

**Н. Р. Икрамов**

**Сравнение подходов профессионального онлайн-образования  
с гибридным форматом обучения в высших учебных заведениях**

---

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»  
им. В.И. Ульянова (Ленина), г. Санкт-Петербург, Россия*

***Аннотация.** Статья посвящена анализу текущего состояния рынка дополнительного профессионального онлайн-образования в России, выявлению основных проблем, с которыми сталкиваются учащиеся, и сравнению с системой высшего образования. На основе анализа негативных отзывов предложены рекомендации по улучшению гибридного формата обучения в высших учебных заведениях.*

**Ключевые слова:** онлайн-образование; гибридное обучение; трудоустройство выпускников; маркетинг в образовании

Последние 5 лет в условиях огромного спроса it-рынка выросла индустрия онлайн-образования. В 2023 года объем рынка дополнительного профессионального образования оценивался в 35 млрд. руб. В сравнении с 2022 году индустрия выросла на 25%. Данные цифры сигнализируют о высочайшем спросе рынка на кадры. Данная сфера недостаточна прозрачна и регулируется несистемным образом. Качество образовательного процесса сильно отличается у каждого поставщика услуг. Таким образом, многие пользователи курса остаются недовольны результатами полученного образования. Данная статья посвящена исследованию главных проблем дополнительного профессионального онлайн образования и сравнению с системой высшего образования в России [1].

**Исследование негативных отзывов**

В рамках исследования было проанализировано 295 отзывов[2]. Из них негативными было 58 отзывов. Негативными считаются отзывы с оценкой 3 из 5 и хуже. Самые часто встречающиеся проблемы представлены в Таблице:

Таблица – Частотность проблем в отзывах пользователей

	Количество упоминаний	Процент от всех отзывов, %
Недостаточно обратной связи от менторов и преподавателей	9	16%
Высокая стоимость обучения	12	24%
Проблемы с трудоустройством после курсов	15	29%
Технические проблемы с платформой	7	12%
Агрессивные методы продаж и рекламы	11	19%

Исходя из приведенных выше цифр, можно сделать вывод, что самой острой проблемой при покупке образовательных услуг становится трудоустройство выпускника курсов. Недостаток обратной связи вкупе с агрессивными продажами усиливают проблему трудоустройства, так как из-за рекламы приходят не замотивированные ученики и плохая обратная связь только усиливает остальные проблемы. Также второй по частотности является проблема высокой стоимости образовательных курсов. Многие учащиеся вынуждены брать займы, чтобы проходить обучение.

#### **Рекомендации по улучшению гибридного формата в высших учебных заведениях**

Гибридный формат образования в высших учебных заведениях использует много механик и инструментов из онлайн-образования, о которых рассуждали ранее. Поэтому я сформирую ряд рекомендаций, исходя из текущих проблем:

1. Регулярная обратная связь. В условиях удаленного формата образования обратная связь становится только важнее для обучающегося. Важно, чтобы помимо подачи теоретического материала с обучающимися выстраивается диалог. Важно также, чтобы это общение было удобно для студента и велось через удобные для общения каналы. Например, менторы из онлайн-образования создают группы в популярных мессенджерах. Более того создание платформы для общения между студентами является крайне важной задачей.

2. Подбор удобных способов оплаты образования. По этой проблеме у высших учебных заведений есть преимущество. Для студентов доступны разнообразные опции оплаты своего обучения. Есть бюджетный формат обучения, также доступны форматы льготного кредитования на образовательные цели. Дополнительно стоит информировать абитуриента обо всех доступных опциях.

3. Помощь с трудоустройством выпускников. Это крайне актуальная проблемы для всех форматов образования. Для качественного решения этой задачи необходимо выстраивать трехстороннее взаимодействие между университетами, производствами и государством. Данная коммуникация позволит готовить актуальные кадры для реально востребованных направлений. Конечно, остро стоит вопрос скорости изменений образовательных материалов для динамично развивающихся направлений. Для решения этого вопроса можно воспользоваться опытом онлайн образования. Для актуальности своих материалов они привлекают практикующих экспертов, лидеров в своих областях.

4. Изменение маркетинга для абитуриентов. Опыт рекламы онлайн-образование следует брать во внимание. Несмотря на агрессивность маркетинговой кампании, частные образовательные организации привлекают к своим курсам огромную аудиторию. Такой интерес формируется за счет демонстрации пользователю реальных практических навыков, которые он получит в рамках курса. Акцент делает именно на успех его на рынке труда. Данный способ рекламы четко попадает в интересы абитуриента [3].

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" от 29.12.2012 N 273-ФЗ (последняя редакция), статья 16.

2. Отзывы о Skillfactory – онлайн школа программирования и управления продуктами [электронный ресурс]. URL: [https://otzovik.com/reviews/kursi\\_programirovaniya\\_skillfactory/](https://otzovik.com/reviews/kursi_programirovaniya_skillfactory/) (дата обращения 15.03.2024).

3. Коняева Е.А., Прокопенко Е.В. Дистанционное образование и его педагогические принципы // Всероссийская студенческая научно-практическая конференция "Актуальные проблемы образования: позиция молодых" по материалам Всероссийской научно-практической конференции 2016 г: Изд-во «Золотой феникс», 2016. С. 202–204.

N. R Ikramov

Comparison of approaches to professional online education with a hybrid learning format in higher education institutions

*Saint Petersburg Electrotechnical University, Russia*

*Abstract. The article is devoted to analyzing the current state of the market for additional professional online education in Russia. It identifies the main problems that students face in comparison with the university education system. Based on the analysis of negative reviews, recommendations for improving the hybrid format of education in higher education institutions are proposed.*

**Keywords: online education; hybrid learning; employment of graduates; marketing in education**