

РЕКОМЕНДАЦИИ

по продвижению онлайн курсов (программ) на иностранных языках, разработанных российскими вузами

I. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИИ ВУЗА ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ОНЛАЙН-КУРСОВ (ПРОГРАММ)

- 1.1. Цель продвижения онлайн курсов (программ) на иностранных языках, разработанных российскими вузами, заключается в решении одной из задач приоритетного проекта «Развитие экспортного потенциала российской системы образования».
- 1.2. Деятельность по продвижению онлайн-курсов рекомендуется разбивать на этапы планирования продвижения онлайн-курсов, реализации планов, анализ результатов и корректировки деятельности; для организации деятельности по продвижению рекомендуется применять принципы, подходы, методы и средства управления качеством процессов (Total Quality Management, TQM, стандарты ГОСТ серии 900х).
- 1.3. Важным этапом продвижения российского электронного образования (в том числе на иностранных языках) является разработка стратегии конкретного ВУЗа по продвижению образовательных программ (курсов). При разработке данной стратегии предлагается ответить на следующие вопросы (см. табл.1,2,3).

Таблица 1.

Группа вопросов	Вопросы
Why (почему?)	Надо ли ВУЗу продвигать свои онлайн-курсы и программы в сети «Интернет»? Почему ВУЗу нужно сделать это? Что случится, если ВУЗ этого не сделает?
What (что?)	Что размещается/что не размещается. Какую информацию об онлайн-курсах (контент) необходимо разместить для их продвижения? Какая дополнительная информация может помочь в продвижении онлайн-курса (история/легенда)? Критерии достижения целей: КПЭ, аналитика.
Who (кто?)	Кто создает информацию об онлайн-курсах? Кто размещает информацию об онлайн-курсах? Кто продвигает информационные ресурсы о курсах?

Where (где?)	Где размещается необходимая информация? На каких информационных ресурсах необходимо размещать информацию об онлайн-курсах?
When (когда?)	Какими сроками ВУЗу необходимо ограничиться, внедряя своё решение? Что необходимо сделать сначала, затем, в завершение?
How (как?)	В каком виде размещается информация об онлайн-курсе (формат)? Каким образом отвечаем на вопросы потенциальных слушателей (абитуриентов, студентов)? Как осуществляется обратная связь? Как продвигаем информационные ресурсы с информацией об онлайн-курсах?
How much (сколько?)	Сколько будет стоить достижение поставленной цели?

При распространении информации об онлайн-курсах (программ) можно выделить следующие промежуточные цели: увеличение лидов, трафика, узнаваемости конкретного онлайн-курса/преподавателя/ВУЗа, повышение уровня лояльности, увеличение охвата аудитории.

Таблица 2.

Группа вопросов	Вопрос/ответ
What (что?)	<p>Что размещаем/что не размещаем. Какую информацию об онлайн-курсах (контент) необходимо разместить для их продвижения?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ интересы целевой аудитории; ▪ тема сообщений; ▪ текст сообщений, графический, звуковой и видеоматериал; ▪ количество сообщений в день; ▪ время выхода сообщений; ▪ серийность сообщений; ▪ использование в сообщениях чужой информации, включая развлекательный контент, информацию о модных тенденциях в соответствующей научно-образовательной сфере и др. <p>Какая дополнительная информация может помочь в продвижении онлайн-курса (история/легенда)?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ серия информационных-сообщений, формирующих историю успеха, изучивших курс и др.

	<p>Критерии достижения целей: КПЭ, аналитика.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ лиды, трафик, подписчики, охват, цитируемость; ▪ данные коротких ссылок, UTM-меток, пикселей Facebook и др.
--	--

Таблица 3.

Группа вопросов	Вопрос/ответ
How (как?)	<p>Каким образом размещается информация об онлайн-курсе (формат)? Рекомендуем оформлять контент-план на каждый курс, в котором зафиксирована следующая информация:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ количество сообщений (постов) в неделю; ▪ форматы сообщений: сообщение-ссылка, текст, текст со ссылкой, картинка, картинка со ссылкой, видео, видео со ссылкой (всплывающая ссылка, ссылка в описании), прямой эфир (стрим), сообщение с продуктом (Facebook) и др., включая материалы для виртуальной и дополненной реальности.
	<p>Как отвечаем на вопросы потенциальных слушателей?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ценности коммуникации с пользователями; ▪ источник ответа (ВУЗ, сотрудник, персонаж, чат-бот); ▪ скорость ответа; ▪ качество ответа; ▪ логистика ответа (отвечаем сразу и/или перенаправляем); ▪ ответы деструктивным пользователям и др.
	<p>Как продвигаем информационные ресурсы с информацией об онлайн-курсах?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ демонстрационный доступ к онлайн-курсам с понятной навигацией; ▪ целевая рассылка сообщений (писем, электронных писем, смс и сообщений в мессенджерах и др.); ▪ таргетированная реклама; ▪ ретаргетинг; ▪ прямая реклама у блогеров; ▪ баннер на странице сайта-партнера; ▪ видеореклама, прероллы, реклама в поиске Youtube, посев рекламных роликов;

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ сообщения (посты и репосты) в популярных сообществах/у лидеров мнений/блогеров; ▪ продвижение сообщений; ▪ проведение конкурсов; ▪ чат-бот на странице социальной сети для автоответа; ▪ использование технологии product placement в тизерах статей, статьях, обложках и аватарах в социальных сетях, сообщениях популярных авторов; ▪ сайт-агрегатор, страница конкретного онлайн-курса или онлайн-платформы ВУЗа и др.
--	--

- 1.4. Провести анализ силового поля проекта по продвижению (Force Field Analysis) — анализ факторов или сил, которые подталкивают и способствуют продвижению онлайн-курсов.
- 1.5. Рекомендуются проводить постоянный мониторинг ключевых показателей посещения англоязычного сайта ВУЗа, а также онлайн-курсов (программ) на иностранных языках.
- 1.6. При реализации и анализе результатов продвижения для улучшения этой деятельности рекомендуется проводить ретроспективу проекта по продвижению онлайн-курса не реже одного раза в год.

II. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ВУЗАМ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ОНЛАЙН-КУРСОВ (ПРОГРАММ)

2.1. Интернет-портал ВУЗа.

2.1.1. Для продвижения образовательных продуктов в международное образовательное пространство каждому ВУЗу России необходимо иметь в обязательном порядке англоязычную (мультиязычную) версию интернет-портала вуза с локальной поисковой системой, понятной и удобной иностранному пользователю навигацией, дающей возможность нахождения онлайн-площадки ВУЗа с расположенными на ней онлайн-курсами (программами) на иностранных языках.¹

¹ В настоящее время многие ВУЗы не имеют англоязычной версии собственного интернет-портала. Подробную информацию о состоянии англоязычных сайтов ВУЗов России, оценки контент-содержания, рекомендаций по совершенствованию смотрите: Электронная интернационализация: англоязычные интернет-ресурсы российских университетов Доклады № 24/2015 и № 31/2017 / Российский совет по международным делам (РСМД). – М.: Спецкнига, 2015; Тимофеев И.Н., Кузнецова

2.1.2. В разделе «Образовательные программы» интернет-портала ВУЗа необходимо создать фильтры поиска онлайн-программ (онлайн-курса), дать детальную информацию об их наполнении (карточка курса, преподаватели, расписание), представить аннотацию программ и курсов на английском языке, отзывы выпускников и преподавателей, информацию о знаниях и компетенциях, возможности зачета курса в количестве зачетных единиц ECTS, получение сертификата.

2.1.3. Второй вариант – для прямого перехода на онлайн-площадку на основной странице интернет портала вуза разместить баннер с указанием «Online programs».

2.1.4. Возможно создание раздела «Наши онлайн программы» с примерами наилучших практик.

2.1.5. В разделе «Партнеры» разместить примеры успешных партнерских проектов с использованием MOOCs, а также возможных опций для потенциальных партнеров.

2.2. Содержание онлайн-курса (программы)

2.2.1. Содержательную часть онлайн-курса (программы) рекомендуется структурировать по набору требований международных платформ, имеющих обширный опыт по успешному распространению электронных продуктов (название курса/программы, его описание - краткая и полная аннотация, приветственный видеоролик, общая структура курса, продолжительность курса, материалы курса, задания и тесты, дополнительные материалы, система оценки знаний, вопросы для обсуждения).

2.2.2. Пример требований к структуре и содержанию онлайн курсов международных платформ Coursera и EdX²

А.Ю. Российский совет по международным делам (РСМД). – М.: НП РСМД, 2017.

Для оценки контента англоязычных интернет-ресурсов российских университетов в РСМД разработана система из 108 параметров (вопросов), объединенных в 16 смысловых блоков. Каждый блок отражает определенную функциональную сторону сайта. В числе таких блоков – информация о поступлении в университет, учебных программах, науке и исследованиях, библиотеке, возможностях трудоустройства и др. Каждый блок ориентирован на одну или несколько целевых групп. На основе 108 параметров собрана и квантифицирована информация о контенте 45 ведущих российских университетов. Также собрана информация об 11 зарубежных вузах из первой сотни QS, для которых английский не является основным языком обучения (университеты Франции, Германии, КНР, Сингапура, Южной Кореи и др.). Полученные данные обобщены в виде «Индекса электронной интернацио-нализации вузов», на основе которого построен рейтинг англоязычной версии сайта.

²Источник: <http://online.mephi.ru/local/staticpage/view.php?page=prof-course>,²
www.coursera.org/about/terms

2.3. Целевая аудитория

2.3.1. Необходимо четко определять целевые аудитории для предлагаемых онлайн курсов (программ), а именно:

- абитуриенты, их родители;
- иностранные студенты бакалавриата, студенты магистратуры, докторанты;
- слушатели курсов повышения квалификации (различные формы послевузовского образования)
- работодатели;
- ВУЗы-партнеры в России, зарубежные вузы-партнеры.

2.3.2. Необходима максимально детальная сегментация зарубежных целевых аудиторий с ориентацией на эти аудитории.

Особенно важно заявить о возможности использования онлайн курсов в программах стажировок, программах двух дипломов с соответствующим перезачетом образовательных кредитов.

2.4. Выбор интернет – платформ для продвижения онлайн-курсов (программ), разработанных российскими ВУЗами

2.4.1. Продвижение онлайн курсов (программ) на иностранных языках осуществляется путем их размещения, либо информации о них:

- на внешних международных платформах (наиболее известные: Coursera, EdX, другие);
- на национальной платформе Open.edu. ru (при появлении англоязычной версии последней);
- на внутренних платформах типа Moodle (необходимо организовать дополнительный доступ для внешних пользователей, в том числе - иностранных),
- на российском информационном портале Courses in Russia, разработанном в рамках приоритетного проекта «Развитие экспортного потенциала российской системы образования» (coursesinrussia.com),
- на национальном портале – агрегаторе, едином окне «Современная цифровая образовательная среда» (СЦОС) - при появлении его англоязычной версии.

2.4.2. Наиболее эффективным является размещение онлайн курсов (программ) на внешних международных платформах, которые сами активно продвигают принятые онлайн продукты.

Размещение на них связано с определенными усилиями: так, Coursera не дает возможности любому желающему выложить свой курс, платформа работает не с отдельными людьми, а с университетами.

Платформа очень тщательно отбирает партнеров: университет, с которым она планирует заключить договор, должны порекомендовать уже участвующие в проекте ВУЗы. Качество курсов отслеживается командой Coursera, но в основном его гарантирует сам университет»³. Coursera работает с партнерами, предлагая слушателям высококачественный образовательный контент.

Основные вопросы в заявке на партнерство с Coursera⁴:

- 1) Институциональная поддержка
- 2) Рейтинг университета
- 3) Специализация
- 4) Условия использования онлайн продукта⁵

2.4.3. Информация на СЦОС – единое окно «Современная цифровая образовательная среда»

Одна из главных целей реализации приоритетного проекта «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» является объединение онлайн-платформ и отдельных онлайн-курсов под эгидой информационного ресурса, обеспечивающего доступ к ним по принципу «одного окна»⁶. На ресурсе размещается каталог курсов с различных российских платформ (в том числе OpenEdu и OpenProfession, Открытый Политех, Универсариум и т.д.) с прямой ссылкой на источник. Регистрация и прохождение курса производится напрямую на платформе-партнере. СЦОС выполняет только функцию объединенного каталога курсов.

Для того, чтобы разместить онлайн-курс на ресурсе единого окна СЦОС, он должен пройти обязательную оценку для проверки соответствия минимальным обязательным требованиям ресурса «одного окна».

Оценка на соответствие минимальным обязательным требованиям проводится по трем направлениям⁷:

- 1) экспертиза паспорта онлайн-курса;
 - автоматическая проверка полноты заполнения всех обязательных полей паспорта, соответствия значений полей паспорта значениям связанных полей карточки ОК на платформе онлайн-обучения;

³ Источник: <https://theoryandpractice.ru/posts/9608-coursera-diy>

⁴ Источник: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScPTMQZ70821cbB-0sHDSyPppUYk_aFF7yWSf63H4m8YxiCXw/viewform

⁵ www.coursera.org/about/terms

⁶ Источник: <https://online.edu.ru/ru/courses/?pn=19>

⁷ Источник: <http://neorusedu.ru/upload/docs/quality.pdf>

2) экспертиза онлайн-курса (программы) на соответствие законодательству Российской Федерации;

предусматривает проверку отсутствия в онлайн-курсе материалов, содержащих:

- пропаганду наркотических веществ, психотропных препаратов;
- призывов к экстремизму;
- нецензурную брань;
- обоснования или оправдания допустимости насилия и (или) жестокости либо побуждения осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным;
- призывы к противоправному поведению;
- информацию, в том числе изображения, ознакомление с которой способно содействовать совершению самоубийства.

3) проверка работоспособности компонентов онлайн-курса.

- подтверждение работоспособности компонентов онлайн-курса на наборе поддерживаемых операционных систем и браузеров, указанных в системных требованиях платформы онлайн-обучения

При появлении англоязычной версии сайта-агрегатора СЦОС ВУЗам России рекомендуется размещать на нем информацию по онлайн-курсам (программам) на иностранных языках.

2.5. Инструменты продвижения информации о российских онлайн-курсах (программах) на иностранных языках в сети «Интернет»

2.5.1. Продвижение российских онлайн-курсов (программ) на иностранных языках может осуществляться централизованно и децентрализованно.

2.5.2. Централизованное продвижение осуществляется через размещение информации о конкретных онлайн-курсах (программах) ВУЗов на следующих информационных ресурсах:

- Информационный портал “Courses in Russia” (адрес в сети Интернет: <http://coursesinrussia.com>);
- Videоканал “Courses in Russia” на видеохостинге YouTube;
- Официальная страница проекта “Courses in Russia” в социальной сети Facebook;
- Планируется, что инструментом централизованного продвижения также станет портал «Современная образовательная среда в Российской Федерации» (адрес в сети Интернет: <http://neorusedu.ru/>).

2.5.3. Одним из каналов централизованного продвижения онлайн-курсов являются официальные письма, направляемые из

Минобрнауки России в адрес МИД России, Россотрудничества и др. органов государственной власти, заинтересованных в продвижении российских онлайн-курсов (программ) на иностранных языках.

2.5.4. Для участия в централизованном продвижении конкретного онлайн-курса уполномоченные представители ВУЗов обращаются в адрес рабочей группы информационного портала “Courses in Russia”, заполняют форму, направляют форму и дополнительные материалы, включая рекламные ролики онлайн-курсов (программ) по адресу электронной почты: cir@migsu.ranepa.ru.

2.5.5. Децентрализованное продвижение осуществляется ВУЗами за счет распространения информации о них среди потенциальных слушателей – пользователей онлайн-платформ через все возможные каналы, включая:

- целевые рассылки писем и электронных писем в адрес заинтересованных лиц;
- информирование целевой аудитории с помощью интернет-сайтов ВУЗов;
- информирование заинтересованных лиц посредством размещения информации в социальных сетях;
- использование инструментов интернет-рекламы, включая контекстную, баннерную и др. оплачиваемые и бесплатные способы доведения информации до целевой аудитории.

2.5.6. Продвижение онлайн-курса (программы) предполагает выполнение предварительных условий:

1) наличие самого онлайн-курса (программы), размещенного в сети Интернет на англоязычной онлайн-площадке (интернет-сайт);

2) наличие у пользователя технической возможности получения доступа к англоязычной онлайн-площадке и обучения по онлайн-курсу на иностранном языке;

3) наличие на англоязычной онлайн-площадке понятного для иностранного пользователя описания курса, способа предварительного ознакомления с курсом и/или способа регистрации на курсе.

В ходе проведенного анализа было выявлено, что основной проблемой для курсов, размещенных на онлайн-площадках ВУЗов (в основном разработанных на базе системы дистанционного обучения Moodle) является отсутствие понятного для пользователя описания курса и способа предварительного ознакомления с курсом и/или способе регистрации на курс для полноценного обучения по нему.

2.5.7. Рекомендуем ВУЗам, чьи курсы размещены на онлайн-площадках, которые не соответствуют выше перечисленным условиям, провести работу по доработке этих площадок, а именно:

1) например, на внутренней платформе Moodle, на которой находится онлайн-курс на иностранном языке вашего ВУЗа, создать англоязычную страницу онлайн-площадки с описанием курса и возможностью для иностранного пользователя перейти на англоязычную страницу онлайн площадки ВУЗа с интернет-сайта <http://coursesinrussia.com/>;

2) на этой англоязычной странице для регистрации нового пользователя предусмотреть англоязычную кнопку, позволяющую получить полноценный гостевой доступ к материалам онлайн-курса (программы);

3) на этой же англоязычной странице сделать кнопку оперативной обратной связи, позволяющую получить консультацию у администраторов онлайн-площадки.

Среди уже представленных онлайн курсов российских ВУЗов встречаются соответствующие примеры непонятного доступа, как в части интерфейса платформы (частичный перевод информации), так и в части навигации иностранного пользователя для регистрации на конкретный курс (программу) (см. рисунок 1).

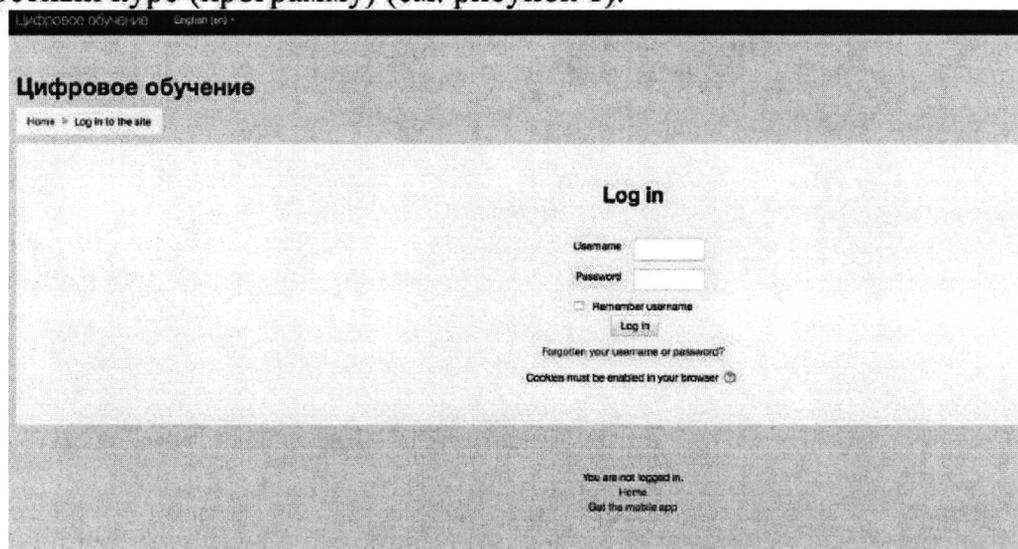


Рисунок 1. Пример страницы доступа к онлайн-курсу, непонятной пользователю

Решением данной проблемы является настройка платформ для работы с иностранными пользователями. Предлагается доработать главную страницу платформы с помощью специализированных тем, включая темы для Moodle (см. рисунок 2).

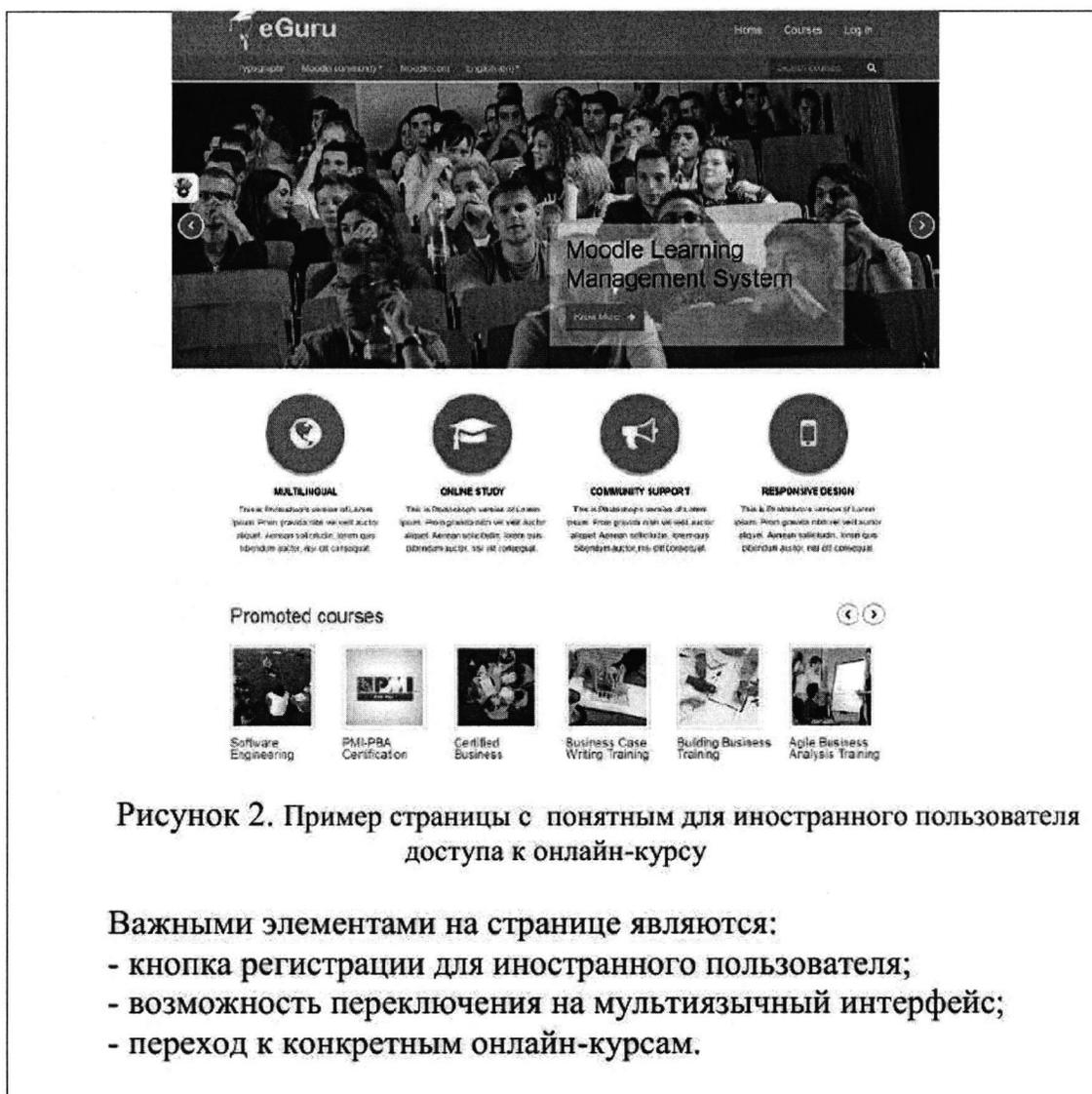


Рисунок 2. Пример страницы с понятным для иностранного пользователя доступа к онлайн-курсу

Важными элементами на странице являются:

- кнопка регистрации для иностранного пользователя;
- возможность переключения на мультиязычный интерфейс;
- переход к конкретным онлайн-курсам.

2.5.8. При разработке информационных ресурсов для размещения информации об онлайн-курсах предлагается использовать инструменты дизайн-мышления, ГОСТ Р ИСО 9241-210-2012 «Эргономика взаимодействия человек-система – Часть 210: Человеко-ориентированное проектирование интерактивных систем» и лучшие отечественные и зарубежные практики организации и оформления данных ресурсов.

Одним из вариантов быстрой разработки интерфейса может стать изучение опыта оформления страниц доступа к содержимому курса ведущими зарубежными платформами⁸ (см. рисунок 3).

⁸ <https://www.edx.org/course/vacuum-systems-technology-mephix-mephi004x>

The screenshot shows the edX website interface for the course 'Vacuum Systems and Technology'. At the top, there is a navigation bar with 'edX' logo, 'Courses', 'Programs & Degrees', 'Schools & Partners', and 'About'. A search bar and 'Sign In' / 'Register' buttons are also present. Below the navigation, the breadcrumb trail reads 'Home > All Subjects > Engineering > Vacuum Systems and Technology'. The main header features a video player with the title 'Vacuum Systems and Technology' and the text 'Learn the principles of vacuum systems and their applications in modern technologies.' The MEPhI logo is displayed below the header. A dark button labeled 'Enroll Now' is visible, with a note that 'Future Dates To Be Announced'. A checkbox option allows users to receive emails from National Research Nuclear University. The main content area is divided into two columns. The left column contains 'About this course' and 'What you'll learn' sections. The right column lists course details: Length (3 weeks), Effort (2 hours per week), Price (FREE, with a verified certificate for \$49 USD), Institution (MEPhI), Subject (Engineering), Level (Intermediate), Language (English), and Video Transcripts (English). A 'View Course Syllabus' link is located at the bottom of the left column.

edX Courses ▾ Programs & Degrees ▾ Schools & Partners About ▾ Search: Sign In Register

Home > All Subjects > Engineering > Vacuum Systems and Technology

Vacuum Systems and Technology
Learn the principles of vacuum systems and their applications in modern technologies.
MEPhI

Archived
Future Dates To Be Announced
Enroll Now

I would like to receive email from National Research Nuclear University and learn about other offerings related to Vacuum Systems and Technology.

About this course

Vacuum technology is key to our high-tech society. It is used for a large number of technical processes and products, including computer chips, nanostructures, microelectronic coatings and components as well as chemical and biological techniques.

In this engineering course, you will get a comprehensive overview of the construction and working principles of vacuum devices and systems to help you better design materials and processes.

What you'll learn

- Gain an understanding about working principles and construction of a separate components of vacuum systems;
- How to design and calculate necessary parameters of vacuum systems;
- Needed components for vacuum systems.

[View Course Syllabus](#)

Length: 3 weeks
Effort: 2 hours per week
Price: FREE
Add a verified Certificate for \$49 USD
Institution: MEPhI
Subject: Engineering
Level: Intermediate
Language: English
Video Transcripts: English

Рисунок 3.

2.5.9. Для иностранных пользователей рекомендуется обеспечить полноценный гостевой доступ для частичного ознакомления с содержимым соответствующего онлайн-курса (программы) и интуитивную регистрацию на интересующий курс.

III. ПРОДВИЖЕНИЕ ОНЛАЙН-КУРСОВ (ПРОГРАММ) С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ “COURSES IN RUSSIA”

В п.2.5.4. рекомендовалось, что «для участия в централизованном продвижении конкретного онлайн-курса (программы) уполномоченные представители ВУЗов обращаются в адрес рабочей группы “Courses in Russia”, заполняют форму, направляют форму и дополнительные материалы, включая рекламные ролики онлайн-курсов на адрес электронной почты cir@migsu.ganepa.ru».

Одним из инструментов по продвижению онлайн-курсов (программ) является размещение информации о них на информационном ресурсе в сети «Интернет» – видеоканале “Courses in Russia” видеохостинга YouTube (см. рисунок 4).



Рисунок 4. Videоканал “Courses in Russia” на видеохостинге YouTube

Данный видеохостинг является популярным информационным ресурсом для продвижения образовательного контента.

Для централизованного продвижения онлайн-курсов был разработан информационный портал (сайт-агрегатор) <http://coursesinrussia.com/> (см. рисунок 5), на котором систематизирована полученная от ВУЗов информация.

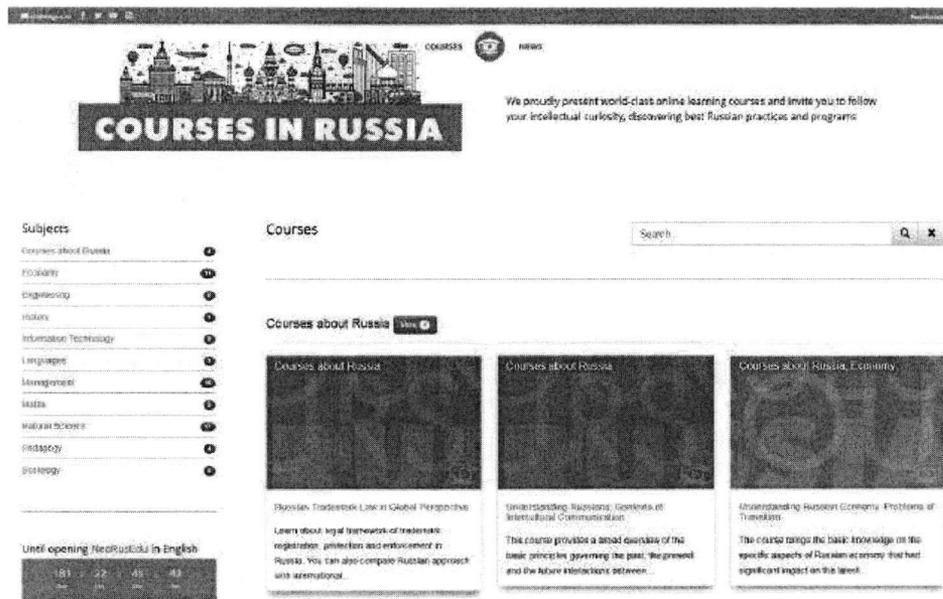


Рисунок 5. Сайт-агрегатор <http://coursesinrussia.com/>

Важным инструментом продвижения информации об онлайн-курсах (программах) являются социальные сети, например, на официальные страницы образовательных проектов «Ted» и «Ted-Ed» подписано более 17,4 млн подписчиков.

На рисунке 6 изображена официальная страница проекта “Courses in Russia” в социальной сети Facebook, а также репост новости о сайте “Courses in Russia” на странице Российского центра культуры в Румынии.

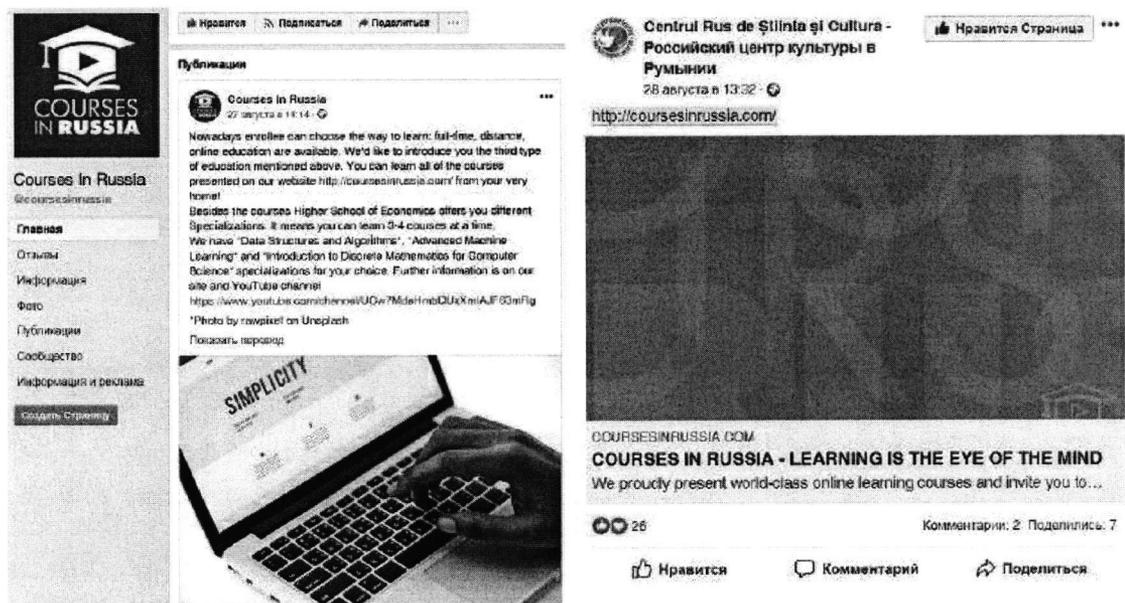


Рисунок 6. Информация о проекте “Courses in Russia” в социальной сети

Таблица 1. Основные требования к оформлению онлайн курсов международными платформами Coursera и EdX⁹

⁹Источник: <http://online.mephi.ru/local/staticpage/view.php?page=prof-course>

Coursera	EdX	Открытое образование (OpenEdu) ¹⁰
Название курса		
- информативное - описательное - привлекательное	- короткое, 70 знаков максимум; рекомендуется < 50 знаков - должно чётко описывать о чём будет курс - должно быть оптимизировано для поисковиков (SEO-optimized) и нацелено на широкую аудиторию	Нет особых требований
Описание курса		
<p>Аннотация:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Максимум 100-200 слов - Описание должно быть сформулировано с точки зрения учащегося (например, не «В этом курсе мы рассматриваем», а «В этом курсе учащиеся узнают...»). - Предпочтительно использовать конкретные слова («создать», «проанализировать», «интерпретировать», «применить», «наработать опыт») вместо общих терминов 	<p>Обязательно включение двух видов описания:</p> <p><i>Краткое описание</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Максимум 140 знаков, включая пробелы - Должно быть цепляющим (завлекательным) для студентов, просматривающих списки курсов, мотивировать студентов записаться именно на этот курс - Должно быть оптимизировано для поисковиков (SEO-optimized) и нацелено на широкую аудиторию <p><i>Развёрнутое описание (Общее описание содержания курса)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 400 слов максимум, 2–3 абзаца - Должно 	<p><i>I. Краткая аннотация:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - отражает основное содержание курса в 1-2 предложениях (до 400 символов). <p><i>II. Полная аннотация может иметь следующую структуру:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) О курсе <ul style="list-style-type: none"> - Чему посвящен курс? - Какова цель курса? - Какие инновационные технологии обучения используются в курсе? - 2-3 результата обучения после прохождения курса? - Мотивационная фраза. 2) Формат курса <ul style="list-style-type: none"> - Состав курса (видеолекции, опросы и т.д.) - Продолжительность курса в неделях - Недельная учебная нагрузка обучающегося по курсу - Общая трудоемкость курса в зачетных единицах 3) Структура курса и расписание <ul style="list-style-type: none"> - Упорядоченный список тем (разделов) курса, можно с кратким описанием (максимум 2 предложения). - Информационные ресурсы - При необходимости, список дополнительных источников информации (книги, метод. пособия и т.д.) и ссылки на них. 5) Дополнительный инструментарий <ul style="list-style-type: none"> - Список аппаратного и программного

¹⁰ Источник: <https://s31333.cdn.ngenix.net/fd95ff/649cf74b/docs/development-requirements.pdf>

<p>(«изучить», «понять», «ощутить»).</p> <p>- Описание должно включать конкретные, измеримые цели обучения</p> <p>- Страница с описанием курса также должна отвечать на частые вопросы учащихся, подчеркнуть значимость курса, а также воодушевить их на изучение курса.</p>	<p>описывать, почему учащийся должен выбрать именно этот курс.</p> <p>- Должно быть оптимизировано для поисковиков (SEO-optimized) и нацелено на широкую аудиторию</p> <p>- Текст должен легко читаться, рекомендуется использование знаков (маркеров) списка для того, чтобы выделить важные моменты, вместо того, чтобы писать всё сплошным длинным текстом</p> <p>- Должно включать ответ на вопрос «Чему Вы научитесь при прохождении данного курса?»</p> <p>3–5 пунктов списка, примерно по 4–10 слов каждый</p> <p><i>Описания курсов с обучением практическим навыкам (профессиональное обучение) должны включать ответы на следующие вопросы:</i></p> <p>- Как данный курс поможет мне в будущей карьере? Продвижение по службе? Сертификация?</p> <p>- Для каких профессий или должностей будет</p>	<p>обеспечения и условия его получения.</p> <p>б) Часто задаваемые вопросы</p> <p><i>III. Пререквизиты:</i> Должны быть перечислены основные, наиболее важные, знания, умения и навыки, которыми должен обладать обучающийся для успешного освоения курса, без которых приступить к освоению дисциплины невозможно. Если курс является логическим продолжением других курсов, необходимо их перечислить.</p> <p><i>IV. Формируемые результаты обучения</i></p> <table border="1" data-bbox="878 623 1433 1446"> <thead> <tr> <th>Индекс</th> <th>Формулировка</th> <th>Уровень</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>РО-1</td> <td>Общая формулировка результата обучения</td> <td>Одно из следующих значений: начальный (знакомство с предметной областью), базовый (ЗУН и личностные качества для решения типовых задач из предметной области), углубленный (ЗУН и личностные качества для решения междисциплинарных проблем)</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>V. Перечень образовательных программ университетов, в которых признаются результаты обучения курса</i></p>	Индекс	Формулировка	Уровень	РО-1	Общая формулировка результата обучения	Одно из следующих значений: начальный (знакомство с предметной областью), базовый (ЗУН и личностные качества для решения типовых задач из предметной области), углубленный (ЗУН и личностные качества для решения междисциплинарных проблем)
Индекс	Формулировка	Уровень						
РО-1	Общая формулировка результата обучения	Одно из следующих значений: начальный (знакомство с предметной областью), базовый (ЗУН и личностные качества для решения типовых задач из предметной области), углубленный (ЗУН и личностные качества для решения междисциплинарных проблем)						

	<p>полезен этот курс? Почему эта отрасль или область особенно актуальна? Каковы перспективы на рынке труда? <i>Пререквизиты:</i> Должны быть перечислены основные, наиболее важные, знания, умения и навыки, которыми должен обладать обучающийся для успешного освоения курса <i>Рекомендация от ученика</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Положительный отзыв обучающегося курса <p>Максимум 25–50 слов</p>	
Приветственное видео		
<p>Coursera рекомендует создавать короткий вводный модуль хотя бы с одним видео с приветствием учащихся.</p> <p>- Продолжительность вводного видео не более 5 минут</p> <p>- В видео преподаватели представляются и налаживают личный контакт с учащимися делятся своим энтузиазмом в отношении курса.</p>	<p>Видео «О курсе» должно быть впечатляющим и побуждать потенциальных студентов записаться на Ваш курс.</p> <p>Видео должно быть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - законченным по смыслу и знакомить с личностью преподавателя. - длительность — 30–90 секунд (в среднем студенты просматривают лишь первые 30 секунд ролика) - смонтировано с использованием таких элементов, как графика, сырое 	<p>Длительность: до 3 минут</p> <p>Содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) материалы, отражающие наиболее интересные и красочные моменты курса; 2) перечень полученных навыков по итогам прохождения всего курса; 3) текст от авторов курса (краткий, лаконичный, оригинальный).

<p>- Объясняется для кого предназначен курс и какую ценность от него получат учащиеся. - Даются рекомендации для успешного прохождения курса, а также стимулы для перехода на следующий модуль.</p>	<p>видео</p> <p><i>Видео «О курсе» должно давать ответы на следующие ключевые вопросы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Почему студент должен записаться на курс? - Какие темы затрагивает Ваш курс? - Кто преподаёт этот курс? - Какой вуз предоставляет этот курс? 	
---	--	--

Общая структура курса

<p>1. Курс принято делить на модули (оптимально 4–6 модулей), которые соответствуют определенным темам курса. Каждый модуль включает 1–3 часа контента, не считая заданий на оценку. Каждый модуль (тема) делится на уроки. Модули в среднем состоят из 2–4 уроков по полчаса контента каждый. Названия уроков информативные, описательные и привлекательные (обобщенные названия, такие как «Тест 2» или</p>	<p>1. Курс в edX имеет следующую структуру:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Разделы (Section, Тема) 2) Подразделы (Subsection, Параграф, Урок) 3) Модули (Units) <p>2. Модули — это составляющие каждого урока, которые не включены в общее содержание, а представлены отдельной лентой внутри каждого урока.</p> <p>Примеры модулей:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Видеолекции - Дополнительные материалы - Практические задания - Контрольные тесты - Список 	<p>- Контент курса делится на разделы, подразделы, страницы и компоненты. - Курс должен быть построен на основе недельного планирования. - Трудоемкость для обучающегося должна быть распределена по неделям равномерно. - В рамках каждой недели должен быть хотя бы один компонент подраздела, обеспечивающий оценку достигнутых результатов обучения и не менее одного компонента, обеспечивающего взаимодействие между обучающимися.</p> <table border="1" data-bbox="887 1317 1422 1487"> <thead> <tr> <th>Раздел</th> <th>Подраздел</th> <th>Страница</th> <th>Компонент</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Неделя 1</td> <td rowspan="2">Подраздел 1</td> <td>Страница 1</td> <td>Фрагмент 1</td> </tr> <tr> <td>Страница 2</td> <td>Задача 1</td> </tr> <tr> <td>Подраздел 2</td> <td>Страница 3</td> <td>Фрагмент 2</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Задача 2</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Фрагмент 3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Задача 3</td> </tr> </tbody> </table> <p>Компонентами курса являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Видео - Текст видео - Презентации - Задачи 	Раздел	Подраздел	Страница	Компонент	Неделя 1	Подраздел 1	Страница 1	Фрагмент 1	Страница 2	Задача 1	Подраздел 2	Страница 3	Фрагмент 2				Задача 2				Фрагмент 3				Задача 3
Раздел	Подраздел	Страница	Компонент																								
Неделя 1	Подраздел 1	Страница 1	Фрагмент 1																								
		Страница 2	Задача 1																								
	Подраздел 2	Страница 3	Фрагмент 2																								
			Задача 2																								
			Фрагмент 3																								
			Задача 3																								

¹¹ Источник: <https://s31333.cdn.ngenix.net/fd95ff/649cf74b/docs/development-requirements.pdf>

<p>«Введение», не допускаются)</p> <p>2. Уроки в свою очередь включают в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> - несколько видеолекций (по 6-8 мин), - тренировочные тесты, - практические задания, - контрольные тесты, - вопросы для обсуждения. <p>3. К курсу можно добавлять дополнительные материалы, например, блок вводной информации к курсу, а также список рекомендуемой литературы.</p>	<p>литературы</p> <p>Каждый модуль в свою очередь состоит из одного или нескольких компонентов.</p> <p>Существует всего 4 типа компонент:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Видео; - Задания (тесты, задачи и т.п.). - Текст; - Обсуждения <p>3. В edX есть возможность встраивать в курс учебники, которые включаются в курс в формате «.pdf» и публикуются в виде отдельной вкладки курса с отдельной навигацией.</p>	
--	--	--

Продолжительность курса

<p>- Продолжительность курса обозначается в количестве недель</p> <p>- Рекомендуемая продолжительность курса - 4-6 недель (15 часов контента)</p> <p>- В карточке курса обычно обозначено количество часов в неделю, необходимое на прохождение курса.</p> <p>Рекомендуемая норма - 1 – 3 часа времени в</p>	<p>- В курсе обозначается количество недель, которые необходимы среднестатистическому обучающемуся для того, чтобы пройти курс</p> <p>- Оценочная скорость прохождения курса учеником должна обозначаться в диапазоне количества часов в неделю, которое ученик должен затратить на успешное прохождение курса</p> <p>- Курсы,</p>	<p>Общая трудоемкость: 2 -6 зачетных единиц.</p> <p>Продолжительность: 10 -16 недель</p> <p>Недельная учебная нагрузка: до 22 часов</p>
--	--	---

<p>неделю, не считая заданий на оценку.</p>	<p>ориентированные на получение кредитов, могут быть продолжительнее по количеству недель и интенсивнее по нагрузке.</p>	
<p>Требования к материалам курса</p>		
<p>Видеолекции - Продолжительность одной видео лекции ≈8 мин. - В видео могут быть встроены вопросы. - Видеолекции сопровождаются слайдами с нужными изображениями и ключевыми словами Для выделения ключевых элементов, например, важных особенностей графика или подцелей в сложном процессе необходимо использовать форматирование и пометки. Слайды должны сопровождаться объяснениями лектора вслух с описанием хода мыслей и размышлениями на протяжении всего видео. Каждое видео необходимо завершать обзорным</p>	<p>Видеолекции Оптимальная длительность для видеофрагментов —5–10 минут. Сценарий видео лекции может быть реализован: 1) Документ Microsoft Word В документе необходимо написать текст лекции (слова лектора) и подробно описать демонстрацию материала к словам, где это требуется. 2) Презентация Power Point В презентацию необходимо включить рисунки, графики, таблицы и т. д., используемые в лекции.</p>	<p>- Все видеолекции должны сопровождаться субтитрами. - В рамках курса желательно использовать фотографический, рисованный, анимированный материал - Рекомендуются использовать пиктограммы и инфографику</p>

<p>слайдом, который повторяет цели обучения и ключевые понятия.</p> <p>- Видеолекции сопровождаются текстом слов лектора</p> <p>В документе необходимо написать текст лекции (слова лектора) и подробно описать демонстрацию материала к словам, где это требуется.</p>		
---	--	--

Задания и тесты

<p>1. Тесты</p> <p>✓ В каждом модуле должно быть не менее 10 тестовых вопросов</p> <p>✓ Для оформления теста необходимо сформировать документ Microsoft Word, который содержит:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ формулировку вопроса ○ варианты ответов ○ обозначение правильного ответа ○ поясняющие комментарии по каждому варианту ответа: 	<p>Сценарий задания/теста должен быть реализован в документе Microsoft Word. Необходимо написать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • тип задания, • формулировку задания, • варианты ответов (если это необходимо), • обозначить правильный ответ, • указать количество попыток для прохождения задания, • объяснить правильный ответ (по желанию автора) <p><u>Сейчас в системе</u></p>	<p>- В курс должны быть включены задачи, обеспечивающие оценку всех планируемых результатов обучения.</p> <p>- Для каждой задачи должны быть определены показатели и критерии оценивания, шкалы и процедуры оценивания.</p> <p>- Все процедуры оценивания результатов обучения должны быть либо полностью автоматическими, либо автоматизированными с применением методов самооценки, взаимного оценивания, оценки с привлечением ассессоров.</p> <p>Для заданий, формирующих не менее 50% итоговой оценки по курсу, должно выполняться одно из следующих условий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) задача должна быть параметризованной, т.е. каждому обучающемуся предлагаются уникальные условия и требуется ввод уникального ответа (количество вариантов заданий должно быть не менее 100); 2) задача должна предполагать открытый и уникальный ответ от каждого обучающегося (или группы совместно работающих обучающихся), при этом при
--	--	---

<p>– почему ответ верен или неверен</p> <p>– как учащимся следует подходить к решению проблемы</p> <p>– в какой части курса учащиеся могут найти дополнительную информацию по данной теме</p> <p>✓ На платформе Coursera возможны следующие типы вопросов:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Выбор одного/несколько х верных ответов из предложенных ○ Ввод текста с клавиатуры ○ Ввод числа с клавиатуры ○ В идеале это должно быть одно слово или число, чтобы существовало как можно меньше вариаций правильного ответа. ○ Ввод математического выражения ○ Ввод регулярного выражения <p>2. Задания, которые студенты проверяют друг у друга и</p>	<p><u>возможны следующие типы заданий:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • задачи с выпадающим меню; • выбор одного или нескольких верных ответов; • задачи, требующие ввода чисел; • задачи, требующие ввода текста; • интерактивные задачи с использованием интерактивных электрических цепей, где студент должен собирать электрические цепи из элементов; • задачи с перетаскиванием объектов; • задачи, где в ответе нужно набирать формулу. 	<p>проверке ответов должны приниматься меры по выявлению полностью совпадающих ответов;</p> <p>3) перечень задач должен формироваться путем случайной выборки из банка задач, при этом перечень вопросов при двух случайных выборках с вероятностью не менее 90% отличался не менее чем на 50%.</p> <p>Типы задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задача, состоящая из набора заданий с автоматической проверкой ответов. - Задача с взаимным оцениванием или оценкой ассессором. - Задача с контролем хода выполнения. - Совместно выполняемая задача с автоматической проверкой. - Совместно выполняемая задача с взаимным оцениванием или оценкой ассессором. <p>Задания должны быть апробированы на репрезентативной выборке испытуемых до момента запуска курса. В случае невозможности, в качестве апробации может использоваться первая реализация курса.</p>
---	---	---

<p>выставляют баллы. Например, эссе или проект. При оценке таких заданий необходимо определить критерии оценки. В каждый курс рекомендуется включать как минимум один проект.</p>		
Дополнительные материалы		
<p>Если автор хочет добавить в свой курс некоторые вспомогательные материалы, то они могут быть реализованы в следующем виде:</p> <ul style="list-style-type: none"> • документ <i>Microsoft Word</i> (можно использовать текст, картинки, формулы) • презентация <i>Power Point</i> • pdf-документ (например: книга, методичка, статья) • ссылки на какие-либо сторонние ресурсы • список рекомендуемой литературы 	<p><u>Дополнительные материалы</u> Например, интересная информация для более продвинутых учеников или, наоборот, некоторый дополнительный блок вводной информации к курсу (интересные факты, биографии, разбор задач, вывод формул) Возможно реализовать в следующем виде:</p> <ul style="list-style-type: none"> • документ <i>Microsoft Word</i> (можно использовать текст, картинки, формулы) • презентация <i>Power Point</i> • pdf-документ (например: книга, методичка, статья) • ссылки на какие-либо сторонние ресурсы • список 	<p>При изучении курса в качестве дополнительных могут использоваться внешние ресурсы. В случае использования внешнего ресурса (в том числе в домене университета) в качестве основного материала должны быть выполнены следующие условия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) доступ обучающихся к ресурсам осуществляется абсолютно бесплатно в течение всего периода освоения курса; 2) обеспечена доступность ресурсов 24/7 с коэффициентом не менее 99%; 3) при работе с ресурсом пользователь не видит сторонней информации, не связанной с достижением запланированных результатов обучения (в том числе, рекламы)

	<p>рекомендуемой литературы</p> <ul style="list-style-type: none"> • ссылки для скачивания 	
Система оценки заданий		
<p>Необходимо сделать список всех заданий на оценку курса. И распределить между ними 100 %.</p> <p><u>Например:</u></p> <p>Тест к модулю 1 – 10 %</p> <p>Тест к модулю 2 – 10 %</p> <p>Задание для взаимной оценки «Название» – 20 %</p> <p>....</p> <p>Итого: 100%</p>		<p>- Должен быть определен алгоритм расчета итоговой оценки по курсу.</p> <p>- Должны быть определены критерии получения сертификата об успешном освоении курса в виде общего требования к итоговой оценке, а также при необходимости к минимальным оценкам по каждой категории.</p> <p>- Количество баллов R_{ij} обучающегося за задачи i-ой категории в j-ом подразделе определяется выражением:</p> $R_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^{K_{ij}} r_{ijk} w_{ijk}}{\sum_{k=1}^{K_{ij}} w_{ijk}}, r_{ijk} \leq w_{ijk},$ <p>где j – номер подраздела, r_{ijk} – количество баллов присужденное обучающемуся по результатам решения k-ой задачи i-ой категории в j-ом подразделе; w_{ijk} – вес k-ой задачи i-ой категории в j-ом подразделе (максимальный балл);</p> <p>- Для повышения валидности оценки результатов обучения, в том числе для снижения риска забывания студентами заданий, рекомендуется использовать промежутки между попытками (например, вторая попытка сдачи теста по итогам темы - не ранее, чем через 24 часа; вторая попытка сдачи итогового теста - не ранее, чем через 7 дней).</p> <p>- Итоговая оценка по курсу дополнительно может включать в себя баллы за относительные достижения среди остальных обучающихся (например, вхождение в 10% лучших обучающихся по курсу или по отдельному заданию), баллы за активность, за регулярность и т.п.</p> <p>- Итоговая оценка должна допускать выдачу сертификатов нескольких уровней: например, сертификат участника, простой сертификат, сертификат с отличием.</p>
Вопросы для обсуждения		

В каждом курсе есть как минимум один вопрос для обсуждения. Вопросы для обсуждения, сформулированы как отдельный элемент урока курса. Ответ выкладывается как пост на форуме, на который могут отвечать другие учащиеся по мере прохождения курса. Эти вопросы стимулируют активное осмысление и обсуждение и способствуют созданию сообщества курса. Поэтому, очень важно создать благоприятный онлайн климат в курсе. Некоторые рекомендуемые стратегии по ведению обсуждений на форуме включают:

- правила для использования форума
- инклюзивный контент и моделирование инклюзивного языка
- моделирование позитивного поведения и отношения в видео-уроках и коммуникации
- представление различных культур, полов, возрастов, национальностей и их перспективы
- обсуждение возможностей применения курса в реальных жизненных ситуациях

Условия размещения курсов на платформе «Открытое образование» доступны по ссылке: <https://s31333.cdn.ngenix.net/fd95ff/649cf74b/docs/partner-program.pdf>

Список рассылки

к письму от 15 ноября 2018 г. № МН-4.0/770

№	Организация
1.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»
2.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Дальневосточный федеральный университет»
3.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
4.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации»
5.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский физико-технический институт (государственный университет)»
6.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС»
7.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» (ТГУ)
8.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет»
9.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
10.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»
11.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Минздрава России
12.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»
13.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»

14.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»
15.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»
16.	Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет»
17.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Академия Русского балета имени А.Я. Вагановой»
18.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Всероссийский государственный институт кинематографии имени С.А. Герасимова»
19.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет»
20.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина»
21.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московская государственная консерватория имени П.И. Чайковского»
22.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)»
23.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный академический художественный институт имени В.И. Сурикова при Российской академии художеств»
24.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)»
25.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»
26.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский политехнический университет»
27.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новосибирский государственный технический университет»
28.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия музыки имени Гнесиных»

29.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
30.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный аграрный университет - МСХА имени К.А. Тимирязева»
31.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет»
32.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный университет нефти и газа (национальный исследовательский университет) имени И.М. Губкина»
33.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский институт театрального искусства – ГИТИС»
34.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова» Министерства здравоохранения Российской Федерации
35.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет транспорта (МИИТ)»
36.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова
37.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Сибирский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации
38.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
39.	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»
40.	Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»