

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Фролов И.И.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, г. Минск, Беларусь,
frolov@bsuir.by

Abstract. The modern approaches of the education services promotion using information technologies and available platforms.

Технологии дистанционного обучения заняли в системе образования достаточно серьезное место. В целом прослеживается приоритетная тенденция использования дистанционных форм обучения при необходимости повышения квалификации, получения дополнительного образования. В современном мире ценность знаний не подлежит сомнению и является весомым фактором, оказывающим непосредственное влияние при формировании карьерного пути большинства трудоспособного населения, всё большую ценность приобретают высокотехнологичные специальности, требующие специфических знаний, что, по сути, говорит о повышении стоимости именно высококвалифицированных специалистов. В такой ситуации потребность повысить уровень знаний дистанционно является наиболее удобной и эффективной формой обучения. Таким образом качественные информационные ресурсы становятся весьма ценным объектом на рынке образовательных услуг.

Зачастую процесс продвижения университетской дистанционной формы обучения ориентирован на студентов дневной формы обучения [1], желающих ускорить собственный прогресс за счет параллельного обучения и прохождения нескольких дополнительных курсов параллельно с основными занятиями.

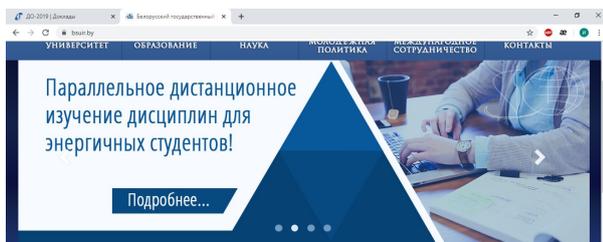


Рисунок 1 – Рекламный баннер дистанционного обучения на сайте БГУИР

Многие поступившие на дистанционную форму обучения студенты выбрали такой подход как некую альтернативу заочному обучению. Однако и такая форма обучения не всегда срабатывает, когда пользователю необходимо найти информацию об образовательном процессе, пройти лишь конкретную дисциплину с получением конкретных знаний.

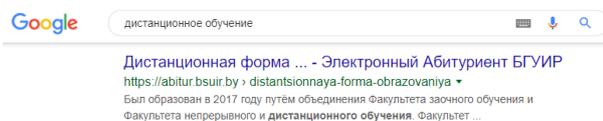


Рисунок 2 – Результат поисковой выдачи Google

Доступные объемы информации заставляют людей тратить минимальное время на поиск информации, поэтому, даже обнаружив сайт дистанционного обучения университета (в поисковой выдаче есть

лишь упоминание сайт для абитуриентов, рисунок 2), пользователь сможет ознакомиться лишь с названием, но не содержанием нужной ему дисциплины [2]. Тогда как общеизвестные платформы, такие как Coursera, предлагают ознакомиться и с содержанием дисциплины, и даже с обучающими материалами, накладывая ограничения на выполнение практических заданий и аттестацию.

Таким образом, для продвижения образовательных услуг, необходимо усиливать как маркетинговую стратегию, направленную на интернет-пользователей, желающих просто повысить свой уровень образования, выполняющих поиск, как правило, с использованием названия дисциплин, а не формулировки «дистанционное обучение».

Предоставляемые привлеченным обучающимся учебные материалы имеет смысл стандартизировать в соответствии с уже зарекомендовавшими себя платформами онлайн-образования. В качестве образцов можно рассматривать образовательные курсы известных университетов [3]:

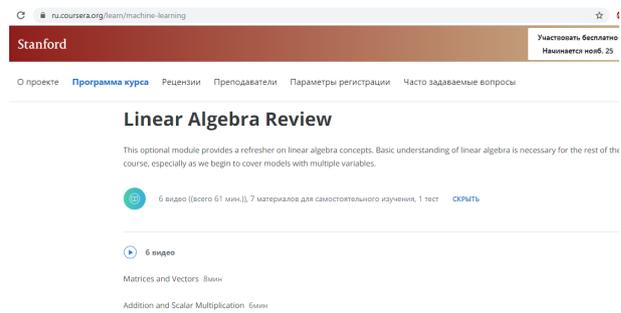


Рисунок 3 – Информация о курсе «Machine learning» Стэнфордского университета, Coursera

Разрабатываемые обучающие курсы можно продвигать не только через ресурсы вуза, но и через известные платформы Coursera, edX, Udemy. Подобная стратегия позволит расширить доступ к обучению для людей со всего мира, авторам курса – получить дополнительный заработок, университету – хорошую рекламу.

Современные информационные технологии позволяют создавать серьезные образовательные материалы и привлекать пользователей сети для обучения.

Литература

1. Портал БГУИР [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://bsuir.by>.
2. Дисциплины ФИНО [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lms.bsuir.by/disciplines/>.
3. Курс Машинное обучение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.coursera.org/learn/machine-learning>.