

ВАША ИИ-КОМАНДА ДЛЯ СОЗДАНИЯ КУРСА

Превратите свою экспертность
в востребованный продукт



18+

СОЗДАЙТЕ КУРС ЗА 24 ЧАСА

Светлана Непаршина

**ВАША ИИ-КОМАНДА ДЛЯ
СОЗДАНИЯ КУРСА Как
превратить свою экспертность
в онлайн-курс за 24 часа**

«Автор»

2026

Непаршина С. Н.

ВАША ИИ-КОМАНДА ДЛЯ СОЗДАНИЯ КУРСА Как превратить свою экспертность в онлайн-курс за 24 часа / С. Н. Непаршина — «Автор», 2026

У вас наверняка есть знания, которыми можно поделиться с другими. Возможно, вы давно думаете о собственном курсе, но каждый раз откладываете: нужно придумать программу, понять, кому и что преподавать, подготовить уроки, презентации, материалы, записать видео. И всё это кажется непосильной и сложной работой. Сегодня создавать курс в одиночку или нанимать большую команду уже не обязательно. Представьте, что рядом с вами появилась целая команда, которой можно передать большую часть этой работы. Только вместо сотрудников — искусственный интеллект. В этой книге вы научитесь ставить ему задачи так, чтобы результат отражал именно ваши знания, опыт и подход, а не превращался в безликий AI-контент. Вы разберёте свой будущий курс на понятные этапы и соберёте его шаг за шагом — вплоть до рабочей версии за 24 часа. Неважно, чему вы хотите учить: профессии, ремеслу или творчеству. У вас есть знания, а это главное. Теперь нам нужно вместе создать вашу ИИ команду.

© Непаршина С. Н., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Содержание	6
Введение	7
Глава 1. Найдите курс внутри собственной экспертности	10
Глава 2. Проверьте идею до начала производства курса	13
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Светлана Непаршина
ВАША ИИ-КОМАНДА ДЛЯ СОЗДАНИЯ
КУРСА Как превратить свою
экспертность в онлайн-курс за 24 часа

ВАША ИИ-КОМАНДА

ДЛЯ СОЗДАНИЯ
КУРСА

Как превратить свою экспертность

в онлайн-курс за 24 часа

Светлана Непаршина

Содержание

Введение.

Глава 1. Найдите курс внутри собственной экспертности

Глава 2. Проверьте идею до начала производства курса

Глава 3. Соберите собственную ИИ-команду

Глава 4. Определите трансформацию ученика

Глава 5. Постройте программу, которая ведёт к результату

Глава 6. Напишите уроки своим голосом

Глава 7. Создайте презентации и рабочие материалы, которые помогают учиться

Глава 8. Создайте видео, голос и визуальное присутствие без лишнего производства

Глава 9. Дайте ИИ-команде раскритиковать ваш курс

Глава 10. 24-часовой спринт: от экспертности к рабочему курсу

Глава 11. Где и как продавать онлайн-курс

Глава 12. Запустите курс так, чтобы аудитория успела вам довериться

Глава 13. Улучшайте, переводите и масштабируйте только то, что уже работает

Заключение.

Приложение 1. Карта вашей ИИ-команды

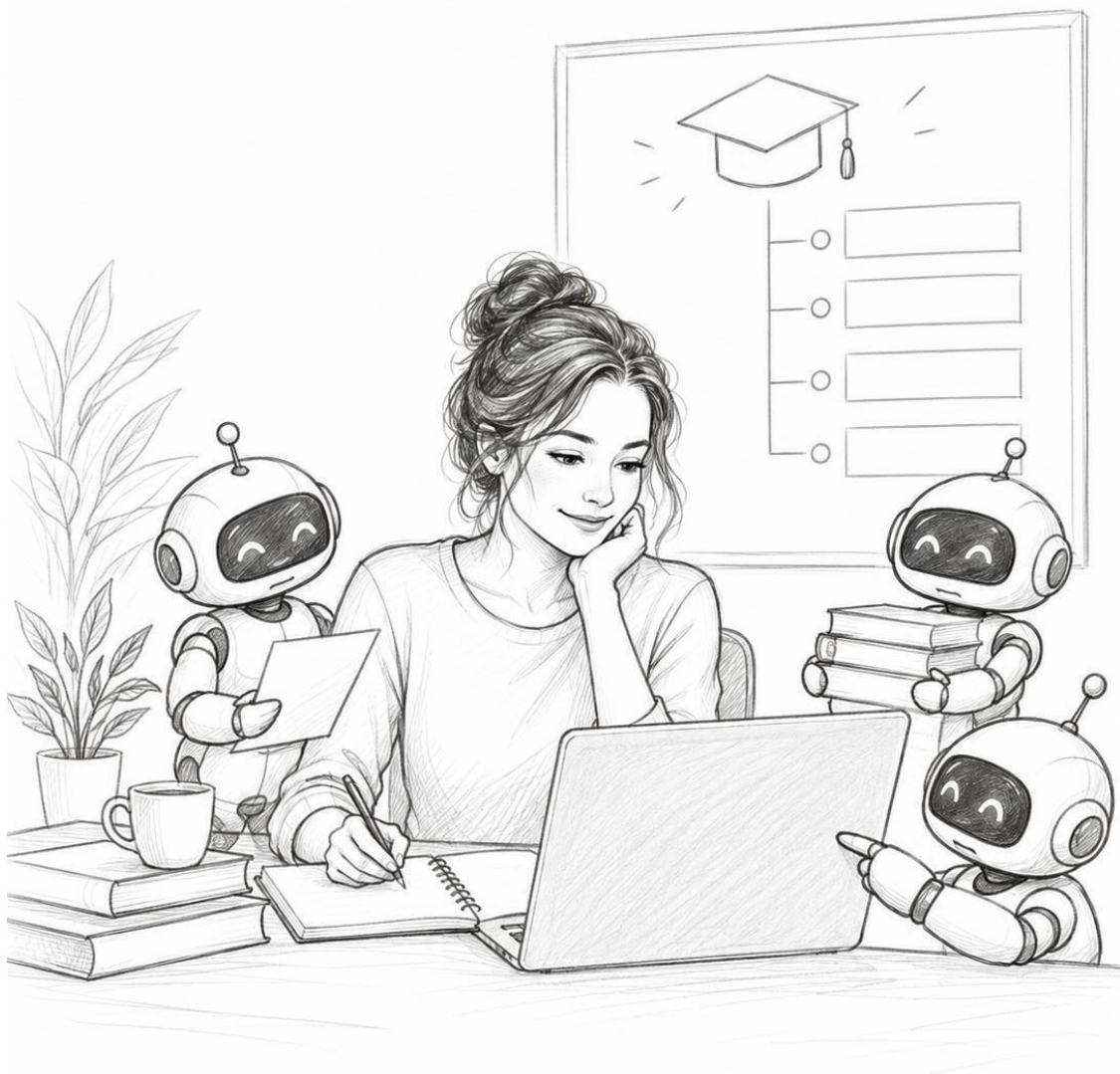
Приложение 2. Чек-лист 24-часового спринта

Приложение 3. Базовые промты для вашей ИИ-команды

Приложение 4. Сервисы и платформы для вашей ИИ-команды

Использованные источники

Введение



Если мысль о собственном онлайн-курсе
не покидает вас
,
то

скорее всего,
вы хотите поделиться своей экспертностью с аудиторией.

Специалист очень много

знает

в своем направлении

, но не понимает, как превратить накопленный опыт в понятный продукт. Профессиональные решения давно стали привычными, важные детали хранятся в заметках, переписках, презентациях и памяти, а стройной системы, которую можно передать ученику, пока нет.

Именно здесь многие сильные специалисты останавливаются в нерешительности. Чтобы создать курс, мало хорошо знать свою тему. Нужно определить аудиторию, проверить идею, сформулировать результат, построить программу, написать уроки, подготовить презентации и рабочие материалы, записать видео, выбрать платформу, упаковать предложение и подготовить запуск. Когда весь этот путь приходится проходить одному, проект легко откладывается на месяцы.

Ещё недавно для такой работы действительно требовалась большая команда. Методист помогал строить обучение, редактор работал с текстом, дизайнер оформлял материалы, специалист по видео занимался производством, а маркетолог помогал с запуском. Эксперт либо нанимал этих людей, либо постепенно осваивал их работу сам.

Сегодня значительную часть производственных задач можно ускорить с помощью искусственного интеллекта. Однако это не означает, что ИИ должен создать курс вместо вас. У него нет вашего профессионального опыта, ваших наблюдений, собственной методики и ответственности перед учеником. Если передать ему тему и попросить «сделать курс», результат может выглядеть убедительно, но останется слишком общим и легко потеряет ваше главное качество — экспертность.

Поэтому эта книга строится на другой модели: **вы остаетесь экспертом и руководителем проекта, а ИИ становится вашей производственной командой**. В один момент он помогает исследовать рынок, в другой анализирует аудиторию, затем работает как методист, помощник по структуре, редактор, специалист по презентациям или помощник по запуску. Роли меняются в зависимости от задачи, но автор продукта не меняется.

Главную формулу книги можно записать так:

ЭКСПЕРТНОСТЬ → ИИ-КОМАНДА → ОНЛАЙН-КУРС

Эта последовательность принципиальна: в основе всего лежит ваше знание и опыт, затем подключается команда инструментов, которая помогает исследовать, структурировать, оформить и проверить материал. Курс появляется только после этого, потому что если поставить ИИ в начало цепочки, легко получить универсальный продукт, который мог бы принадлежать кому угодно.

Книга предназначена для экспертов, консультантов, преподавателей, тренеров, фрилансеров, создателей контента, владельцев небольшого бизнеса и людей с практическим навыком, которому можно обучать других. Вам не нужно быть профессиональным методистом или специалистом по искусственному интеллекту. Важно другое: у вас уже должна быть область, в которой вы действительно умеете что-то делать и можете подтвердить свои знания практикой.

Почему эта тема важна именно сейчас? Потому что стоимость производства образовательного продукта заметно снизилась, а скорость работы выросла. То, что раньше занимало недели, теперь можно подготовить значительно быстрее, если правильно разделить задачи и не пытаться заставить один инструмент «сделать всё». При этом рынок меняется быстро, поэтому бессмысленно откладывать создание продукта до момента, когда вы изучите все существующие нейросети. Такой момент не наступит.

Эта книга не будет строиться вокруг кнопок и интерфейсов конкретных сервисов. Инструменты появляются, меняются и исчезают, а рабочие роли остаются. Исследователь

рынка нужен независимо от того, какая программа помогает собирать данные. Методист нужен независимо от названия модели. Редакторская проверка нужна независимо от того, какой сервис написал первый черновик. Такой подход делает систему устойчивее и позволяет менять инструменты без перестройки всего процесса.

К концу книги вы должны получить не список нейросетей и не набор абстрактных советов, а понятный производственный маршрут. Вы научитесь находить курс внутри собственной экспертности, проверять идею до начала большой работы, определять трансформацию ученика, строить программу, превращать знания в уроки, создавать практические материалы, выбирать формат видео, проверять качество и готовить продукт к публикации и запуску.

Отдельно нужно объяснить обещание «курс за 24 часа». Эта книга не обещает прибыльный бизнес за сутки, гарантированные продажи или полностью проверенный рынок за один день. Такие обещания были бы нечестными. Речь идёт о другом: если экспертность уже существует, за один интенсивный день можно собрать рабочую версию курса — MVP, который имеет понятную аудиторию, структуру, уроки, материалы и план производства. Его можно показать, протестировать, доработать и вывести на рынок.

Скорость появляется не за счёт пропуска важных этапов. Она появляется благодаря правильному разделению работы. Эксперт отвечает за смысл и решения, а ИИ-команда помогает быстрее выполнять исследовательские, структурные, редакторские и производственные задачи. Именно эту систему мы будем собирать шаг за шагом.

Подходу можно доверять не потому, что ИИ «знает всё», а потому, что мы не будем на это рассчитывать. Рыночные выводы будут опираться на реальные сигналы, профессиональные факты — на проверку, а материалы курса — на ваши знания. ИИ будет не только создавать, но и критиковать, находить пробелы и проверять логику. Финальное решение всегда остаётся за автором.

Откладывать работу до идеального момента тоже нет смысла. Пока знания существуют только в вашей голове, они зависят от вашего личного времени. Когда они собраны в образовательный продукт, их можно передавать большему числу людей, обновлять, переводить и развивать. Именно поэтому первый шаг этой книги связан не с выбором нейросети, а с тем, что уже принадлежит вам, — с вашей экспертностью.

В первой главе мы разберём, как увидеть в собственном опыте будущий курс и отделить действительно ценное знание от слишком широкой темы, которую трудно превратить в понятный продукт.

Глава 1. Найдите курс внутри собственной экспертности



Эксперт редко замечает всю ценность собственного опыта. Навыки, которые когда-то требовали внимания и долгого обучения, со временем становятся автоматическими. Вы быстрее видите ошибки, легче принимаете решения и уже не всегда помните, почему именно действу-

ете так, а не иначе. Для новичка эти внутренние ориентиры могут быть самой ценной частью обучения.

Поэтому поиск темы курса лучше начинать не с вопроса «что сейчас популярно?», а с вопроса «какие проблемы я умею решать хорошо, чтобы провести другого человека к результату?». Рынок поможет выбрать приоритет и упаковку, но не заменит реальную компетентность. Если тема выбрана только потому, что она кажется модной, автору быстро придется пересказывать чужую информацию вместо собственного опыта.

Начните с простой инвентаризации. Вспомните вопросы, которые вам регулярно задают клиенты, ученики, коллеги или знакомые. Обратите внимание на ситуации, где вы быстро находите решение, а другой человек долго не понимает, что делать. Запишите ошибки, которые видите чаще всего, и методы, которыми сами пользуетесь. Именно такие повторяющиеся элементы часто становятся основой хорошего курса.

Если вы консультант, вспомните моменты, когда после разговора клиент наконец увидел свою проблему. Если вы преподаватель, подумайте, какие объяснения помогают ученикам преодолевать типичное затруднение. Если вы дизайнер, мастер, бухгалтер, тренер или маркетолог, найдите решения, которые принимаете почти автоматически. Для человека без опыта именно они могут сократить недели проб и ошибок.

Полезно отделить широкую тему от конкретного результата. «Курс по фотографии» описывает область знаний, но почти ничего не говорит о ценности. «Как владельцу небольшого бизнеса самостоятельно снимать товары для интернет-магазина на смартфон» уже показывает аудиторию и практический итог. Чем яснее результат, тем легче понять, нужен ли человеку этот продукт.

Не пытайтесь вложить в первый курс всю профессию. Эксперты часто перегружают программу, потому что хотят показать глубину своих знаний. Ученик же приходит не за полной картой вашей специальности, а за понятным переходом от своей проблемы к результату. Небольшой курс, который уверенно решает одну задачу, нередко полезнее огромной программы без чётких границ.

На этом этапе ИИ лучше использовать как интервьюера по экспертности. Его задача не в том, чтобы придумать за вас «прибыльную тему», а в том, чтобы задавать вопросы и помогать увидеть закономерности в вашем опыте. Передайте ему информацию о работе, клиентах, типичных запросах, результатах и собственных методах, а затем попросите выделить возможные направления обучения.

Рабочий запрос может выглядеть так:

«Работай как исследователь моей экспертности. Сначала задай мне вопросы о профессиональном опыте, типичных клиентах, повторяющихся задачах, собственных методах, частых ошибках и результатах, которых я умею добиваться. Не предлагай темы курса, пока не соберёшь достаточно информации. После интервью выдели несколько проблем, которые я реально способен помочь решить через обучение, и объясни, какие мои знания могут стать основой каждого продукта».

Такой запрос важен ещё и потому, что языковая модель легко создаёт убедительную идею в теме, которую сам автор знает поверхностно. Чтобы этого избежать, каждую гипотезу нужно проверять вопросом: «Могу ли я подтвердить эту тему собственными примерами, практикой, кейсами или устойчивой системой работы?». Если ответ отрицательный, идея может быть интересной, но она не должна становиться основой экспертного курса.

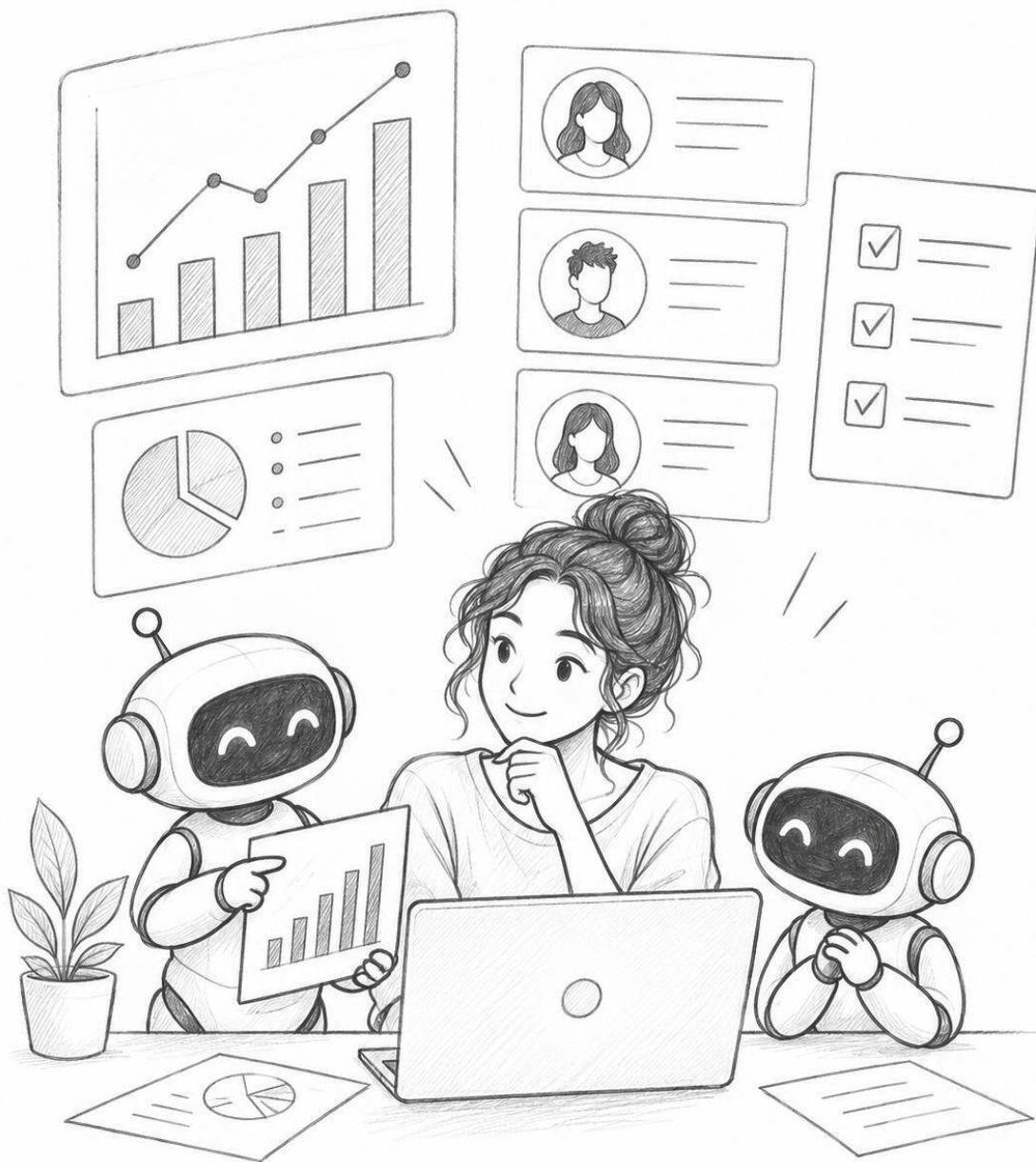
После интервью составьте карту из трёх-пяти возможных направлений и для каждого укажите аудиторию, проблему и ожидаемый результат. Сразу выбирать один вариант не нужно: на следующем этапе мы проверим, где ваша сильная сторона действительно пересекается с потребностью рынка.

Например, финансовый специалист может увидеть не один абстрактный «курс по финансам», а несколько разных продуктов: для владельца микробизнеса, который хочет понимать движение денег; для фрилансера, которому нужно планировать налоги и расходы; для начинающего предпринимателя, который путает оборот и прибыль. Одна экспертность может давать несколько продуктов, но их аудитория и обещание будут различаться.

То же касается хобби: практический навык не становится менее ценным только потому, что не связан с корпоративной профессией. Если вы умеете создавать результат, понимаете типичные ошибки и можете объяснить последовательность действий, такой опыт тоже может стать образовательным продуктом.

К концу первой главы вам нужен не окончательный бизнес-план, а честный список идей, основанных на реальных знаниях. Теперь важно проверить, существуют ли за пределами вашего опыта люди, которым действительно нужен такой результат; именно этим исследованием мы займёмся в следующей главе.

Глава 2. Проверьте идею до начала производства курса



Одна из самых дорогих ошибок в создании курса становится заметной слишком поздно. Программа уже написана, презентации готовы, видео записаны, а аудитория реагирует слабее, чем ожидалось. Причина нередко находится в самом начале: интересная для автора идея была принята за подтверждённую потребность рынка.

Поэтому рыночную проверку нужно проводить до основной производственной работы. Её задача не в том, чтобы получить от ИИ ободряющий ответ, а в том, чтобы собрать реальные сигналы. Нас интересует, как люди формулируют проблему, какие решения уже ищут, за что платят, что их раздражает в существующих продуктах и какие альтернативы используют.

Важно различать логичное объяснение и доказательство спроса. Если спросить языковую модель, перспективен ли определённый курс, она почти всегда сможет построить убедительное рассуждение, но без источников это останется гипотезой. Поэтому роль исследователя рынка должна строиться вокруг данных, а не вокруг уверенного текста.

Собирайте несколько типов сигналов: посмотрите, какие вопросы люди задают в поиске и сообществах, какие курсы и книги уже покупают, какие видео активно смотрят и обсуждают, а также какие проблемы повторяются в комментариях и отзывах. Отдельно изучите бесплатные альтернативы: иногда человек уже может решить задачу без покупки курса, и тогда платный продукт должен давать более быстрый, структурированный или удобный путь.

Особенно полезен живой язык аудитории, потому что потенциальный ученик редко говорит: «Мне нужен курс по стратегическому позиционированию». Гораздо вероятнее он скажет: «Я не понимаю, чем отличаюсь от конкурентов». Владелец бизнеса может не искать «обучение финансовому управлению», а жаловаться, что деньги проходят через счёт, но в конце месяца прибыли не видно. Именно такие формулировки показывают реальную проблему лучше, чем красивые маркетинговые термины.

Не стоит воспринимать конкурентов как плохой знак: наличие похожих продуктов часто означает, что люди уже тратят деньги на решение задачи. Намного важнее понять, чего им не хватает. Отзывы на три и четыре звезды нередко полезнее восторженных комментариев, потому что покупатель одновременно признаёт ценность продукта и описывает конкретный недостаток.

Если несколько людей пишут, что курс слишком теоретический, рассчитан на продвинутых пользователей, содержит устаревшие инструменты или почти не даёт практики, перед вами появляется возможный рыночный разрыв. Это ещё не готовое позиционирование, но уже информация, на которой можно строить решение.

После сбора данных подключается аналитик аудитории, задача которого состоит не в том, чтобы придумать «идеального клиента», а в том, чтобы сгруппировать реальные наблюдения. Передайте отзывы, вопросы, комментарии и свои заметки, а затем попросите выделить повторяющиеся проблемы, желаемые результаты, уровень знаний и возражения.

Например:

«Проанализируй эти отзывы, комментарии и вопросы. Выдели повторяющиеся трудности, желаемые результаты, сомнения и формулировки, которыми люди описывают свою ситуацию. Сгруппируй их по частоте и значимости. Не добавляй потребности, которых нет в исходных материалах».

Так вы получаете не вымышленный портрет аудитории, а рабочую модель, основанную на источниках.

Следующий шаг заключается в том, чтобы сузить аудиторию до уровня, который позволяет проектировать обучение. Формулировка «курс для экспертов» слишком широка. Гораздо полезнее: «курс для практикующих консультантов и специалистов, которые уже умеют работать с клиентами, но никогда не создавали самостоятельный образовательный продукт». Здесь уже понятны исходный опыт, вероятные ограничения и желаемый следующий шаг.

Учитывайте не только желания, но и условия жизни ученика. Если он работает один, имеет мало времени, не хочет нанимать команду и не обладает техническим опытом, программа с обязательным программированием, дорогой студией и сложной автоматизацией будет противоречить его реальности. Содержание должно соответствовать не только цели, но и возможностям аудитории.

Также важно отличать интерес от готовности действовать. Некоторые темы собирают много просмотров и обсуждений, но почти не приводят к покупке обучения. В других нишах аудитория меньше, зато люди активно сравнивают решения, покупают консультации и ищут инструменты. Поэтому оценивайте не только количество разговоров вокруг темы, но и поведение, направленное на решение проблемы.

По итогам исследования должна появиться рабочая гипотеза. Вы понимаете, кто ваш основной ученик, какую проблему он осознаёт, какой результат хочет получить, какие решения уже существуют и чем ваш подход может быть полезнее. Это не гарантия продаж, а достаточная основа для перехода к производству.

Если идея после проверки ослабла, это хороший результат. Несколько часов исследования гораздо дешевле нескольких недель работы над продуктом, который рынку не нужен. Если же сигналы подтверждают проблему и ваша экспертность позволяет её решать, пора переходить к следующему этапу: собирать систему производства.

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.