Бесплатное руководство

Как разработать онлайн-курс

Для онлайн-школ, EdTech-команд, корпоративных академий, основателей и начинающих методистов

12 шагов	5 шагов	4 шага
Предпродакшн исследование, программа и логика обучения	**Продакшн** тексты, видео, задания	**Постпродакшн** метрики, интервью с учениками и правки

Даниил Евстратов
методолог образовательных продуктов

danilevstratov.ru

Это руководство для онлайн-школ, EdTech-команд, корпоративных академий, основателей, которые запускают первый курс, и начинающих методистов.

Что вы получите:

— порядок работы из 21 шага — от разбора конкурентов до первых метрик после запуска;
— что сделать на каждом шаге и что должно получиться в конце каждого этапа;
— пример программы и логики обучения на выдуманном курсе мобильной фотографии;
— четыре идеи из теории обучения со ссылками на исследования.

Я Даниил Евстратов, методолог образовательных продуктов. Первую версию этого руководства я написал к консультациям для команды, которая делала свой первый курс без опыта.

Содержание

Из каких этапов состоит разработка курса 3

Предпродакшн: как спроектировать курс до записи первого урока 4

Продакшн: как сделать материалы 9

Постпродакшн: как понять, работает ли курс 9

Четыре идеи, которые помогут спроектировать курс 11

Что почитать 14

Если захотите обсудить свой курс 15

Из каких этапов состоит разработка курса

Обычно разработка EdTech-продукта состоит из двух этапов.

1. Отказаться.
2. Автоматизировать.

А если серьёзно, этапов три, и названия у них из кино:

— предпродакшн — всё, что происходит до записи первого урока: исследование, программа и логика обучения;

— продакшн — производство материалов: тексты, видео, задания;

— постпродакшн — работа после запуска: метрики, интервью с учениками и правки.

Большая часть руководства — про предпродакшн. Ошибку в программе дешевле исправить до записи, чем перезаписывать готовые видео.

Если вы делаете курс для сотрудников, шаги те же, меняются источники. Вместо конкурентов изучите внешние курсы на ту же тему и материалы, которые уже есть в компании. Вместо будущих покупателей поговорите с сотрудниками и их руководителями. Вместо лендинга будет анонс курса, а вместо продаж — то, применяют ли сотрудники новое в работе.

Предпродакшн: как спроектировать курс до записи первого урока

1 Изучите 3–5 похожих курсов

Золотое правило в EdTech — сделать так же, как у конкурентов, только дешевле. Правило скорее плохое, но таковы реалии рынка. Поэтому работа начинается с конкурентов.

Возьмите 3–5 похожих продуктов и сведите их в одну таблицу. Для каждого запишите:

— какие в нём модули и как устроена программа;

— какое у него УТП — уникальное торговое предложение, то есть чем курс выделяется среди других;

— чем довольны ученики;

— чем недовольны ученики;

— какой формат обучения;

— сколько стоит курс;

— что можно взять себе из этой программы.

2 Соберите черновик программы из лучшего у конкурентов

Теперь соберите франкенштейна — программу, которая сочетает лучшее у других. Черновик пока частичный: его ещё поправят карта навыков и разговоры с будущими учениками.

Представьте, что вы делаете курс мобильной фотографии для начинающих. Курс выдуманный, на нём построены все примеры в руководстве. У конкурента X стандартная программа: теория композиции, света и цвета, потом практические советы в картинках и видео. У конкурента Y теории нет, зато он показывает, как обработать снимок в бесплатном приложении за 5 минут. Тогда берите программу конкурента X и добавляйте модуль о быстрой обработке, как у Y.

3 Составьте карту навыков

Карта навыков, или скиллмап, — список навыков, которые освоит ученик, разложенный по темам и уровням. Это самый базовый методологический инструмент.

Проще всего собрать карту на онлайн-доске вроде Miro. Можно и поискать готовые: в интернете много карт навыков на английском, от которых можно оттолкнуться. Ищите по запросам skill map и competency framework.

Для курса по профессии я разбираю вакансии: выписываю навыки, которые просят работодатели. Если курс не про профессию, этот способ не подойдёт. Тогда соберите навыки в четыре шага.

1 Опросите практиков — людей, которые делают эту работу каждый день.

2 Опросите специалистов, которые видят ошибки новичков и их последствия.

3 Изучите российские и зарубежные исследования по теме.

4 Посмотрите подкасты и интервью.

> Умение искать и читать исследования — супербазовый навык методиста: он нужен каждый день. Готовьтесь смотреть много видео и читать статьи на русском и английском. Высший пилотаж — научные работы. Например, обзор шести моделей саморегуляции — того, как ученик сам ставит цели, следит за прогрессом и меняет стратегию. Он пригодится, если ученики проходят курс сами, без преподавателя. Ссылка — в разделе «Что почитать».

Для курса мобильной фотографии фрагмент карты может выглядеть так:

Тема	Уровень 1	Уровень 2
Камера	Ставить фокус и экспозицию вручную	Выбирать режим съёмки под сюжет
Композиция	Строить кадр по правилу третей	Нарушать правило, когда это усиливает кадр
Свет	Снимать у окна так, чтобы лицо не было тёмным	Смягчать жёсткий свет шторой или листом бумаги
Обработка	Выравнивать горизонт и яркость	Убирать лишние детали из кадра

Есть и другой способ — идти от образовательных результатов. Образовательный результат — то, что ученик сможет сделать после курса. Например, «снять портрет при свете из окна и обработать его за 5 минут». Запишите такие результаты и разложите каждый на навыки.

4 Поговорите с будущими учениками, если хватает времени

CustDev, или customer development, — интервью и опросы будущих клиентов. Они показывают, какую задачу люди решают и что им мешает. Обычно CustDev проводят продакт-менеджеры — те, кто отвечает за продукт целиком. Начинают с двух инструментов: интервью и анкеты.

Библия CustDev — книга Роба Фитцпатрика «Спроси маму». Без неё провести CustDev нормально не получится. Главная мысль книги: спрашивайте людей об их жизни и прошлом опыте, а не о том, нравится ли им ваша идея. Из вежливости вам скажут, что нравится.

Чтобы проводить CustDev хотя бы на базовом уровне, понадобится курс часов на 60 и вдвое больше практики. Поэтому шаг необязательный. Если пропускаете его, возьмите материал для гипотез из отзывов о курсах конкурентов — вы собрали их в шаге 1.

5 Сформулируйте гипотезы

Гипотеза — предположение об учениках, которое можно проверить. По итогам интервью или отзывов сформулируйте 5–10 базовых гипотез. Для курса мобильной фотографии они могли бы звучать так:

— 70% хотят снимать прежде всего близких людей, а не пейзажи и еду;

— 80% готовы заниматься не больше 20 минут в день.

Цифры в гипотезах условные. Проверить их можно опросом, в котором ответит больше людей, или данными после запуска.

От гипотез зависят решения по курсу. Если ученики готовы тратить 20 минут в день, урок или задание не должны быть длиннее. Если они хотят снимать людей, в программе нужен портрет.

6 Поправьте карту навыков по гипотезам

Внесите в карту то, что узнали из интервью или отзывов. Отдельно выделите навыки, которые ученики хотят развить, но которых не было в вашем исследовании.

7 Сопоставьте карту навыков с программой

Отметьте в черновике программы, какие навыки из карты он уже учит, а каких в нём нет. Это поможет точнее сформулировать УТП и показать его на лендинге — странице, на которой продают курс, — или в анонсе для сотрудников. Затем расставьте приоритеты: от каких навыков можно отказаться, а какие точно нужно добавить.

8 Опишите LX курса

LX, learning experience, — логика образовательного опыта: чего добьётся ученик, как он будет учиться и как вы поймёте, что он научился.

Часть терминов здесь — из подхода Understanding by Design американских педагогов Гранта Уиггинса и Джея Мактая. Цель на перенос — что ученик сделает сам, без подсказок, в новой реальной ситуации. Цели на освоение — какие знания и навыки ему для этого нужны.

LX удобно делить на три части: логика программы, конечные результаты и учебные активности. Так может выглядеть LX выдуманного курса мобильной фотографии.

Логика программы:

— методология — например, проектирование от результата: сначала решаем, что ученик сделает в конце, потом подбираем уроки;

— логика построения — линейная: камера, потом композиция и свет, потом обработка;

— формат — асинхронный: ученик занимается в своём темпе, без живых занятий по расписанию.

Конечные результаты:

— цель на перенос — ученик сам снимает и обрабатывает портрет близкого человека дома, при том свете, который есть;

— цели на освоение — настраивать фокус и экспозицию, строить кадр, видеть свет, обрабатывать снимок в приложении;

— большая идея — главная мысль курса: «Кадр делает свет, а не камера»;

— ключевой вопрос — к нему ученик возвращается весь курс: «Откуда падает свет и что он делает с лицом?»;

— критерии оценки — лицо в фокусе, нет пересвеченных участков, горизонт ровный;

— доказательства — работы, по которым видно, что ученик достиг результата: серия из 10 портретов до и после обработки;

— цели учебных активностей — образовательный результат каждого задания: например, после практики со светом ученик находит дома три места с мягким светом.

Учебные активности:

— стратегические — общая методологическая логика курса: например, учиться через практику и каждую идею сразу проверять на своих снимках;

— тактические — конкретные форматы вроде вебинара, лекции или задания: в курсе фотографии это видео, тексты и практика;

— формы оценивания — короткий тест, или квиз, в конце модуля и итоговая серия снимков.

Структура каждого модуля:

— приветственный блок;

— лекция или лонгрид, то есть длинный текстовый урок;

— лонгрид о том, как применить знания модуля в разных ситуациях;

— формирующий квиз — тест, который показывает ученику пробелы, а не ставит оценку;

— домашнее задание по модулю;

— оценка модуля и рефлексия — ученик оценивает модуль и думает, чему научился.

9 Подгоните программу под карту навыков и LX

Это самый долгий шаг. Пройдитесь по черновику программы урок за уроком. У каждого урока должен быть навык из карты и место в структуре модуля из LX. Урок без навыка — кандидат на удаление. Навык без урока — повод добавить урок.

Чаще всего программа онлайн-курса в итоге выглядит так:

— линейная логика — темы идут друг за другом, каждая изучается один раз;

— модульное обучение — курс разбит на законченные блоки, у каждого своя цель;

— асинхронный формат;

— главный тип материала — видеолекция или лонгрид.

Другие логики программы — спиральную и концентрическую — разберём в конце руководства.

Так может выглядеть фрагмент программы курса мобильной фотографии. Модуль 1 — камера телефона, модуль 2 — композиция и свет, модуль 3 — обработка за 5 минут. В колонке «Навык из карты» — тема и уровень из карты навыков в шаге 3.

Урок	Формат	Минут	Навык из карты	Когда делаем
1.1. Что умеет камера телефона	Видео	8	Камера 1	К запуску
1.2. Фокус и экспозиция вручную	Видео и задание	12	Камера 1	К запуску
1.3. Режимы съёмки: портрет, ночь, макро	Лонгрид	10	Камера 2	После запуска
2.1. Правило третей и когда его нарушать	Видео	10	Композиция 1–2	К запуску
2.2. Свет из окна, на улице и вечером	Лонгрид	15	Свет 1	К запуску
2.3. Практика: 10 кадров одного предмета при разном свете	Задание	20	Композиция 1, свет 1	К запуску
3.1. Обработка в бесплатном приложении	Видео	10	Обработка 1	К запуску
3.2. Найдите ошибки обработки	Квиз	5	Обработка 1	После запуска

Курс, уроки и цифры в таблице выдуманы. Модуль 3 — тот самый модуль о быстрой обработке, который вы взяли у конкурента Y. Двум навыкам из карты — смягчать свет и убирать лишние детали — пока не учит ни один урок. Это повод добавить уроки после запуска или не обещать эти навыки на лендинге.

10 Покажите программу экспертам

Многие на этот шаг забивают — а зря. Найдите одного, а лучше 2–3 экспертов в теме курса. Отправьте им программу и карту навыков. Попросите отметить, что лишнее, чего не хватает и где порядок тем мешает учиться.

11 Нарисуйте путь ученика

SJM, student journey map, — карта пути ученика: всё, что он видит и делает от первого знакомства с курсом до жизни после него. Она похожа на CJM — карту пути клиента, которую рисуют маркетологи. Отразите в ней весь контент курса и порядок, в котором ученик его пройдёт. Ещё добавьте:

— с чем ученик сталкивается до обучения: лендинг, кураторы (наставники), менеджеры продаж, интерфейс платформы;

— какие проблемы могут возникнуть у ученика во время обучения — это тоже гипотезы;

— в каких точках пути они могут возникнуть;

— как вы будете их решать;

— что ученик будет делать после обучения.

Например, на практике «10 кадров одного предмета» ученик может не понять, хорошо ли у него получилось. Решение — показать удачные и неудачные кадры и дать чек-лист для самопроверки.

12 Внесите финальные правки

Поправьте программу по комментариям экспертов и гипотезам из SJM.

Вывод: к концу предпродакшна у вас есть таблица конкурентов, карта навыков, гипотезы об учениках, LX, программа с приоритетами и карта пути ученика. С ними можно писать брифы.

Продакшн: как сделать материалы

Производство укладывается в пять шагов.

1. Составьте бриф на каждую единицу контента: видеолекцию, лонгрид, домашнее задание, практику, вебинар и любую другую активность. Бриф — короткое задание автору: цель урока, что в нём должно быть, формат и объём.
2. Создайте материалы: напишите тексты, снимите лекции.
3. Отдайте материалы на кроссчек — проверку другим человеком — и внесите правки.
4. Оформите материалы и смонтируйте видео.
5. Подготовьте курс к запуску и проверьте фронт — то, как курс выглядит и работает у ученика на платформе.

Когда пишете брифы, держите в голове когнитивную нагрузку. О ней — в конце руководства.

На выходе — курс на платформе, который можно открывать ученикам.

Постпродакшн: как понять, работает ли курс

После запуска работа над курсом не заканчивается. Теперь нужно понять, что сработало, а что нет. Это четыре шага.

1. Замерьте метрики: продуктовые, образовательные и бизнесовые. Какие именно — в разделе «Какие метрики смотреть».
2. Проведите CustDev с учениками. Это те же интервью, только теперь у людей есть опыт вашего курса.

3. Соберите успешные и неуспешные кейсы — истории учеников, которые дошли до результата, и тех, кто не дошёл.
4. Составьте черновик изменений: что поменять в LX, программе, учебных активностях, во взаимодействии с учениками и в продукте в целом.

На выходе — список правок к следующей версии курса.

Какие метрики смотреть

Продуктовые — насколько ученики довольны курсом.

NPS, net promoter score, — индекс готовности рекомендовать. Ученик отвечает по шкале от 0 до 10, насколько вероятно, что он посоветует курс знакомому. NPS — доля оценок 9–10 минус доля оценок от 0 до 6.

CSAT, customer satisfaction score, — доля довольных: сколько учеников поставили высокую оценку в коротком опросе.

CSI, customer satisfaction index, — индекс удовлетворённости: общая оценка по нескольким сторонам курса, например урокам, заданиям и работе кураторов.

Образовательные — учатся ли ученики и доходят ли до результата.

TR, transformation rate, — доля учеников, которые достигли поставленных целей: например, выполнили итоговую работу по критериям оценки из LX.

CES, customer effort score, — индекс усилий: сколько сил потребовалось ученику, чтобы пройти курс.

COR — доходимость: доля учеников, которые дошли до конца курса.

Бизнесовые — окупается ли курс.

ROI, return on investment, — окупаемость: сколько курс принёс по сравнению с тем, сколько в него вложили.

Конверсия — доля людей, которые перешли на следующий шаг воронки продаж, то есть пути от первого знакомства с курсом до оплаты.

C1 — конверсия из просмотра в заявку.

C2 — конверсия из заявки в покупку.

Четыре идеи, которые помогут спроектировать курс

В каком порядке давать темы: три логики программы

Учебную программу строят по одной из трёх логик:

— линейная — темы идут друг за другом, каждая изучается один раз, а новое опирается на пройденное;

— спиральная — к схожей теме возвращаются несколько раз, и каждый раз на новом уровне сложности;

— концентрическая — тот же материал проходят несколькими законченными кругами, и каждый круг шире и глубже предыдущего.

Спиральная логика часто встречается в англоязычных курсах. Её идею описал американский психолог Джером Брунер в книге The Process of Education 1960 года: программа раз за разом возвращается к базовым идеям предмета и надстраивает их.

Концентрическую логику выделяют в российской дидактике. Она близка к спиральной. Разница в том, что к теме возвращаются, только когда пройден весь круг.

Линейная логика экономит время, поэтому её чаще всего выбирают для онлайн-курсов. Но сложный навык за один проход не освоить. В курсе мобильной фотографии свет можно разобрать один раз во втором модуле. А можно возвращаться к нему в каждом модуле, и каждый раз задача сложнее. В первом модуле ученик выставляет экспозицию так, чтобы лицо не было тёмным, во втором смягчает жёсткий свет шторой, в третьем исправляет свет при обработке. Это и есть спиральная логика.

Вывод: если навык сложный, возвращайтесь к главным идеям курса в новых модулях, каждый раз на новом уровне сложности.

Как удержать мотивацию: модели Гроу и Келлера

Мотивационный дизайн — проектирование курса так, чтобы ученику хотелось начать и хватило сил закончить. Две модели помогают это спланировать.

SSDL Гроу. В 1991 году американский преподаватель Джеральд Гроу описал модель поэтапного самостоятельного обучения — Staged Self-Directed Learning, или SSDL. По Гроу, на пути к самостоятельности ученик проходит четыре стадии, и на каждой ему нужна своя роль преподавателя.

1. Зависимый ученик. Ему нужен авторитет и тренер: чёткие инструкции, объяснения и упражнения с быстрой обратной связью.
2. Заинтересованный ученик. Ему нужен мотиватор и проводник: вдохновляющие объяснения, обсуждение, помощь с целями.

3 Вовлечённый ученик. Ему нужен фасилитатор — ведущий, который организует обсуждения и групповые проекты и участвует в них на равных.

4 Самостоятельный ученик. Ему нужен консультант: ученик сам ставит цели и ведёт проект, а преподаватель помогает по запросу.

Главная мысль Гроу: многие проблемы в обучении возникают, когда стиль преподавания не совпадает со стадией ученика. Например, новичку, которому нужны инструкции, дают полную свободу — и он теряется. Для онлайн-курса это значит: в начале больше структуры и подсказок, ближе к концу — больше самостоятельных задач.

ARCS-V Келлера. Американский исследователь Джон Келлер в 1980-х годах описал модель ARCS. Она названа по первым буквам четырёх условий мотивации:

— Attention, внимание, — курс захватывает и удерживает внимание;

— Relevance, значимость, — ученик понимает, зачем ему это;

— Confidence, уверенность, — ученик верит, что справится;

— Satisfaction, удовлетворение, — ученик доволен результатом и считает оценку своих усилий справедливой.

Позже Келлер добавил пятый компонент — Volition, волю, — и модель стала называться ARCS-V. Первые четыре компонента помогают ученику захотеть учиться. Воля помогает превратить намерение в действие: садиться за уроки по плану и не бросать, когда трудно.

Пройдитесь по этим пяти пунктам с картой пути ученика в руках. Отметьте, где ученик может заскучать, не понять, зачем ему урок, засомневаться в себе, не увидеть результата или бросить. Эти места усиливайте в первую очередь.

Почему урок утомляет: когнитивная нагрузка

Теорию когнитивной нагрузки описал австралийский психолог Джон Свеллер в 1988 году. Её основа: рабочая память, в которой мы держим и обрабатываем новую информацию, сильно ограничена. Если урок её перегружает, ученик устаёт, а знания не закрепляются.

Свеллер и его коллеги выделяют два главных вида нагрузки:

— внутреннюю — её создаёт сложность самой темы: сколько элементов нужно держать в голове одновременно;

— внешнюю — её создаёт подача: лишние картинки, текст на экране, который повторяет слова диктора, подписи далеко от схемы.

Внутреннюю нагрузку не убрать, но ей можно управлять: разбить тему на части и идти от простого к сложному. Внешнюю нагрузку стоит убирать. Ещё один известный вывод теории: новичкам полезнее сначала изучить разобранные примеры решений, а потом решать задачи самим. Когда ученик освоится, подробные подсказки начинают мешать, поэтому их постепенно убирают.

Вывод: проверяйте каждый элемент урока вопросом «Помогает ли это понять тему?». Если нет — уберите.

Почему за месяц привычка обычно не складывается

Если курс должен изменить поведение — например, приучить заниматься каждый день, — закладывайте на это время.

В 2010 году психолог Филиппа Лалли и коллеги из Университетского колледжа Лондона проследили, как 96 добровольцев 12 недель вырабатывали привычку. Каждый выбрал простое действие — что-то съесть, выпить или сделать упражнение — и выполнял его ежедневно в одной и той же ситуации, например после завтрака.

Авторы рассчитали, за сколько дней действие становится почти полностью автоматическим. Данные 39 участников хорошо описала математическая модель. У них медиана — 66 дней: если выстроить этих людей от самых быстрых к самым медленным, посередине окажется человек с таким сроком. Разброс огромный: от 18 до 254 дней. Исследование длилось 12 недель, поэтому сроки дольше — прогноз модели, а не наблюдение. Хорошая новость оттуда же: один пропущенный день почти не влиял на процесс.

В обзоре 2024 года срок формирования привычки нашёлся в четырёх исследованиях из двадцати: медиана — 59–66 дней, у отдельных людей — от 4 до 335 дней.

Вывод: курс на 3–4 недели вряд ли сам закрепит привычку. Продумайте, что поддержит ученика после финала: план занятий на следующие месяцы, напоминания, сообщество. Отразите это в карте пути ученика, в пункте «что ученик будет делать после обучения».

Что почитать

С чего начать:

— Роб Фитцпатрик. «Спроси маму». Как разговаривать с будущими учениками, если из вежливости все хвалят вашу идею: litres.ru.

— Wiggins G., McTighe J. Understanding by Design. 2nd expanded edition. ASCD, 2005. Как проектировать курс от результата. Отсюда большие идеи и ключевые вопросы.

— Sweller J., van Merriënboer J. J. G., Paas F. Cognitive Architecture and Instructional Design: 20 Years Later. Educational Psychology Review, 2019, vol. 31, pp. 261–292. Как не перегрузить ученика: обзор теории когнитивной нагрузки за 20 лет: doi.org/10.1007/s10648-019-09465-5.

Источники, на которые я ссылаюсь:

— Wiggins G., McTighe J. The Understanding by Design Guide to Creating High-Quality Units. ASCD, 2011. Практическое пособие к книге 2005 года: в нём цели делятся на цели на перенос и цели на освоение.

— Panadero E. A Review of Self-regulated Learning: Six Models and Four Directions for Research. Frontiers in Psychology, 2017, vol. 8, article 422. Обзор шести моделей саморегуляции в обучении, в открытом доступе: doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00422.

— Bruner J. S. The Process of Education. Harvard University Press, 1960. Книга, в которой описана спиральная программа.

— Grow G. O. Teaching Learners to Be Self-Directed. Adult Education Quarterly, 1991, vol. 41, no. 3, pp. 125–149. Модель SSDL, текст на сайте автора: longleaf.net.

— Keller J. M. Development and Use of the ARCS Model of Instructional Design. Journal of Instructional Development, 1987, vol. 10, no. 3, pp. 2–10.

— Keller J. M. An Integrative Theory of Motivation, Volition, and Performance. Technology, Instruction, Cognition, and Learning, 2008, vol. 6, no. 2, pp. 79–104.

— Keller J. M. Motivation, Learning, and Technology: Applying the ARCS-V Motivation Model. Participatory Educational Research, 2016, vol. 3, no. 2, pp. 1–15: doi.org/10.17275/per.16.06.3.2.

— Sweller J. Cognitive Load During Problem Solving: Effects on Learning. Cognitive Science, 1988, vol. 12, no. 2, pp. 257–285.

— Lally P., van Jaarsveld C. H. M., Potts H. W. W., Wardle J. How Are Habits Formed: Modelling Habit Formation in the Real World. European Journal of Social Psychology, 2010, vol. 40, no. 6, pp. 998–1009: doi.org/10.1002/ejsp.674.

— Singh B. и соавторы. Time to Form a Habit: A Systematic Review and Meta-Analysis of Health Behaviour Habit Formation and Its Determinants. Healthcare, 2024, vol. 12, no. 23, article 2488, в открытом доступе: doi.org/10.3390/healthcare12232488.

— Reichheld F. F. The One Number You Need to Grow. Harvard Business Review, December 2003. Статья, в которой появился NPS.

Если захотите обсудить свой курс

Напишите мне в Telegram: @evstratovdanil. Начните сообщение с одного слова — так я сразу пойму задачу.

«Консультация» — если нужен ответ на вопрос о курсе или команде: с чего начать, как собрать программу, что делать дальше. Отвечаю на ваш вопрос за одну сессию до 90 минут. Условия и цена — на сайте: danilevstratov.ru/services/consulting.

«Аудит» — если курс уже идёт, но ученики уходят в начале, не доходят до конца или не покупают следующий курс. Это разбор курса и пути ученика: прохожу курс в роли ученика, смотрю данные и даю список правок по приоритету. Условия и цена — на сайте: danilevstratov.ru/services/audit.

Сначала созваниваемся бесплатно: уточняем задачу и выбираем формат. Это ещё не консультация. Точную цену называю письменно до старта.

Или напишите на почту: imevstratov@gmail.com

Сайт с кейсами и услугами: https://danilevstratov.ru/