (Интересы (нужно для таргетированной рекламы и контента))
- 4) Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего? (Определить основной канал работы с аудиторией)
- 5) Какие у вас три любимых блогера/блога/издания? (Определить список потенциальных партнеров для рекламы)

Индекс потребительской лояльности NPS

- 1) «От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать этот курс своим друзьям и знакомым?»
- 2) Почему вы поставили такую оценку?

Открытые вопросы для сбора обратной связи

Вопрос	Его цель
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Выявление уникальности школы для отстройки от конкурентов.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Выявление главных бенефитов, которые получает клиент в нашей школе.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Определить мотивацию клиентов на обучение веб-дизайну.
Что понравилось во время обучения?	Узнать сильные стороны курса

Что мы можем улучшить?	Узнать слабые стороны
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Узнать есть ли у клиента еще обратная связь

Результаты интервью

Клиент 1

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	23
Из какого вы города?	Уфа
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Youtube, игры
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Варламов, Максим Кац, Редакция, топлесс, связанное с техникой, в инсте и телеге каналы про дизайн
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	9
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Когда начинал учиться, то ничего не знал о дизайне и не понимал эту профессию, а за три месяца я узнал все базовые вещи и отточил детали на практике. Не 10, потому что есть то, что можно сделать лучше.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-	Нет названия и айдентики курса, все студенты пришли по зову сердца и через знакомых.

дизайну?	
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Подробная обратная связь. Простая структура курса и понятные блоки, все было методично, четкие дедлайны и все знали их заранее, по ним было удобно работать. Курсом было необходимо заниматься каждый день.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	После университета были долгие раздумья куда идти дальше, не мог найти профессию в которой хотел бы развиваться. Сначала другие знакомые отучились у тренера, а потом и я решил.
Что понравилось во время обучения?	Мы активно общались в чате с одноклассниками, не было ощущения, что я один на курсе, конкуренция подстегивала. Чат живой до сих пор и после завершения курса, подружился со многими студентами. Видео уроки были короткие- это было удобно и без воды.
Что мы можем улучшить?	Дополнительные блоки надо было вставить в сам курс. Тильду сделать отдельным курсом, но не на одно видео. Адаптив вставить обязательно десктоп на мобильную. Сделать адаптивные мобильные версии ко всем созданным макетам. Приглашенные спикеры не оправдали ожиданий.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Улучшить айдентику, название, чтобы было удобно рекомендовать.

Клиент 2

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	23
Из какого вы города?	Фергана, Узбекистан

Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Youtube
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Оскар Хатман, Игорь Рыбаков, Артур Абдуллин, Uprock, Птушкин
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	10
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Отличный преподаватель, все доносит, дружелюбный.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Не был на других курсах, но на этом было много практики. Обычно на других курсах много теории, а практика не оценивается детально и индивидуально. Тренер оценил все работы, и дал обратную связь на каждую деталь.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Качество работы тренера, его опыт, было понятно, что он профессионал.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Тренера знал лично и доверял ему, поэтому решил отучиться у него.
Что понравилось во время обучения?	Очень понравилась дружелюбная атмосфера в группе, все поддерживали друг друга и были командой, это было мотивацией и поддержкой.
Что мы можем улучшить?	Нет комментариев.
Есть ли еще что-то, чем вы	Нет комментариев.

хотели бы поделиться?	
-----------------------	--

Клиент 3

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	37
Из какого вы города?	Санкт-Петербург
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Сериалы, собака
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram, Telegram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Не фанат блогеров.
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	9
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Качественно, все подробно, разборы онлайн, в них можно поучаствовать и тренер всегда на связи и отвечает.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Цена
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Курс стоит намного дороже, рада, что успела отучиться по низкой стоимости. Тренер подстраивался под нужды учеников.
Почему вы решили выучиться на	Начала учиться веб разработке, но после трех уроков понял, что это мне

веб-дизайнера?	не подходит. Было скучно и трудно. Наткнулась на их ui дизайн, стала читать и поняла, что это больше подходит.
Что понравилось во время обучения?	Все задания дали наперед, сама контролировала скорость выполнения, потому что видела четкие дедлайны. Зум уроки позволили проговорить все темы еще раз, задать вопросы и лучше усвоить материал.
Что мы можем улучшить?	Улучшить видео-уроки по фотошопу, уроки с отрисовкой иконок и векторной графикой.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Всем довольна.

Клиент 4

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	28
Из какого вы города?	Харьков, Украина
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Сериалы, друзья
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram, Telegram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Алла Клеменко, каналы про английский и дизайн.
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию	10

своим друзьям и знакомым?	
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Ожидания от курса совпали с реальностью, зум уроки помогали взаимодействовать внутри группы.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Быстрая связь с тренером, подробные разборы работ, всегда можно задать вопрос тренеру.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Детальные разборы работ каждого ученика, много практики, то как преподнесен материал, все на примерах, легко воспринимается.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Хочу эмигрировать, профессия веб-дизайнера позволит работать из любой точки мира.
Что понравилось во время обучения?	Дедлайны очень структурируют и мотивируют.
Что мы можем улучшить?	Приглашать гостей на вебинары, уделить больше времени на то, как брать заказы и готовиться к собеседованиям.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Делайте курс дальше с такой же душой и с такой же отдачей. Также заботиться о студентах.

Клиент 5

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	18
Из какого вы города?	Кемерово
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Друзья, youtube
Какой социальной сетью	Youtube

пользуетесь чаще всего?	
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Птушкин, автоподбор, ристина_бо из Японии, maria arichart, my_p_japan, веб-дизайн ui ix
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	9
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Цена за такие знания очень низка, сразу с первого заказа можно отбить, оптимизировано и удобно.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Много практики, набила руку, много обратной связи от тренера, зум занятия.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Личный контакт со студентами и с тренером.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Давно на Д. Чернова наткнулась в ютубе, понравилось, как он рассказал про веб-дизайн, что он решает задачу бизнеса. Это заинтересовало.
Что понравилось во время обучения?	Очень понравилось, как структурирована информация, что она подается блоками. Все понятно и структурировано, можно было легко найти и вернуться. Всегда были примеры ко всем урокам. Формат видео - короткие, хорошо, когда вебинары редко. Зум формат прикольный, но он скорее для новых тем и разборов. Понравилась интерактивность, когда можно открыть как учебник, пролистать и не присутствовать онлайн.
Что мы можем улучшить?	Тренер не всегда ясно выражает свои мысли. Хочется посмотреть весь курс сначала. Объем очень большой для трех месяцев. Можно растянуть чуть

	на подольше, чтобы лучше уложилось.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Курс понравился, так как был быстрым и полезным, знакомые новые и эмоции. Формат понравился, не затянутый, а короткий.

Клиент 6

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	27
Из какого вы города?	Кировск
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Рисование, книги
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	VK
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	tj jornal
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	10
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Потому что это подойдет начинающему специалисту. Можно посмотреть, чтобы понять, что больше нравится и куда дальше двигаться.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Маленький масштаб, о нем никто не говорит. Не на слуху пока.

Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Тренер практикующий дизайнер, делится актуальным опытом.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Ненавижу свою работу и хотела бы сменить сферу. Веб-дизайн позволяет менять проекты, дает творчество и разнообразие.
Что понравилось во время обучения?	Организаторы адекватно реагировали на критику по курсу.
Что мы можем улучшить?	Убрать опечатки в презентациях и расставить запятые.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев.

Клиент 7

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	27
Из какого вы города?	Москва
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Спорт, youtube
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	VK
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Учителя английского
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию	9

своим друзьям и знакомым?	
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	В целом понравилось, но что-то где то можно было бы улучшить.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Преподаватель. Ты знаешь к кому идешь учиться и почему. Знала с кем будет взаимодействовать из-за блога в иг.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	У тренера есть преподавательский талант. Ему можно не бояться задать любые вопросы, все разъясняет. ждала разборов и похвалы от тренера, это очень мотивировало. Чувствуешь себя важным и нужным.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Тренер посоветовал. Привлекла потенциальная зарплата, понял, что это не так сложно. Думал, что нужно художественное образование для этого и пошел на программирование учиться, но дизайн больше понравился.
Что понравилось во время обучения?	Обратная связь всегда подробная, уроки хорошо записаны, все понятно. Много фишек, фигма стала понятна, оставили доступ к урокам. Дедлайны жесткие, но они нужны.
Что мы можем улучшить?	Добавить больше помощи в трудоустройстве. Нравится поддержка после курса, все материалы в доступе навсегда остались. Было бы здорово отдельно оформить полезные ссылки и лайфхаки.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев.

Клиент 8

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	18
Из какого вы города?	Москва
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Бытовые дела
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Youtube каналы с обзорами на фильмы и рассказами о кинодраматургии
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	10
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Нет повода ставить оценку ниже.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Количество обратной связи и сколько времени тренер посвятил разборам. Очень персонализированный подход.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Остались все материалы и записи разборов и зумов. Фидбек быстрый и качественный, общение с группой.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Планировала менять профессию. Эта профессия дает возможность работать со смысловой составляющей.

Что понравилось во время обучения?	Видео - уроки нравились, как преподнесена инфа, структурированность урока.
Что мы можем улучшить?	Разборы работать делать в зум, а не в трансляции youtube.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Быстро выгорела, потому что слишком высокая интенсивность.

Клиент 9

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	30
Из какого вы города?	Кировск
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Спорт
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	VK
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Youtube каналы про спорт
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	9
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Понравилось, как тренер преподает, сервис на курсе. Видно, что нацелены на результат студентов. Человеческое отношение ко всем, первый курс, который действительно понравился.

Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Не был на других онлайн курсах.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Отзывчивость команды на курсе. Всегда можно было написать в чат и всегда кто-то отвечал.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Давно от блогера узнала про это направление, не IT и не искусство, а что-то между и это заинтересовало. Плюс эта профессия не несет вред человечеству (экологичная деятельность).
Что понравилось во время обучения?	Большая загруженность, интенсивность.
Что мы можем улучшить?	Обычно мне всегда есть что сказать, но на этом курсе не было ощущения, что мне что-то не нравится. В зум уроках не очень нравился балаган среди студентов.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев

Клиент 10

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	32
Из какого вы города?	Уфа
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Прогулки
Какой социальной сетью	Instagram

пользуетесь чаще всего?	
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	БК NR новостные мемы
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	10
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Тренер нравится и как человек, и как учитель. Курс классный, качественное кураторство и разборы крутые, низкая цена.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Нравится забота о студентах. Есть мотивация от тренера и заряд на работу.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Группа со студентами, чат. Короткие видео-уроки. Зумы были интересными и командные задания на них.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Решил пойти вместе с другом.
Что понравилось во время обучения?	Если себе выстроить расписание, то можно успеть сдать все к дедлайнам.
Что мы можем улучшить?	<p>Тренер вкладывался в студентов, но хочется больше реакций от него в социальных сетях (лайки в инстаграме и бехансе, например).</p> <p>Адаптив, тильду включить в сам курс, а не доп. модулями. Задания на зумах делать посложнее.</p>
Есть ли еще что-то, чем вы	Нет комментариев

хотели бы поделиться?	
-----------------------	--

Клиент 11

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	23
Из какого вы города?	Калининград
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Спорт, Youtube
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram, Telegram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Редакция, Пивоваров, Wylsa.com
Вы нашли заказ или работу?	Нет
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	8
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Много практики.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Цена, качество обратной связи, кураторство, разборы домашек.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Тренер очень тщательно проверяет все работы.
Почему вы решили выучиться	Хотелось дальнейшего развития, предыдущая профессия расстраивает.

на веб-дизайнера?	
Что понравилось во время обучения?	Разборы работ очень крутые, по полочкам, фидбек детальный. Много материалов и источников, шуточные задания в форме игры. Общий активный чат, всегда можно поделиться, подсказывают. Бесплатные комментарии от тренера, доп. модули по тильде и бонусы.
Что мы можем улучшить?	В конце общаться с работодателями. Пригласить других спикеров на вебинары.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев

Клиент 12

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	32
Из какого вы города?	Уфа
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Книги, Игры
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Иностранные дизайнеры
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию	9

своим друзьям и знакомым?	
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Все понравилось. Если кто-то хочет поменять что-то в жизни, то этот курс идеально подходит.
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Не проходил другие курсы.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Было не только про дизайн, но и вебинары от спикеров. Можно было общаться и в телеграме, и в зуме, можно было лично написать одногруппникам. Экспертность тренера, сплотил студентов, даже после курса мы общаемся.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Друг учился в другой школе и посоветовал пойти учиться к этому тренеру.
Что понравилось во время обучения?	Дедлайны держали в постоянном тоне, не спал ночами, но делал с удовольствием.
Что мы можем улучшить?	Из-за активного общения в чате иногда теряется важная информация.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев

Клиент 13

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	23
Из какого вы города?	Москва

Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Шитье
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Хабр
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	10
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Все понравилось
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Много практики и моментальная отработка теории.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Короткий формат видео и оформление презентаций. Примеры в каждом задании, материалы.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Друг предложил отучиться, потому что это более творческая профессия, чем системный администратор.
Что понравилось во время обучения?	Видео уроки, количество практических заданий, обратная связь от тренера.
Что мы можем улучшить?	Укоротить последний модуль.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев

Клиент 14

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	24
Из какого вы города?	Уфа
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Походы
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram, Telegram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Блог про иммиграцию в Канаду
Вы нашли заказ или работу?	Нет
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	9
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Все понравилось
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Не проходила другие курсы.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Обратная связь, взаимодействие со студентами, тренер подробно отвечал всегда и помогал, много качественного и хорошего материала.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Хотела сменить направление, чтобы была возможность удаленно работать.

Что понравилось во время обучения?	Видео уроки, количество практических заданий, обратная связь от тренера.
Что мы можем улучшить?	Распределить интенсивность на курсе и сделать так: интенсивная работа первый месяц, а потом уже полегче или поделить на тех, кто хочет побыстрее или кто полегче. Уходило 4-6 часов в день, и было с работой тяжело совмещать.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев

Клиент 15

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	22
Из какого вы города?	Кировск
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Сериалы
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram, Telegram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Блоги про веб-дизайн с лайфхаками
Вы нашли заказ или работу?	Нет
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	10

Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Все понравилось
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Не проходила другие курсы.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Понятно, маленькие блоки, недолгие. Короткие видео. Наглядно, много материалов.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Чтобы поменять работу.
Что понравилось во время обучения?	Все понравилось, особенно, что на видео уроках периодически показывали комбинации клавиш.
Что мы можем улучшить?	Некоторые моменты в видео уроках можно ускорить.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев

Клиент 16

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	26
Из какого вы города?	Санкт-Петербург
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Спорт
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram, Telegram

Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Блоги со смешными видео
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	9
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Все понравилось
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Сам подход к обучению и заботливое отношение к студентам.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Обратная связь, контакт с тренером 24/7, классные разборы, тренер доходчиво объясняет на простом языке.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Чтобы была возможность дополнительного заработка удаленно.
Что понравилось во время обучения?	Забота о студентах, объем и качество обратной связи от тренера, структурированность материала.
Что мы можем улучшить?	Сократить сами модули или их количество, но что сокращать, я не знаю, так как все необходимо знать.
Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?	Нет комментариев

Клиент 17

Вопрос	Ответ
Сколько вам лет?	26

Из какого вы города?	Санкт-Петербург
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	Занимаюсь домашними делами и домашними питомцами.
Какой социальной сетью пользуетесь чаще всего?	Instagram, Telegram
Какие у вас три любимых блогера/блога/издания?	Блоги про кулинарию, уходом за собой и по саморазвитию.
Вы нашли заказ или работу?	Да
От 0 до 10 насколько вы готовы рекомендовать организацию своим друзьям и знакомым?	9
Почему вы поставили именно такое количество баллов?	Все понравилось
Что на ваш взгляд отличает наш курс, от других курсов по веб-дизайну?	Количество практических заданий.
Какие сильные стороны курса, вы бы выделили?	Обратная связь, контакт с тренером 24/7, классные разборы, тренер доходчиво объясняет на простом языке.
Почему вы решили выучиться на веб-дизайнера?	Чтобы сменить профессию и иметь возможность работать удаленно.
Что понравилось во время обучения?	Формат коротких видео уроков, зум занятия со всей группой, общение с одногруппниками.
Что мы можем улучшить?	Мне все понравилось.

<p>Есть ли еще что-то, чем вы хотели бы поделиться?</p>	<p>Нет комментариев</p>
---	-------------------------

Сводная таблица ответов клиентов

Вопрос	Ответы клиентов
Как чаще всего вы проводите свое свободное время?	<p>Смотрю youtube, Играю в приставки</p> <p>Смотрю youtube</p> <p>Смотрю сериалы, Гуляю (с друзьями/собакой/по магазинам и тд)</p> <p>Сериалы, друзья</p> <p>Смотрю youtube, Гуляю (с друзьями/собакой/по магазинам и тд)</p> <p>Рисование, книги</p> <p>Смотрю youtube, Занимаюсь спортом</p> <p>Занимаюсь бытовыми делами</p> <p>Занимаюсь спортом</p> <p>Гуляю (с друзьями/собакой/по магазинам и тд)</p> <p>Играю в приставки, Книги</p> <p>Смотрю youtube, Занимаюсь спортом</p> <p>походы</p> <p>Шитье</p> <p>Занимаюсь спортом</p> <p>Смотрю сериалы</p> <p>Занимаюсь домашними делами и домашними питомцами</p>
Какие каналы, электронные издания, блогеров или блога вы читаете/смотрите/слушаете чаще всего?	<p>Варламов, Максим Кац, Редакция, топлесс, связанное с техникой, в инсте и телеге каналы про дизайн</p> <p>Оскар Хатман, Игорь Рыбаков, Артур Абдуллин, Uprock, Птушкин</p> <p>Не фанат блогеров.</p> <p>Алла Клеменко, каналы про английский и дизайн</p> <p>Птушкин, автоподбор, кристина_бо из Японии, мария аричарт, my_p_japan, веб-дизайн ui ix</p> <p>tj journal</p> <p>Учителя английского</p> <p>Youtube каналы с обзорами на фильмы и рассказами о кинодраматургии</p> <p>Youtube каналы про спорт</p> <p>ВК NR новостные мемы</p> <p>Иностранные дизайнеры</p> <p>Редакция, Пивоваров, Wylsa.com</p> <p>Блог про иммиграцию в Канаду</p> <p>Хабр</p> <p>Блоги со смешными видео</p> <p>Блоги про веб-дизайн с лайфхаками</p> <p>Блоги про кулинарию, уходом за собой, саморазвитию</p>

<p>Что мы можем улучшить в курсе?</p>	<p>Дополнительные блоки надо было вставить в сам курс. Тильду сделать отдельным курсом, но не на одно видео. Адаптив вставить обязательно десктоп на мобильную. Сделать адаптивные мобильные версии ко всем созданным макетам. Приглашенные спикеры не оправдали ожиданий. Улучшить видео-уроки по фотошопу, уроки с отрисовкой иконок и векторной графикой</p> <p>Приглашать гостей на вебинары, уделить больше времени на то, как брать заказы и готовиться к собеседованиям</p> <p>Тренер не всегда ясно выражает свои мысли. Хочется посмотреть весь курс сначала. Объем очень большой для трех месяцев. Можно растянуть чуть на подольше, чтобы лучше уложилось.</p> <p>Убрать опечатки в презентациях и расставить запятые</p> <p>Добавить больше помощи в трудоустройстве. Нравится поддержка после курса, все материалы в доступе навсегда остались. Было бы здорово отдельно оформить полезные ссылки и лайфхаки</p> <p>Разборы работать делать в зум, а не в трансляции youtube. Обычно мне всегда есть что сказать, но на этом курсе не было ощущения, что мне что-то не нравится. Плюс эта профессия не несёт вред человечеству (экологичная деятельность)</p> <p>Тренер вкладывался в студентов, но хочется больше реакций от него в социальных сетях (лайки в инстаграме и бехансе, например). Адаптив, тильду включить в сам курс, а не доп. модулями. Задания на зумах делать посложнее</p> <p>Из-за активного общения в чате иногда теряется важная информация</p> <p>В конце общаться с работодателями. Пригласить других спикеров на вебинары</p> <p>Распределить интенсивность на курсе и сделать так: интенсивная работа первый месяц, а потом уже полегче или поделить на тех, кто хочет побыстрее или кто полегче.</p> <p>Уходило 4-6 часов в день, и было с работой тяжело совмещать.</p> <p>Укоротить последний модуль</p> <p>Сократить сами модули или их количество, но что сокращать, я не знаю, так как все необходимо знать</p> <p>Некоторые моменты в видеоуроках можно ускорить</p>
---------------------------------------	---

**Обновленное тематическое планирование курса на основе
обратной связи клиентов**

№ модуля	Название модуля	Входящие в него темы (уроки)	Длительность модуля (дни)
1	Figma	Регистрация в Figma	5
		Знакомство с интерфейсом	
		Панель инструментов	
		Делаем кнопку	
		Создаем форму	
		Сайт	
		Приложение	
		Смесь работ	
2	Photoshop	Установка Photoshop	2
		Наращивание фона	
		Делаем черно-белое фото цветным	
		Смена цвета объекта	
		Убираем фон	
		Быстрая ретушь	
		Как сохранить файлы	
3	Основы веб-дизайна	Вводный вебинар	4
		Этапы создания сайта	
		Насмотренность	
		Сайты и эмоции	
		Зум занятие по модулю	
4	Исследование	Как и какую тему выбрать для курсовой	6
		Исследование: что, как, зачем?	
		Исследование. Логика сайта	
		Драфт главной страницы	
		Зум занятие по модулю	
5	UI/UX	Что такое интерфейс?	5
		Базовые принципы веб-дизайна	
		Что такое UI/UX?	
		Что такое иконки и их типы	
		Собственный стиль элементов	

		Зум занятие по модулю	
6	Прототип	Зачем нужен визуал	7
		Исследование визуала	
		Что такое прототип	
		Что делает композиция	
		Доминанты	
		Якорные точки	
		Контраст размера, цвета и пространства	
		Теория близости	
		Сетка	
		Иерархия текста	
		Варианты главного экрана	
		Зум занятие по модулю	
7	Шрифты и текстовый прототип	Типы шрифтов	8
		Эмоции шрифтов	
		Как найти нужный шрифт	
		Как подбирать пару для шрифта	
		Иерархия текста	
		Правило: внутреннее меньше внешнего	
		Интерлиньяж	
		Длина строки	
		Разрядка	
		Выравнивание	
		Абзац	
		Контраст заголовка и текста	
		Висячие слова и предлоги	
		Размер текста	
		Зум занятие по модулю	
8	Курсовая	Цвета	10
		Фотостиль	
		Рефакторинг текста	
		Первая итерация	
		Вторая итерация	
		Третья итерация	
		Финальная итерация	
9	Каникулы		7
10	Интернет-	Вебинар “Интернет-магазин”	7

	магазин	День 1. Референсы и мудборд	
		День 2. Главная страница	
		День 3. Каталог	
		День 4. Страница карточки товара	
		День 5. Доработка	
11	Редизайн сервиса	Вебинар “Редизайн сервиса”	9
		День 2. Разбор 1 итерации	
		День 3. Разбор 2 итерации	
		День 4. Разбор 3 итерации	
		День 5. Финальный разбор	
12	Мобильное приложение	Вебинар «Мобильное приложение» (Часть 1)	14
		User flow. Персона и референсы	
		Customer journey map	
		Вебинар «Мобильное приложение» (Часть 2)	
		Гайдлайн	
		Выбор темы и платформы	
	Итого		84 дня (12 недель)

КНД 1122035

**Справка о постановке на учет (снятии с учета) физического лица в качестве
налогоплательщика налога на профессиональный доход
за 2020 г.**

№ 8404103

15.11.2021 г.

Налогоплательщик

АБДУЛЛИНА ОЛЬГА ДМИТРИЕВНА
(Ф.И.О. налогоплательщика)

ИНН 470609387208

Код вида документа, Серия и номер
удостоверяющего личность: ¹ 21 документа 4120 020981

Адрес (место жительства/место регистрации) 187342, РОССИЯ, Ленинградская обл, Кировский р-н, Кировск г, Новая ул, 13, 1, 20

**Сведения о периодах учета физического лица в качестве налогоплательщика
налога на профессиональный доход:**

№ п/п	Дата постановки на учет	Дата снятия с учета	Наименование ИФНС России места постановки на учет
1	12.09.2019	-	Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №2 по Ленинградской области



¹ 21 Паспорт гражданина Российской Федерации
10 Паспорт иностранного гражданина

Пользовательское соглашение

г. Кировск

Самозанятый Абдуллина О.Д. (далее – Исполнитель) адресует настоящий договор-оферту (далее – Оферта) любому юридическому и/или дееспособному физическому лицу, выразившему готовность воспользоваться услугами Исполнителя (далее – Заказчик) по проведению Курсов. Курс – совокупность Материалов в виде вебинаров, объединенных общей тематикой и единым названием.

Программа курса – выбранная самостоятельно Заказчиком тематика курса, размещенная на описание на сайте prodesign.site

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Оферта является официальным предложением Исполнителя к заключению договора возмездного оказания информационно-консультационных услуг в соответствии с выбранной Программой курса (далее - Услуги) и содержит все существенные условия договора возмездного оказания Услуг (далее - Договор).

1.2. Акцептом Оферты является оплата Услуг в порядке, размере и сроки, указанные в Оферте.

1.3. Осуществляя акцепт Оферты в порядке, определенном п. 1.2 Оферты, Заказчик гарантирует, что ознакомлен, соглашается, полностью и безоговорочно принимает все условия Оферты в том виде, в каком они изложены. Акцепт Оферты равносителен заключению Договора на условиях, изложенных в Оферте.

1.4. Совершая действия по акцепту Оферты Заказчик гарантирует, что он имеет законные права вступать в договорные отношения с Исполнителем.

1.5. Оферта размещается на Сайте.

1.6. Исполнитель вправе в любое время вносить изменения в условия Оферты. Изменения в условия Оферты начинают свое действие с момента опубликования их на Сайте и/или соответствующей странице в социальной сети.

1.7. Оферта может быть отозвана в любое время.

1.8. Оферта не требует скрепления печатями и/или подписания Заказчиком и Исполнителем (далее - Стороны), сохраняя при этом полную юридическую силу.

2. ПРЕДМЕТ

2.1. В соответствии с условиями Оферты Исполнитель обязуется оказать Услуги, предусмотренные п.1.1, а Заказчик обязуется оплатить их.

2.2. Виды и наименование Курсов, перечень тем, форма, способы реализации, расписание, срок оказания Услуг и иные необходимые характеристики указываются на Сайте.

2.3. Заказчик обязуется выбрать необходимый курс для дальнейшей его организации Исполнителем в соответствии с Программой курса, размещенных на Сайте.

2.4. Для оказания услуг Исполнитель вправе привлекать соисполнителей по своему выбору.

3. СРОКИ

3.1. Срок для совершения акцепта Заказчиком является неограниченным.

3.2. Оферта вступает в силу с момента совершения Заказчиком акцепта, определяемого в соответствии с п. 1.2 Оферты и действует до момента окончания Курса, определенного моментом окончания последней консультации Курса, дата которой определяется расписанием Исполнителя.

3.3. Сроки оказания Услуг – в соответствии с разработанной и размещенной на Сайте Программой курса.

4. СТОИМОСТЬ УСЛУГ

4.1. Цены Курсов объявлены на Сайте и актуальны на момент акцепта.

4.2. Оплата по Оферте осуществляется банковской картой или электронными деньгами через Интернет с использованием специально разработанного веб-интерфейса, позволяющего провести расчёты (ссылка на страницу оплаты направляется Исполнителем Заказчику сообщением на электронную почту или на страницу, указанную Заказчиком в социальной сети). По соглашению Сторон может быть установлен иной порядок оплаты, согласованный посредством электронной переписки.

4.3. При необходимости Сторонами может быть предусмотрена рассрочка оплаты (двумя или несколькими платежами). Порядок такой оплаты согласуется Сторонами посредством электронной переписки.

4.4. В случае необходимости Заказчик имеет право перенести обучение на следующий поток, стоимость переноса 10 000 (десять тысяч) рублей.

5. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

5.1. Заказчик обязуется:

5.1.1. Оплатить Услуги Исполнителя в порядке, в срок и на условиях, предусмотренных Офертой.

5.1.2. Не копировать, не тиражировать и не распространять методические материалы или их составные части и иные материалы, полученные в ходе прохождения Курса, без предоставления письменного согласия Исполнителем, в противном случае Заказчик несет ответственность в соответствии с п. 7.3 Оферты, а также законодательством РФ.

5.1.3. Предоставить Исполнителю достоверные контактные данные для рассылки обязательных уведомлений, методических материалов, а также других оповещений, необходимых для надлежащего исполнения условий Оферты. В противном случае, Заказчик не вправе ссылаться на обстоятельства, послужившие причиной пропуска вебинаров или иного неоказания Услуги в полном объеме, при непредоставлении, либо при предоставлении недостоверных контактных данных Исполнителю для информационного обмена.

5.1.4. В зависимости от выбранного объема Услуги, иметь при себе необходимое оборудование для получения практических навыков в ходе оказания услуг Исполнителем, обеспечить бесперебойное подключение в интернету, а также не позднее, чем за 1 (один) день до начала Курса произвести тестирование платформы для проведения вебинаров (ссылка на платформу предоставляется Исполнителем). В противном случае Заказчик не вправе ссылаться на отказ приемки услуг по качеству и услуга будет считаться оказанной в полном объеме.

5.1.5. Обеспечивать сохранность паролей и кодов доступа к интерактивным тренингам и семинарам, предоставляемым Исполнителем и не допускать их передачу третьим лицам, в противном случае Заказчик несет ответственность в соответствии с п. 7.3 Оферты, а также законодательством РФ.

5.1.6. Не осуществлять в ходе обучения плагиат чужих работ.

5.1.7. Соблюдать дисциплину и общепринятые нормы поведения, в частности проявлять уважение к персоналу Исполнителя, другим слушателям Курса, избегать конфликтов, оскорблений и других нарушений порядка при общении, в том числе в ходе электронной переписки, с персоналом Исполнителя, другими слушателями Курса.

5.1.8. Воздержаться от любых действий, наносящих или могущих нанести ущерб интеллектуальной собственности Исполнителя и других слушателей Курса.

5.2. Исполнитель обязуется:

5.2.1. Организовать и обеспечить надлежащее оказание Услуг в соответствии с Офертой.

5.2.2. Информировать Заказчика обо всех изменениях, связанных с оказанием Услуг путем направления уведомления по адресу электронной почты, сообщения в социальной сети, либо путем устного информирования.

5.2.3. Предоставить Заказчику методические материалы Курса (текстовые документы, справочные таблицы, рисунки, видео и другие материалы), в объеме, предусмотренном Исполнителем в рамках выбранной Заказчиком Услуги. Указанные материалы направляются Заказчику по адресу электронной почты, предоставленной Заказчиком, либо публикуются в соответствующем сообществе в социальной сети, созданным для слушателей соответствующего Курса.

5.3. Заказчик вправе:

5.3.1. Требовать от Исполнителя надлежащего оказания Услуг.

5.3.2. Обращаться к Исполнителю по всем вопросам, связанным с оказанием Услуг, путем направления соответствующего вопроса/запроса на адрес электронной почты, указанный в разделе 10 Оферты.

5.3.3. Получать необходимые, предусмотренные программой Исполнителя методические материалы и пособия, согласно выбранной тематике Курса.

5.4. Исполнитель вправе:

5.4.1. Самостоятельно определять формы и методы оказания Услуг, исходя из требований законодательства и условий Оферты.

5.4.2. Самостоятельно определять состав специалистов, оказывающих Услуги, и по своему усмотрению распределять между ними обязанности.

5.4.3. Получать от Заказчика достоверную информацию, необходимую для выполнения своих обязательств по Оферте. В случае непредставления либо представления недостоверной информации Заказчиком, отсутствие которой препятствует дальнейшему исполнению обязательств по договору со стороны Исполнителя в полном объеме, последний в праве приостановить осуществление своих обязательств по настоящему договору до предоставления необходимых данных Заказчиком.

5.4.4. По своей инициативе, предварительно уведомив Заказчика, перенести дату начала курса или дату проведения вебинара, но не более, чем на 1 (одну) неделю.

5.4.5. Отказаться от исполнения Договора в случае нарушения любого из следующих пунктов: 5.1.2, 5.1.5, 5.1.6, 5.1.7, 5.1.8. При одностороннем отказе от исполнения Договора ввиду нарушения Заказчиком указанных положений Договора, оплата, внесенная Заказчиком, не возвращается.

6. ПОРЯДОК ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

6.1. После оплаты Заказчиком выбранного Курса (акцепта Оферты), Исполнитель предоставляет Заказчику доступ в специально созданную закрытую группу в социальной сети или к веб-платформе, предназначенной для проведения Курса, где в соответствии с графиком, установленным для выбранной программы Курса, публикуются все необходимые материалы, а также размещаются анонсы предстоящих вебинаров со ссылками на трансляцию, информирование Заказчика по всем вопросам, связанным с прохождением Курса.

6.2. При невозможности Заказчика в силу уважительных, объективных причин, приступить к обучению согласно расписанию Курса, установленному Исполнителем, Заказчик вправе обратиться о переводе его в группу следующего набора.

6.3. По окончании Курса, Исполнитель выдает Заказчику сертификат об участии в Курсе.

6.4. Программой Курса предусмотрено выполнение практических заданий. В случае невыполнения Заказчиком практических заданий или выполнением с нарушением требований Договора, Исполнитель вправе не выдавать Заказчику сертификат об участии в Курсе.

6.5. Последним днем оказания Услуг Стороны признают последний день проведения Курса согласно графику.

6.6. Материалы Курса предоставляются только в предусмотренном Договором виде, в том числе не направляются на личную электронную почту, не распечатываются, не предоставляются на съемном носителе.

7. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

7.1. За неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по настоящему договору Стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством РФ.

7.2. В случае невозможности исполнения Оферты, возникшей по вине Заказчика, стоимость Услуг не возвращается.

7.3. В случае нарушения п. 5.1.2, 5.1.5, 5.1.8 Заказчик уплачивает штраф в размере 150 000 (сто пятьдесят тысяч) рублей.

7.4. Стороны освобождаются от ответственности за неисполнение и/или ненадлежащее исполнение обязательств по Договору, если такое неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы (форс-мажор), не зависящих от воли Сторон, к которым, среди прочих, относятся стихийные бедствия, пожары, техногенные аварии и катастрофы, аварии на инженерных сооружениях и коммуникациях, массовые беспорядки, военные действия, террористические акты, бунты, гражданские волнения, забастовки, нормативные акты органов государственной власти и местного самоуправления, препятствующие исполнению Сторонами своих обязательств по Договору, то есть чрезвычайные и непреодолимые при данных условиях обстоятельства, наступившие после заключения Договора. Сторона, ссылающаяся на невозможность выполнения обязательств вследствие наступления обстоятельств непреодолимой силы, обязана незамедлительно уведомить об этом другую Сторону. Факт наступления обстоятельств непреодолимой силы должен быть подтвержден соответствующими компетентными организациями.

8. РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

8.1. Все споры и разногласия, возникшие в процессе исполнения Договора, Стороны будут стремиться урегулировать путем переговоров.

8.2. Все претензии заявления, уведомления и иные переговоры между сторонами осуществляются в письменной форме путем направления в адрес Стороны по почте, по месту нахождения Сторон.

8.3. Стороны пришли к соглашению, что претензионная переписка в целях урегулирования споров по исполнению Договора может осуществляться по электронным почтовым адресам исходя из следующих особенностей:

8.3.1. Претензия и ответ на претензию должны быть подписаны уполномоченным лицом;

8.3.2. Претензия и ответ на претензию должны быть адресованы Стороне Договора;

8.3.3. Претензия и ответ на претензию должны содержать дату документа и исходящий номер;

8.3.4. Претензии в адрес Исполнителя должны направляться на адрес электронной почты, указанный в разделе 10 Оферты. Претензии в адрес Заказчика направляются на адрес Заказчика, указанный при акцепте Оферты.

8.3.5. Претензия и ответ на претензию отправляются посредством вложения в электронное письмо цветного сканированного документа в формате «*.pdf» с разрешением не менее 200 dpi. При этом вложенный документ должен иметь наименование, например: «Претензия от 31 января 2016 г. № 378» или «Ответ на претензию от 2 февраля 2017 г. № 420»;

8.3.6. При наличии приложений к претензии или приложений к ответу на претензию, указанные приложения должны быть указаны в тексте самой претензии или ответа на нее и должны быть вложены в электронное письмо цветным сканированным документом в формате «*.pdf» с разрешением не менее 200 dpi. При этом каждый вложенный документ должен иметь наименование, например: «Приложение № 1 к претензии от 31 января 2016 г. № 378» или «Приложение № 1 к ответу на претензию от 2 февраля 2017 г. № 420»;

8.3.7. Заголовок электронного письма должен содержать указание на то, какой документ приложен к электронному письму (дату и номер документа), а при наличии приложений должны быть указаны номера приложений, указанных в претензии или ответе на претензию, например: «Претензия от 31 января 2013 г. № 378 с приложениями 1, 2, 3, 4» или «Ответ на претензию от 2 февраля 2013 г. № 420 с приложениями 1, 2, 3, 4»;

8.3.8. Не допускается отправка одним электронным письмом нескольких претензий или нескольких ответов на претензии;

8.3.9. При подготовке ответа на полученный документ в тексте ответа должно быть указание на дату и исходящий номер документа, на который дается ответ;

8.3.10. При соблюдении особенностей, указанных в пунктах 9.3.1-9.3.9 Договора претензия или ответ на претензию будут считаться доставленными адресату с момента отправки сообщения на электронный адрес Стороны Договора.

8.4. В случае несоблюдения одной из сторон Договора, особенностей претензионной переписки, указанной в пункте 8.3 Договора, будет считаться, что претензия или ответ на претензию не поступили стороне Договора.

8.5. Срок ответа на претензию составляет 10 (десять) календарных дней с момента ее получения.

8.6. При невозможности урегулирования споров путем переговоров и в претензионном порядке, Сторона, чье право нарушено, вправе обратиться за защитой своих прав в судебном порядке в соответствии с законодательством РФ.

9. ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ

9.1. Вся информация, которая стала известна Сторонам в процессе исполнения Договора, признается сторонами конфиденциальной, не подлежит разглашению и охраняется в соответствии с законодательством РФ. С информацией, ставшей известной в ходе исполнения обязательств,

предусмотренных Договора, могут быть ознакомлены только те лица, которые непосредственно связаны с исполнением обязательств по Договору.

9.2. Настоящим Заказчик в соответствии с ФЗ «О персональных данных» свободно, по своей воле и в своих интересах выражает свое согласие на обработку своих персональных данных Исполнителем в целях исполнения Оферты, такие как: сбор, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), использование, распространение (в том числе передачу), обезличивание, блокирование, уничтожение персональных данных. Стороны договорились считать согласием Заказчика на обработку следующих персональных данных: фамилии, имена, отчества; даты рождения, почтовые адреса, сведения о гражданстве, номера телефонов, адреса электронной почты, а также иную информацию, полученную Исполнителем от Заказчика.

9.3. Согласие Заказчика считается полученным с момента акцепта Оферты и действует в течение 10 (десяти) лет с момента окончания Оферты.

9.4. Отзыв согласия на обработку персональных данных может быть осуществлен путем направления Заказчиком соответствующего распоряжения в простой письменной форме в адрес Исполнителя. При этом Заказчика согласен с тем, что такой отзыв может повлечь невозможность оказания услуг в соответствии с условиями Договора, и как следствие расторжение Договора.

9.5. Одновременно с вышеуказанным согласием на обработку персональных данных Пользователь также дает полное согласие на получение сообщений от Исполнителя посредством электронной почты, в том числе сообщений рекламного содержания.

9.6. Во всем остальном, что не урегулировано настоящей Офертой, Стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

10. РЕКВИЗИТЫ ИСПОЛНИТЕЛЯ

Абдуллина О.Д.

ИНН 470609387208

Расчетный счет № 40817810500004511889 в АО «ТИНЬКОФФ БАНК» в г. Москва

БИК 044525974

email: olga.okhtina@gmail.com

Месячное планирование на 2022 год

Фокус	Продукт	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Работа с основным продуктом	Веб-дизайнер с нуля		Партнерство с НКО	Запуск						Продажи	Запуск			
		Итоги	Продажи											
Разработка новых продуктов	Дизайн сайтов на Tilda и Webflow				Запись	Продажи	Запуск					Продажи	Запуск	
	Дизайн мобильных приложений					Запись	Продажи	Запуск					Продажи	Запуск
Юридический статус		ИП	Эквайринг											
Расширение команды			Таргетолог	Бухгалтер	Тренер по Tilda и Webflow	Менеджер по продажам				Тренер по веб-дизайну				