



С.Н. Процюк

Руководство по запуску онлайн-школы с нуля

Фабрика онлайн-школ

0+

Сергей Процюк

**Руководство по запуску
онлайн-школы с нуля**

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Процюк С. Н.

Руководство по запуску онлайн-школы с нуля / С. Н. Процюк —
«ЛитРес: Самиздат», 2020

Рассмотрены принципы создания успешной онлайн-школы, характерные для современной системы дистанционного образования. Значительное место отводится изложению идеального плана школы с учётом подробного разбора распространённых ошибок. Анализируются вопросы выбора тематики, определения целевой аудитории с построением общей схемы работы. Приводится список полезных сервисов для практического применения.

Содержание

От автора	5
Постановка цели	7
Определение роли	8
Миссия	10
Ключевые подходы к организации школы	11
Выбор тематики	12
Выбор эксперта	13
Монетизация результата	14
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Сергей Процюк

Руководство по запуску онлайн-школы с нуля

От автора

Многие люди, которые хотят открыть собственную онлайн-школу, относятся к этой идее, как к бизнесу, и, согласно этому представлению, строят свои цели и планы. На самом деле, это принципиально неправильный подход. Любая обучающая программа связана с процессом передачи информации и знаний (так было с древних времён). Современная онлайн-школа с применением персональных компьютеров и сети Интернет отличается от традиционной только инструментами достижения конечной цели. Функциональность остаётся прежней. Цель – показать, как можно запустить этот процесс в нынешних условиях, а в дальнейшем развивать и масштабировать его. Моя задача – разделить весь процесс на отдельные этапы, описать в виде четких алгоритмов.

Суровая действительность 2020 года заставила практически все высшие учебные заведения в России начать переводить лекции в онлайн формат. Конечно, основную роль в этом процессе сыграли требования санитарно-эпидемиологических служб, однако, не стоит забывать, что цифровизация образования началась и ранее.

Так уже в 2018 году Высшая Школа Экономики запустила собственную платформу онлайн занятий. Примерно десятая часть от всех репетиторов страны также проводили свои уроки в дистанционном режиме. Тогда и начал формироваться положительный тренд в развитии дистанционного образования.

В конце 2019 года был сделан прогноз роста рынка дистанционного обучения на двухлетнюю перспективу. В докладе озвучили уровень в 53 млрд рублей. Это вдвое превышает показатель 2018 года, что отображает экспоненциальную динамику прироста. Наибольшей популярностью пользуются языковые школы, коммерция, программирование и маркетинг. В текущем году повысился спрос на курсы по финансам и медицине.

Нынешняя пандемия и вызванный ею кризис, конечно, скорректировали этот прогнозный уровень. Очевидно, что плановый показатель будет достигнут гораздо раньше намеченного срока. И в этот момент у меня возникла идея, что, если огромное количество людей по всему миру оказалось в условиях самоизоляции, у них многократно возрастает потребность обмена накопленными знаниями, традиционные варианты которого попадают под ограничения и запреты. Дополнительно здесь служит фактор привыкания. Единожды попробовав получить знания и информацию в комфортной домашней среде, человек уже не изъявляет большого желания возвращения к традиционным инструментам, даже после снятия санитарно-эпидемиологических ограничений.

Так появился «Охотник» – руководство по запуску онлайн-школы. При написании данной книги я не ставил перед собой задачу учить строить бизнес на дистанционном образовании. Здесь показываются конкретные алгоритмы, на основе которых открываются онлайн-школы, и всё. Следуя трендам, онлайн курсы начинают проводить не только на специализированных платформах, но и в социальных сетях. К примеру, достаточно часто можно встретить онлайн-школы, которые проводят свои занятия на базе ВКонтакте.

Почему же дистанционное обучение набирает такую популярность? В первую очередь, удалённый формат помогает учащимся эффективнее, быстрее и удобнее усваивать новую

информацию. Основными причинами, когда человек принимает выбор в пользу онлайн обучения, являются следующие факторы:

- мобильность;
- комфорт;
- время.

Конечно, есть и недостатки такого формата обучения, которые на сегодняшний день остаются весомыми. В основном это недостаток развития инфраструктуры связи, что может выразиться в сбоях видеосигнала, ошибках при передаче и загрузке информации. В условиях пребывания огромного количества людей в своих домах нагрузка на сети связи возрастает многократно, что увеличивает вероятность сбоев. Второстепенными недостатками является отсутствие личного контакта с преподавателем и необходимость самостоятельного выстраивания графика обучения.

Данные проблемы отнесены к второстепенным, так как они легко решаются с использованием современных инструментов и платформ для дистанционного образования.

Стоит обратить внимание, что онлайн курсы, в отличие от традиционного образования, предлагают огромное разнообразие форматов, что позволяет каждому ученику в индивидуальном порядке подобрать наиболее эффективный способ получения информации.

К примеру:

- прямые эфиры;
- видео лекции;
- индивидуальные онлайн уроки;
- аудио уроки;
- лонгрид;
- инфографика;
- чат-боты;
- VR\AR обучение.

Была собрана статистика на основе данных по 100 000 учащимся, на основе которой наиболее востребованным форматом подачи контента оказались именно видео лекции. Немаловажное значение имеет хронометраж, по статистике видеоролики продолжительностью не более 3-5 минут просматривают в 2-3 раза чаще, чем ролики длиной от 10 минут. Из этого складывается эффективное изучение материала.

Никто не заставляет выбирать только один формат, одного преподавателя, один и тот же интервал времени. Их можно комбинировать, изменять в зависимости от потребностей каждого ученика. Подобное разнообразие приводит нас к тому, что дистанционное обучение – это не просто очередной тренд, возникший по законам рынка, это новая веха в развитии профессионального образования.

Данное «Руководство по созданию онлайн-школы с нуля» – это кузница онлайн-школ. На самом деле, сейчас есть большое количество ниш, направлений, в которых можно открыть и запустить собственную образовательную программу. Можно передавать любые знания: о фотографии, дизайне, кулинарии и т. д. Все, что в вашей досягаемости, любая область человеческих знаний, к которой у вас есть доступ – всё это может быть преобразовано в онлайн-школу.

Перечисленные в этой книге алгоритмы – рабочие, они прошли проверку временем. Хотите повторить успех – просто делайте так же, как здесь написано.

«Руководство» задумывалось не просто как настольное пособие по запуску онлайн-школ. Эта первая книга в серии об организации онлайн-образования. Это новые форматы – текстовые, графические, видео. Это кооперация в направлении развития партнёрских программ разных онлайн-школ. Это более чем возможно. Ведь наша общая цель – создать не просто библиотеку курсов, которых уже достаточно много в Сети, а организовать полноценное сообщество, так называемый онлайн-университет.

Постановка цели

Первый вопрос, который возникает перед новичком при запуске своей онлайн-школы, каких показателей он сможет добиться по числу учеников, количеству подготовленного учебного материала и т. д. Я советую сразу зафиксировать конкретную цель с учетом шкалы времени. Слишком часто у организаторов онлайн-школ нет понимания, сколько учеников можно привлечь и какой период времени потребуется для выстраивания организационных моментов. На самом деле, два месяца составляют оптимальный период, с учетом того, что необходимо предварительно поработать с учебным материалом, пройти сертификацию и т. д.

При правильном подходе, примерно через два месяца можно регулярно запускать набор в новые группы для подписавшихся учеников. Конечно, здесь многое зависит от тематики, личных качеств (ответственность, дисциплина, самоменеджмент), социальных навыков (скорость адаптации, коммуникация, работа в команде, эмоциональный интеллект), менеджерских способностей (управление временем, лидерство, решение проблем, критическое мышление).

Свое внимание оказывает выбор специализации онлайн-школы (широкий профиль или узкий). Но за 2–4 месяца при сочетании всех перечисленных выше элементов вполне доступно справиться с поставленной минимальной целью.

Монетизация и её план, конечно, важны, однако не стоит ставить коммерческие показатели в качестве основной цели. Онлайн-школа в любом случае будет приносить доход, потому что в основе её существования лежит принцип продажи информации. Но в декларации главной цели лучше прописать обязательство подачи качественного материала. Являетесь ли экспертом в выбранной тематике или продвигаете чужие знания, вы отвечаете за качество предоставленного материала. Это основа вашей репутации, об этом всегда необходимо помнить.

В данной книге просто взяты усредненные показатели по существующим онлайн-школам и приведены в качестве примеров с небольшим преуменьшением.

Сейчас новичкам будет намного проще запускать онлайн-школы, чем предшественникам. Как и все первопроходцы, те шли вслепую, не имели в своем распоряжении современных технологий, тратили много усилий на тесты, часть которых признавалась неудачными. Не стоит забывать, что форматы обучения постоянно совершенствуются, рынок не стоит на месте, и необходимо подстраиваться, чтобы сохранить свою аудиторию. Это правила абсолютно честного обмена. Ваша онлайн-школа предоставляет качественную информацию, в ответ вы получаете доверие и лояльность ваших учеников.

Понятное дело, что, если вы поставите в качестве основной цели денежный показатель, у вас тоже появится ограниченное количество учеников, но при этом они не составят вашу постоянную аудиторию. Это приведёт к тому, что количественные показатели планового дохода могут оказаться недостижимыми.

Но для многих хорошим результатом станет увеличение в результате запуска онлайн-школы персональной базы подписчиков в социальных сетях. Это позволяет достигнуть полной свободы своих действий при планировании организационных мероприятий. Специфика онлайн-образования позволяет отнести его к сфере цифровой экономики. Все рабочие процессы здесь могут быть автоматизированы с использованием современных сервисов и платформ, о которых будет обязательно рассказано.

Не все операции, конечно, можно автоматизировать. В первую очередь, здесь речь идёт об индивидуальном общении преподавателя и ученика. Несмотря на современный цифровой формат и наличие расстояний между собеседниками, по-прежнему должен сохраняться фактор живой встречи. Контролировать качество работы оборудования придется в ручном режиме, но не большую часть времени, а, в основном, тогда, когда возникают сбои.

Определение роли

Каждый человек является экспертом в какой-то своей области, идеально владеет своей темой и способен научить людей тому, что умеет сам. Если кто-то заявляет, что он не может быть экспертом только потому, что ничего не знает и не умеет, такое утверждение, на самом деле, оксюморон. Даже Илья Ильич Обломов, отличавшийся малоподвижным образом жизни, получил европейское образование, владел достаточно обширным хозяйством, то есть в определенных областях знаний являлся экспертом.

Здесь возникает другая проблема. Человек может являться экспертом, но не уверен в этом, поскольку не получил каких-либо результатов от владения данной информацией.

Он, например, может годами работать сапожником, быть мастером своего дела, к нему выстраивается длинная очередь из постоянных клиентов, благодаря сарафанному радио. Но он сомневается в своей экспертности, поскольку с трудом зарабатывает даже на жизнь. И репутация отличного обувного мастера не помогает разрушить этот психологический блок в сознании, основанный на идее финансового благополучия.

Это заставляет сомневаться в своих силах или бояться нового. Часто люди, планирующие организовать свою онлайн-школу, выстраивают слишком долгий путь к своей цели: сначала публикация в тематических СМИ, потом написание книги, получение научной степени и т. д. Они полагают, что для прохождения процедуры сертификации и получения лицензии, требуется проделать очень много бюрократических действий. Это миф.

Необходимо почувствовать уверенность в себе и осознать размеры океана знаний. В определенный момент важно просто принять решение – и сосредоточиться на процессе создания своей онлайн-школы. Юридические нюансы можно урегулировать в любое время, благо общение с государственными органами стало намного проще через веб-порталы. Главное – осознать свою ценность.

Ещё один способ, которым можно воспользоваться – не только задействовать свои навыки и умения, но и продвигать знания других экспертов. Объективно подобная позиция выглядит даже более выгодной: если вы основываете проект на собственных компетенциях эксперта, то сможете создать школу узкого профиля, если же продвигаете знания других профессионалов, то получится школа широкого профиля. Конечно, работать с несколькими авторами одновременно будет сложно. Можно начинать постепенно. Начать с одним, потом подключить второго и т. д.

Необходимо обратить внимание, что в модели «продюсер – эксперт» основную работу выполняет именно продюсер, и он же получает выгоды от проекта в более приоритетном порядке, чем эксперт. Особенно, если пришлось продвигать автора курса с нуля.

Как уже говорилось ранее, каждый человек является профессионалом в своей области. Если наугад выбрать любого прохожего на улице, можно найти эксперта в своём деле, замечательного специалиста, но он не сможет, например, запускать рекламу и не знает, как ликвидировать этот пробел.

Специфика работы продюсера включает в себя маркетинг и управление продажами, составление графика занятий и контроль их проведения, решение организационно-технических вопросов. Спрос на таких специалистов, по данным площадки HeadHunter.ru, превышает 2000 позиций в месяц. Используйте этот способ, не стоит отказываться от дополнительных возможностей расширения профиля своей школы. Тем более что современные технологии позволяют постепенно автоматизировать данный процесс.

Продюсер заключает с экспертом договор, в котором прописываются обязанности сторон, график работы, параметры мотивации. При этом владельцем бренда онлайн-школы ста-

новится продюсер, эксперт демонстрирует лишь репутацию. Если вы являетесь экспертом в области продаж, то это дополнительный стимул развивать школу широкого профиля.

Миссия

Перед тем, как перейти к разбору деталей, каждый, кто задумал запустить свою онлайн-школу, должен понимать направление своего пути. На предыдущих этапах были поставлены цели, определены задачи. Теперь есть дорожная карта для развития проекта.

Этот инструмент хорош для оперативного управления, но он не даёт увидеть всю картину целиком. Из-за этого в голове сразу образуется путаница, из-за чего проект рискует с высокой долей вероятности погрязнуть в рутине. Отсюда допускаются глупые ошибки либо из-за страха действовать, либо из боязни бездействия.

Начинать всегда необходимо с выбора тематики, с того направления, чему планируется обучать в новой онлайн-школе, с осознания своей роли в процессе, эксперта или продюсера.

После этого создаётся площадка в сети Интернет, то место встречи, на которое будем собираться будущая аудитория проекта. Это может быть сайт или группа в социальных сетях. Некоторые ведут регулярные трансляции на платформах видео и аудио контента. Такую площадку, по-научному – лендинг, можно сверстать за один день, если калибровать элементы дизайна и логотипа, то за два-три дня.

После этого запускается реклама (контекстная и таргетированная), основной целью которой является привлечение на площадку первых заинтересованных посетителей.

Обязательно следует отладить телефонию и чат обратной связи, чтобы люди находились в контакте с администрацией проекта. Работающая поддержка не позволит посетителям потеряться, а зацепит их, возьмёт за руку и проведёт по шагам до зачисления на курс. Онлайн-школа должна воссоздавать в цифровом измерении традиционную социальную среду, чтобы каждый ученик с максимальным комфортом для себя получал знания.

Подключить механизм почтовой рассылки. Первого визита на площадку в большинстве случаев бывает недостаточно. Здесь важно поймать первое впечатление, а дальше сделать так, чтобы люди не забыли об увиденном предложении.

И не стоит забывать с самого старта личные выступления. Очень хорошо работают прямые эфиры и интервью. Главное – помнить правило хронометража. Для презентаций о проекте продолжительность эфира не более 5 минут, для ответов на вопросы – не более 20 минут. Если получается создавать слишком много контента для эфиров, лучше сделать в день несколько коротких роликов, чем 1 длинный. Здесь пригодятся навыки ораторского искусства и актерского мастерства. Продюсеру не обязательно лично выступать.

Пару слов про интервью. Очень мощный инструмент, который при правильной организации может стать ключом к раскрутке бренда онлайн-школы. Формат подачи может быть любым – текстовым, аудио, видео. Главное – соблюдать баланс времени и отслеживать заинтересованность аудитории по каждой публикации.

Ключевые подходы к организации школы

Существуют две основные модели работы онлайн-школы. Между ними есть связь, можно комбинировать и применять элементы из обеих моделей, но в тоже время присутствуют и принципиальные отличия.

Первая и самая распространённая – дискретная модель. По данным статистики, примерно 80% онлайн-школ используют её и достаточно успешно. Суть её заключается в организации ключевого большого события, на котором происходит презентация учебного курса. Таким событием может быть семинар, интенсив, прямой эфир, вебинар. Это событие проходит достаточно редко – один раз в 3 месяца, полугодие, год или больший период времени. Во время ожидания этого события вы разогреваете аудиторию, привлекаете подписчиков, но учениками они становятся только там.

Несмотря на высокую популярность, эта модель отличается низкой эффективностью. Происходит это из-за неизбежной потери части аудитории, которая устанет ждать даты открытия учебного курса и зачисления на поток. Нельзя забывать о конкурентах в выбранной тематике, которые не дремлют и могут получить себе эту категорию подписчиков. И, конечно, всё зависит от презентации курса на мероприятии. Если докладчики плохо подготовятся, будут допускать ошибки, то в качестве результата онлайн-школа получит меньше учеников, чем планировалось, или вовсе не получит.

Вторая модель – динамическая. Онлайн-школа должна работать постоянно. Необходимо периодически проводить живые встречи в формате вебинаров. Цель таких мероприятий составная. Это и возможность презентации учебного курса, и ответы на вопросы, организация самостоятельной работы учеников по простым заданиям. Вебинары может вести лично продюсер, либо специально приглашённые специалисты.

Независимо от профиля онлайн-школы, оптимальным считается проведение 2-3 мероприятий в день. Встречи лучше организовывать утром, днём и вечером. Момент времени, таким образом, попадает в паузы в графике рабочего дня посетителей. Отдельно стоит учитывать фактор часовых поясов. Например, если докладчик живёт в европейской части России, то на Дальний Восток лучше создавать отдельные трансляции. И наоборот. Важно создать для каждого посетителя комфортную среду, заинтересовать его, чтобы он стал подписчиком, а после просмотра мероприятия принял решение, стоит ли ему обучаться в данной школе или нет.

Преимуществом динамической модели является возможность оптимального управления продажами онлайн-школы. Заявки на обучение поступают, как правило, после каждого мероприятия, постоянно. Если школа работает на дискретной модели, картина выглядит иначе. В определенный день и час появляется единовременно, к примеру, 100 заявок, которые поступают в обработку. Согласитесь, что гораздо легче работать с сотней заявок, собранных в течение трех месяцев, чем с той же сотней, полученных в течение одного дня. Чтобы не возникло подобных сбоев, желательно обеспечить постоянный поток заявок в целях постепенной и системной работы с ними.

Выбор тематики

Составив план создания онлайн-школы, вы должны уже понимать, в какой тематике хотите работать. Как мы уже говорили, это может быть прямо связано с вашей текущей профессиональной деятельностью. То, что лучше всего получается благодаря ежедневным практикам в течение стандартного рабочего дня.

В качестве ещё одного варианта для поиска идей можно предложить хобби. То, что уже давно нравится и чем человек увлекается на протяжении длительного времени, составляет ту сферу, в которой он является экспертом.

Обязательно перед запуском необходимо оценить, что имеющихся знаний хватит подготовку учебного курса. Проверьте свои подписки в социальных сетях, тематические конференции. Очень хорошо здесь работает метод мозгового штурма, помогает составить список востребованных знаний.

На этом этапе можно решить, работать одному или в сотрудничестве с другим экспертом. Всё зависит от поставленных целей и дорожной карты. Изучение заинтересованности аудитории выбранной тематикой можно проводить через сервис подбора слов от Яндекса или сервис анализа трендов от Google.

Данный этап очень важен. Все идеи, которые возникают на этапе выбора тематики, впоследствии используются в процессе подготовки учебных планов.

Выбор эксперта

Социальные сети и тематические форумы являются основными площадками, где можно найти профессионалов в выбранной тематике. Как правило, ядро любого форума составляют 10-20 человек, которые ведут активное ежедневное общение. Теперь необходимо изучить их профили на форуме. Наличие у человека ссылок на сайт или социальные сети доказывает его профессионализм в выбранной тематике, и он может согласиться на сотрудничество.

Задача на текущем этапе состоит в составлении списка таких экспертов, содержащего, как минимум 10 человек. Теперь необходимо с ними выйти на связь с предложением о сотрудничестве. По статистике какая-то часть всегда легко соглашается, интерес проявляют примерно 50% из составленного списка.

На старте рекомендую выбрать одного эксперта. Не стоит работать сразу с несколькими авторами, если их знания нельзя уложить в рамках одного курса.

Здесь лучше отталкиваться от учебного плана, с которым придется взаимодействовать будущим ученикам. В рамках курса может быть несколько тем, которые могут вести разные авторы. Всё зависит от харизмы человека, его умения говорить.

Условия совместной работы должны быть обговорены заранее, чтобы потом не возникло сбоев. Что касается вознаграждения, то эксперт должен получать минимум тридцать процентов. Продюсер получает дополнительную надбавку за счёт того, что прodelывает основную часть работы по продвижению.

Ещё раз необходимо повторить по поводу количества задействованных в онлайн-школе экспертов. Если в рамках учебного курса на кого-то не получается распределить нагрузку, значит он лишний и не стоит приглашать его присоединиться к проекту. Иначе на старте возникнут лишние операционные расходы, из-за которых всё просто развалится.

На один учебный курс стоит иметь, как минимум, одного эксперта. Идеальный вариант, два автора, которые периодически сменяют друг друга. Но в приоритетном порядке оцениваются объём учебного материала и распределение нагрузки. Это облегчит процесс обратной связи с учениками и оптимизирует управление школой.

Монетизация результата

Когда определена сфера деятельности, зафиксирована тематика, можно приступать к продаже результата. На текущем этапе вполне справедливо может возникнуть страх, что планируемый к запуску учебный курс не будет востребован. Ведь все мы привыкли получать информацию из сети Интернет либо по очень низкой цене, либо практически бесплатно. Это утверждение верно и неверно одновременно. Учебный курс содержит не просто набор знаний.

Цель онлайн-школы, как и любого профессионального учебного заведения, заключается в поставке структурированной информации, разделенной на разделы в соответствии с заранее выработанным организационным планом. Кроме этого, школа предоставляет полнофункциональный механизм обратной связи, обеспечивающий полноценное взаимодействие преподавателя и ученика.

Если онлайн-школа обучает маркетингу, то человек либо становится специалистом по рекламе, либо повышает свою квалификацию. Если это наемный работник, получение дополнительного образования предоставит ему возможность расширения профессиональных качеств, что позволит претендовать на более высокий уровень оплаты труда.

Есть устойчивое выражение, что самым эффективным вложением являются инвестиции в себя, в собственное образование. И эта фраза уже стала аксиомой, пройдя проверку временем. В результате человек в значительной степени окупает свои затраты на обучение. Если онлайн-школа позиционируется на цели повышения профессиональных качеств и социального статуса человека, она выполняет своё предназначение и всегда будет успешна.

К примеру, одна онлайн-школа, существующая с февраля 2019 года, в рамках каждого из своих учебных курсов предлагает гарантированное трудоустройство: ученик зачисляется на курс, проходит обучение в рамках индивидуального плана, реализует дипломный проект и получает три собеседования в подобранных компаниях. Т.е. онлайн-школа предоставляет не обучение, не знания сами по себе, а предлагает готовое решение. Выполнил всё в соответствии с предписанием – получил результат, повысил свой социальный статус и материальное благосостояние. Принцип гарантированного трудоустройства работает прекрасно, это именно то, что отличает школу от хаоса информации в сети Интернет.

Выбранную тематику, свое направление, в рамках которого будет выстраиваться будущая онлайн-школа, следует разворачивать таким образом, чтобы постоянно фокус держался на результате. Если курс связан с какой-либо профессией, то лучшей привязкой будут деньги: обязательно стоит прописывать в описании примерные цифры, на которые человек может рассчитывать после прохождения обучения.

Если тема не связана с профессией, лучше не концентрироваться на денежных целях, а найти более подходящее решение. Как правило, это касается тем, связанных с хобби, а не профессиональной деятельностью. Например, рыбалка, стрельба из лука, железнодорожное моделирование и многое другое – здесь ставится цель не трудоустроить человека, а доставить ему эмоции от приятного времяпрепровождения. Постановка целей в описании курса в данном случае будет отличаться.

Один и тот же учебный курс можно сформировать в нескольких вариантах. Всё зависит от групп целевой аудитории. Например, одному человеку нужна новая профессия, чтобы полностью поменять свою трудовую деятельность. А другой рассматривают новую квалификацию всего лишь как подработку, дополнение к основной работе. Знания по своей природе универсальны и могут служить разным целям, даже диаметрально противоположным. Можно разделить курс на модули и комбинировать их в зависимости от учебных планов (очень полезны здесь будут методические пособия для преподавателей). В результате один учебный курс,

сформированный для разной аудитории, может в каждом конкретном варианте позиционироваться совершенно иначе.

Рассмотрим пример рыбалки. Одно направление – учить ловить рыбу, чтобы порадовать своих домашних (сосредотачиваемся на эмоциях). Другой вариант – если человек будет совершенствовать свои навыки и принимать участие в мероприятиях по рыбному спорту. По сути, это совмещение доставки эмоций и повышения социального статуса. Этот вариант учебного курса может предлагать некое ноу-хау, как выигрывать в таких спортивных мероприятиях.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.