

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/glava-diploma/164461>

Тип работы: Глава диплома

Предмет: Реклама и PR

-

Раздел 1. Коммуникационное продвижение организации на рынке онлайн образования

1.1 Описание специфики онлайн образования

Рынок образовательных услуг представляет собой рынок, на котором взаимодействуют спрос на образовательные услуги со стороны основных хозяйствующих субъектов (отдельных личностей, домохозяйств, предприятий и организаций, государства) и их предложение различными образовательными учреждениями. Уровень этого спроса и формы его удовлетворения меняются под воздействием различных факторов, создавая новый формат оказания образовательных услуг – онлайн образование.

Сегодня, благодаря интернету, обучение открыто для всех. Стремясь снизить общие затраты на обучение, все больше и больше людей и компаний в настоящее время отказываются от очного обучения как единственно возможного, заменяя его смешанным: очным и онлайн. За эти 20 лет доля онлайн образование неуклонно растет как за рубежом, так и в нашей стране [1].

Онлайн образование активно развивается с конца XX века. Именно тогда в США разработали специальное программное обеспечение для преподавания через Интернет и ввели термин «смешанное обучение». Объем мирового рынка образования составляет \$4,5-5,0 трлн, и в ближайшие годы он обещает уверенно расти, превысив отметку в \$6-7 трлн. При этом доля онлайн-образования в общих показателях составляет около 3% (\$165 млрд). Такие данные со ссылкой на зарубежные прогнозы приводятся в «Исследовании российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий», инициатором которого выступило издание East-West Digital News. Исследование проводилось в партнерстве с Фондом общественного мнения (ФОМ), изданиями Russia Beyond The Headlines и Rusbase, digital-платформой VB Profiles, «Нетологией Групп», ФРИИ, Высшей школой экономики и агентством Comscore [1].

Можно выделить наиболее значимые факторы, определяющие спрос на онлайн образование:

- экономия времени и денег;
- гибкий график;
- комфорт;
- возможность выбирать нужные дисциплины;
- отсутствие фактора принуждения.

Однако, необходимо отметить, что чисто электронное обучение, с экономической точки зрения не всегда эффективно. В некоторых случаях, например при изложении сложных тем, электронное обучение с меньшей вероятностью приводит к желаемому результату, чем при проведении занятий под руководством преподавателя.

Онлайн-курсы безусловно гибки и удобны для учащихся, которые работают, ведут семейную или просто занятую жизнь. Онлайн-курсы помогают избежать длительных занятий и долгих переездов к месту учебы. В онлайн-программе много самостоятельной работы, которую учащийся может выполнять в удобном для него темпе. Онлайн-программы требуют от учащегося, чтобы он взял на себя ответственность за свое образование. Никто не заставит его войти в онлайн-портал выполнять задания. У многих возникают трудности с самостоятельной работой, организованностью и соблюдением сроков. Такое обучение потребует больших усилий и самоотдачи.

Значительным условием электронного обучения является уровень технической подкованности аудитории. Онлайн-обучение требует использования современных технологий, и, хотя большинство электронных курсов достаточно гибки для работы на компьютерах, ноутбуках и даже смартфонах, оно может оказаться сложным для тех, кто не разбирается в технологиях, а также для тех, кто их не любит.

Следует отметить, что электронное обучение будет неэффективным без наличия широкополосного доступа. Оно требует подключения к Интернету (большая часть онлайн-курсов размещается на платформе обучения и должна быть завершена в режиме онлайн), а также достаточной оперативности для загрузки всех аудио-, видео- и других материалов. Поэтому, наравне с вышеописанными факторами, следует учитывать и

наличие широкополосной связи в конкретной географической области учащегося.

Также важно помнить, что при переходе на онлайн образование учащиеся должны мотивировать себя. Обучение в режиме онлайн часто означает, что учащиеся работают изолированно и должны управлять своим временем и уровнем успешности освоения. Это требует особо сильной мотивации для своевременного окончания курса.

Актуальность темы онлайн-обучения обусловлена еще и тем, что в марте 2020 г. вся система отечественного образования оказалась в рамках удивительного по масштабам вынужденного эксперимента - перехода на дистанционное обучение. Дистанционное обучение фактически означало онлайн-обучение, осуществляемое посредством образовательных платформ (например Moodle), видеосвязи (вебинары, skype-конференции и т. п.), электронной почты, чатов в различных мессенджерах. Так, все уровни российского образования: от дошкольного до высшего - в одночасье столкнулись с реальностью онлайн-обучения. Реальностью, в которой за последние 5-7 лет сложился устойчивый рынок образовательных услуг со сложившимися технологиями работы и весомыми финансовыми оборотами [2].

Несмотря на то, что переход на онлайн обучение школьников и студентов был вынужденным, то позволило сформировать привычку и прочувствовать им преимущества данного формата получения знаний.

В бизнес-среде онлайн образование стало особенно востребованным в последние два года. COVID-19 перевернул жизнь бизнеса с ног на голову. Одни компании начали массово переводить сотрудников на дистанционную работу, другие были вынуждены сократить штат. По данным Росстата, в мае 2020 года общая численность безработных в России составила 4 млн 513 тысяч человек. Уровень безработицы вырос до 6,1%. Последний раз порог в 6% был превышен в марте 2012 года [3].

Риск потери работы, снижение заработка, увеличение количества свободного времени заставили людей обратить внимание на онлайн-обучение. По данным совместного исследования Mail.ru Group и ResearchMe, 58% опрошенных стали больше учиться онлайн. Исследование Google и Ipsos также подтвердило рост интереса к онлайн-образованию в период пандемии. 17% респондентов из России впервые попробовали обучение на платных онлайн-курсах, 29% - стали больше пользоваться сервисами для учебы онлайн. SEOnews опросил экспертов рынка, чтобы выяснить, почему так произошло, как изменилось онлайн-образование в период пандемии и чему стоит учиться в 2021 году, чтобы оставаться востребованным на рынке труда.

В период самоизоляции наметилось несколько трендов в онлайн-образовании:

- онлайн-школы начали открывать бесплатный доступ к курсам. Многие пользователи впервые получили возможность протестировать новый для себя формат онлайн-обучения;
- вырос интерес к онлайн-обучению в целом и к программам подготовки digital и IT-специалистов в частности;
- значительно выросло число слушателей онлайн-курсов из регионов;
- пользователи стали охотнее вкладывать средства в образование. Рынок EdTech показал рост в кризис.

Пандемия стала катализатором масштабирования всего, что связано с онлайн, в том числе и онлайн-образования. Особенно это заметно по росту аудитории онлайн-платформы из регионов России. Если раньше это были в основном жители Москвы и Санкт-Петербурга, то в период пандемии значительно подросла аудитория из Екатеринбурга, Самары, Новосибирска, Казани, Нижнего Новгорода, Перми и Уфы. Число регистраций на все онлайн-курсы в марте выросли на 345%, в апреле - 112% и в мае - 118%. Произошли изменения и по возрастным категориям аудитории. Рост в среде аудитории 45-54 лет составил 104%. Аудитория 35-44 лет приросла на 80%. А сегмент пользователей в возрасте 18-24 лет вырос на 77% [3].

Самыми популярными среди пользователей остаются онлайн-курсы по направлению маркетинга. Это курсы по интернет-маркетингу, таргетинговой и контекстной рекламе, SMM, продакт-менеджменту, коммерческой редакции и копирайтингу. Также выросло число студентов на курсах по веб- и графическому дизайну, Python-, Java-, Frontend-, веб-разработке и тестированию ПО. Популярность этих курсов связана в первую очередь с тем, что указанные профессии легко осваиваются с нуля и с ними проще всего найти работу в диджитале и IT.

Еще одной тенденцией 2020 года стало увеличение спроса на кросскомпетентность среди уже опытных специалистов. Если раньше наиболее высоко ценились сотрудники, которые обладают глубокой экспертизой в одной области, то теперь компаниям нужны те, кто сможет закрывать собой разные функции. Поэтому состоявшиеся диджитал и IT-специалисты сейчас осваивают смежные и дополнительные навыки, чтобы стать более востребованными на рынке труда. С учетом экономического кризиса, компании

оптимизируют свои издержки и заинтересованы в найме одного сотрудника с 2–3 смежными навыками вместо 3–5 узкоспециализированных специалистов.

Сами руководители тоже вынуждены учиться и выстраивать процессы в компаниях удаленно, развивать команды удаленно и управлять ими. Все это требует специалистов для выполнения бизнес задач в цифровой среде.

Таким образом, можно обозначить следующие перспективы онлайн-образования в России:

1. Освоены крупными игроками на рынке образования перспективные сегменты, такие как дополнительное среднее образование, языки.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/glava-diploma/164461>