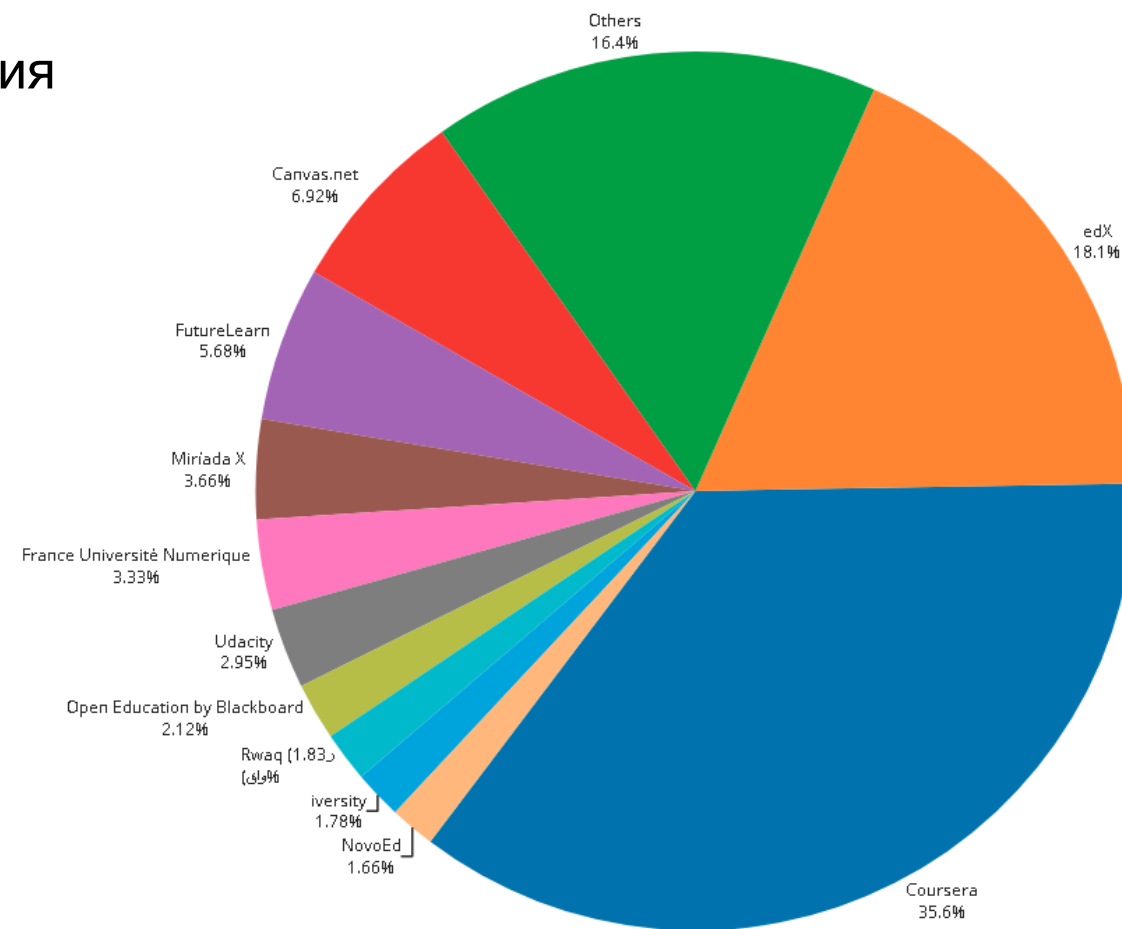


# «Бизнес-модель» образовательного продукта

Директор по развитию  
ООО «Образовательные коммуникации»  
Девяткин Евгений

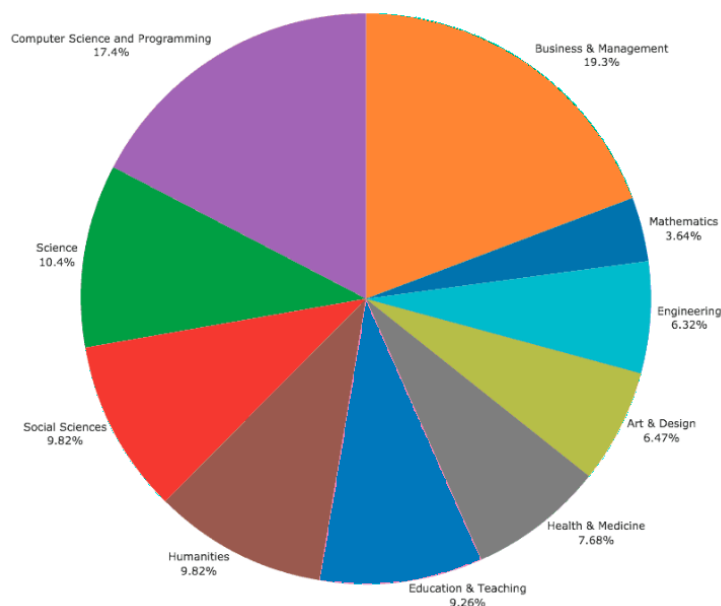
# «2015: меньше экспериментов, больше итераций»

- Ориентация на школу и «Глобальная академия первокурсников»
- Бессрочные курсы
- Переход к платной сертификации
- Создание специализаций



# «2016: переход на платный контент»

- MOOCs больше не массово. Масштабирование MOOCs потребовало удаления профессоров из активной роли запуска их курсов
- Подход «бизнесу для бизнеса (B2B)»
- Развитие региональных поставщиков MOOC
- Уменьшение количества автономных курсов
- Полностью платный контент




- EdX расширил полномочия MicroMasters до четырнадцати различных университетов.
- FutureLearn объявила о шести степенях последипломного образования в Университете Deakin.
- Kadenze запустила собственную систему учета, называемую программами Kadenze.
- Coursera расширила свои специализации до 160 и также объявила о второй программе магистра в Университете штата Иллинойс.
- Почти 4000 студентов в настоящее время зачислены в магистерскую программу Georgia Tech и Udacity Online в области компьютерных наук.

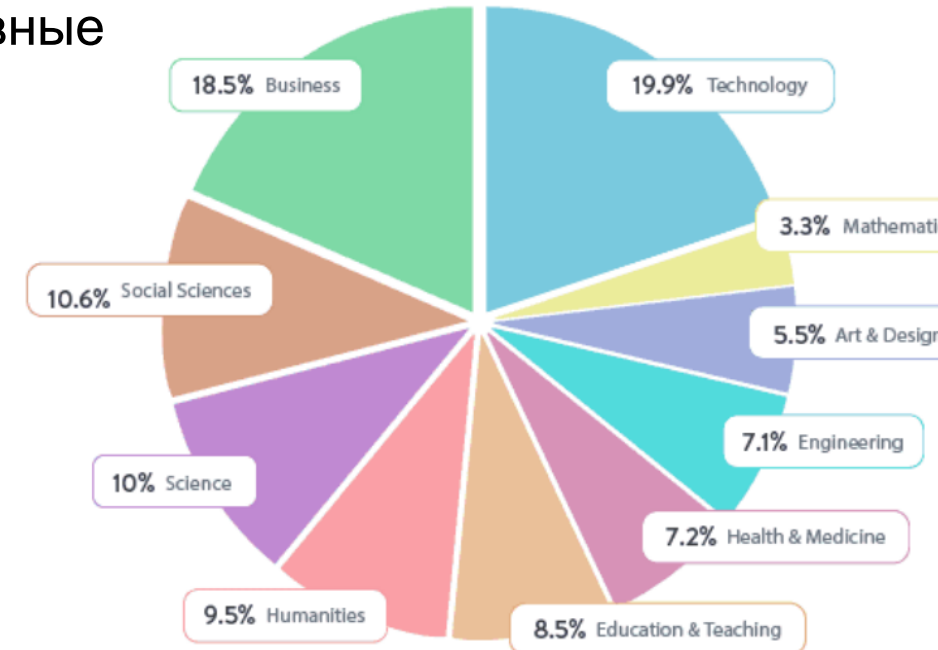
# «2017: обучение «профессиональных учеников»»

- Продукт в каждой ценовой категории
- Монетизация контента
- MOOCs находят свою аудиторию: Профессиональные ученики
- Онлайн-степени и корпоративное обучение (корпоративные тренинги)
- Межуниверситетская виртуальная мобильность

  
**81M**  
Students

  
**800+**  
Universities

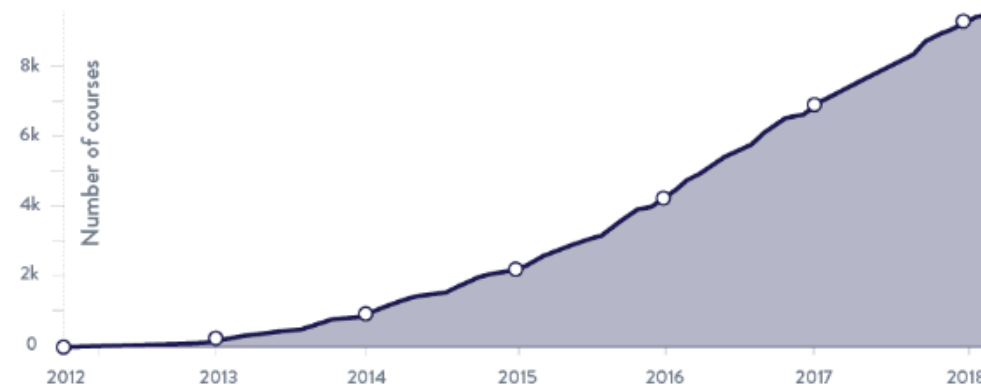
  
**9.4k**  
Courses





# «2018: решение проблем доступности в MOOCs»

- A/B тестирование контента
- Расширение спектра предлагаемых магистратур
- Тестирование платы за поддержку



Технологические модели и рамки для поддержки MOOC

Новые технологии для оценки в MOOC

Модели масштабируемости и качества MOOCs на педагогическом и техническом уровне, поддерживаемые инновационными технологиями

Обучение аналитике в MOOC

Технологии для обогащения MOOC с помощью Gamification

Технологии, способствующие социальному обучению в MOOC

Технологии для снижения мошенничества в MOOC

Интеграция внешних инструментов в MOOC

Повторное использование и ремиксы MOOC посредством смешанных подходов к обучению

# Объем рынка онлайн образования в России

2016 год

1,8 трлн руб.

Весь рынок

19,2% — 351,7 млрд руб.

Доля частного бизнеса

1,1% — 20,7 млрд руб.

Онлайн-образование



2021 год

2 трлн руб.

Весь рынок

18,9% — 385,4 млрд руб.

Доля частного бизнеса

2,6% — 53,3 млрд руб.

Онлайн-образование

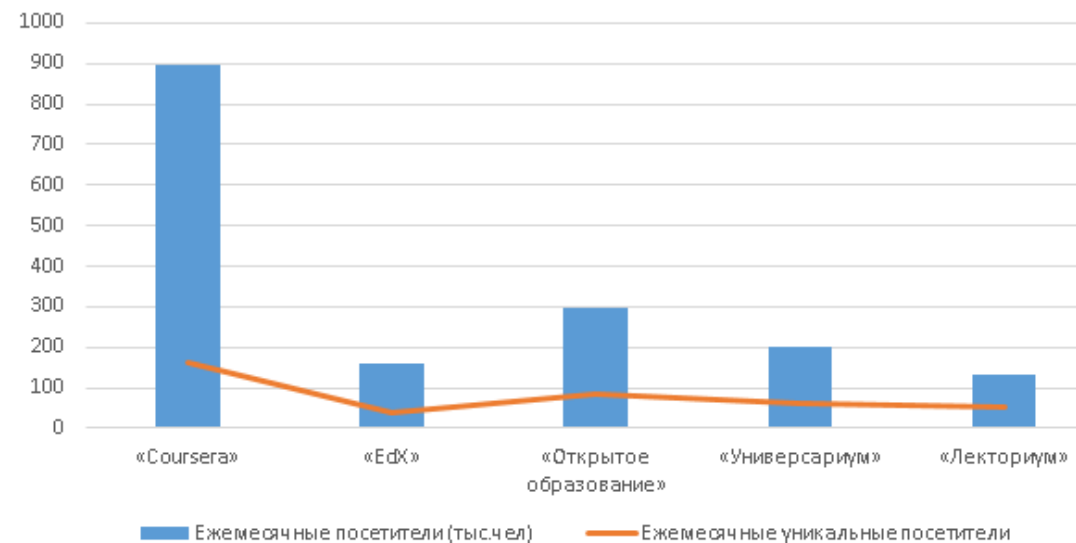
# Структура рынка (млрд.руб)



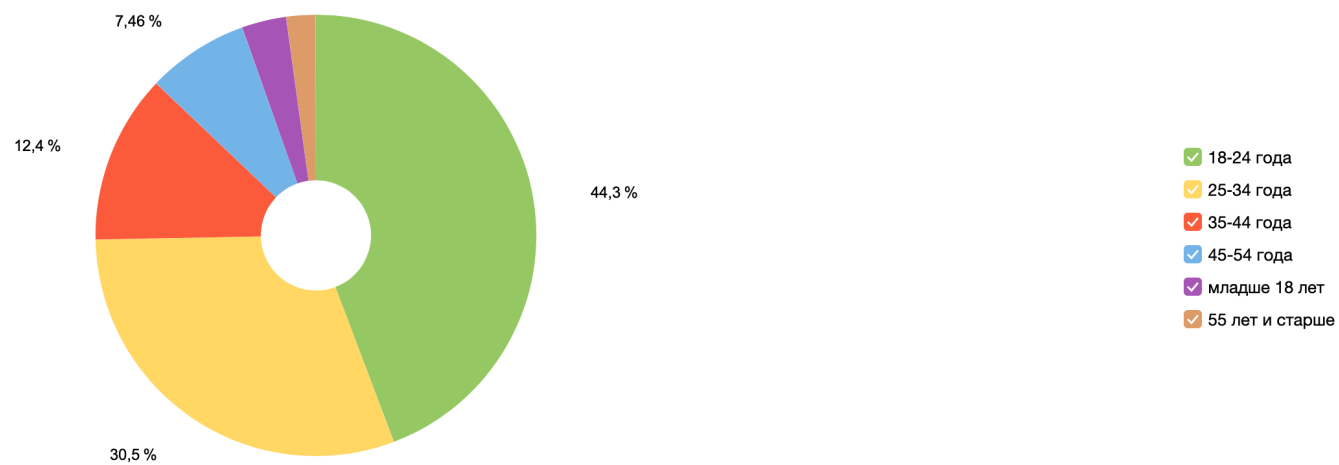
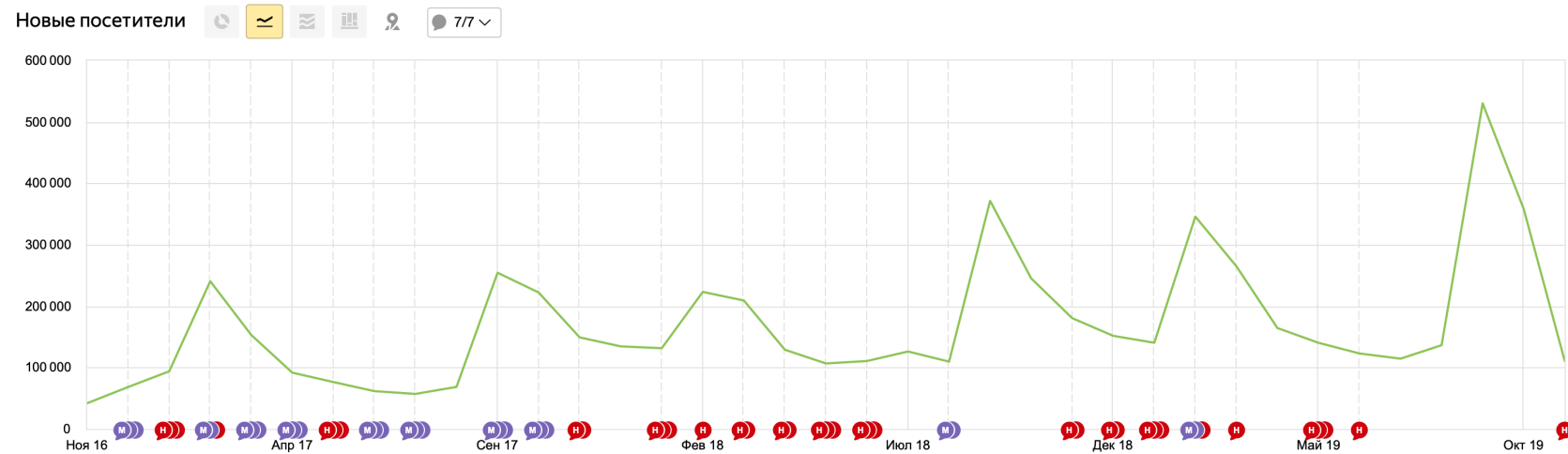
	Дошкольное образование		Общее среднее образование включая "дополнительное"		Среднее проф. образование		Высшее образование		Доп.образование включая "языковое"	
	2016 г.	2021 г.	2016 г.	2021 г.	2016 г.	2021 г.	2016 г.	2021 г.	2016 г.	2021 г.
<b>Всего</b>	462	548	702	848	146	175	386	336	131,8	127,6
<b>Доля частного бизнеса</b>	45	53	158	190	6	9,7	34	26	102,5	100
<b>Онлайн образование</b>	0,6	1,7	3,6	20	0,6	1,8	6,8	15	8,55	14,9

# Онлайн образование в России

- Вузы получают возможность высвободить площади на территории своих корпусов
- При правильно выстроенных бизнес-процессах дистанционный формат работы со студентами позволяет разгрузить кадровый состав
- Благодаря дистанционному обучению вузы могут продавать образовательные продукты, не ориентируясь на региональную принадлежность учащихся



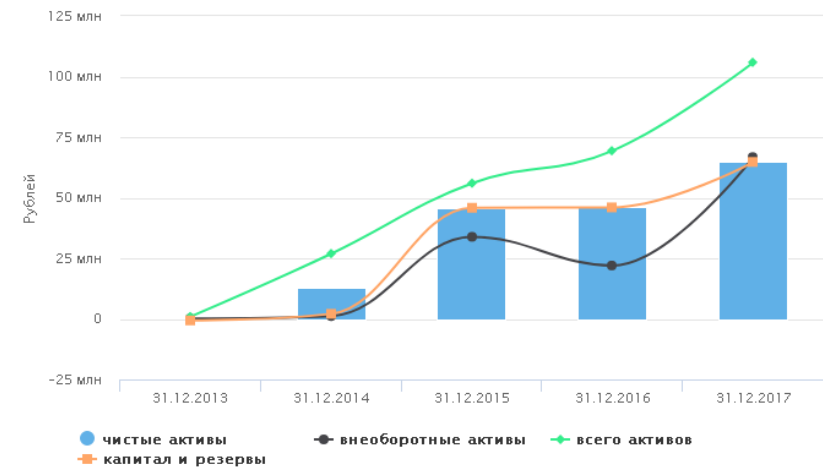
# «Открытое образование»



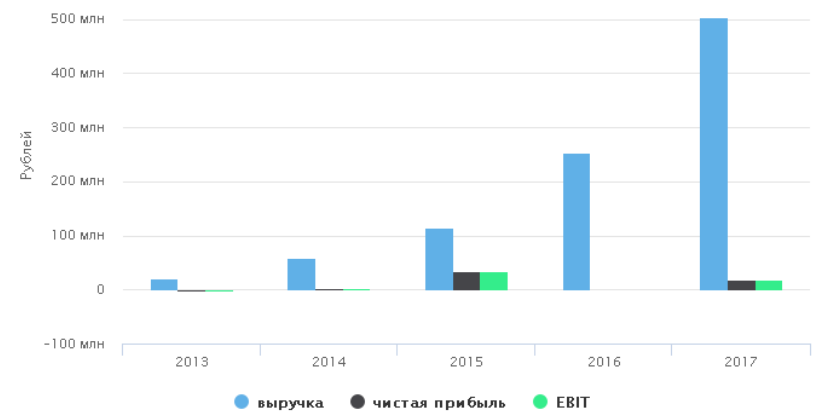
# Стратегии компаний

- ....совместная разработка с вузами и корпорациями...
- Почему так трудно заставить сотрудников учиться онлайн
- ... привлекли инвесторов...
- ... стартует авторский онлайн курс...

Краткий анализ баланса



Финансовый показатель	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017
Чистые активы	0	12 726	45 841	45 997	64 742
Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более)	-0.68	0.08	0.82	0.66	0.61
Коэффициент текущей ликвидности (норма: 1,5-2 и выше)	0.5	1	2.2	2	1



Финансовый показатель	2014	2015	2016	2017
EBIT	2 459	33 115	157	18 743
Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	-96.2%	-51.6%	-6.8%	-28%
Рентабельность собственного капитала (ROE)	341%	138%	0%	34%
Рентабельность активов (ROA)	17.7%	79.9%	0.3%	21.4%

Что делать?

# Взаимодействие с вузом

Вуз  
производитель



Привлечение  
Авторов



Организационно-  
техническое  
сопровождение



Использование  
контента

Вуз партнер

Сетевое

взаимодействие



Программы  
ДПО



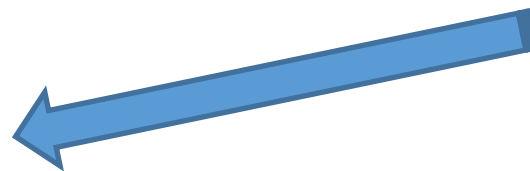
База знаний



Менторство  
/тьюторство



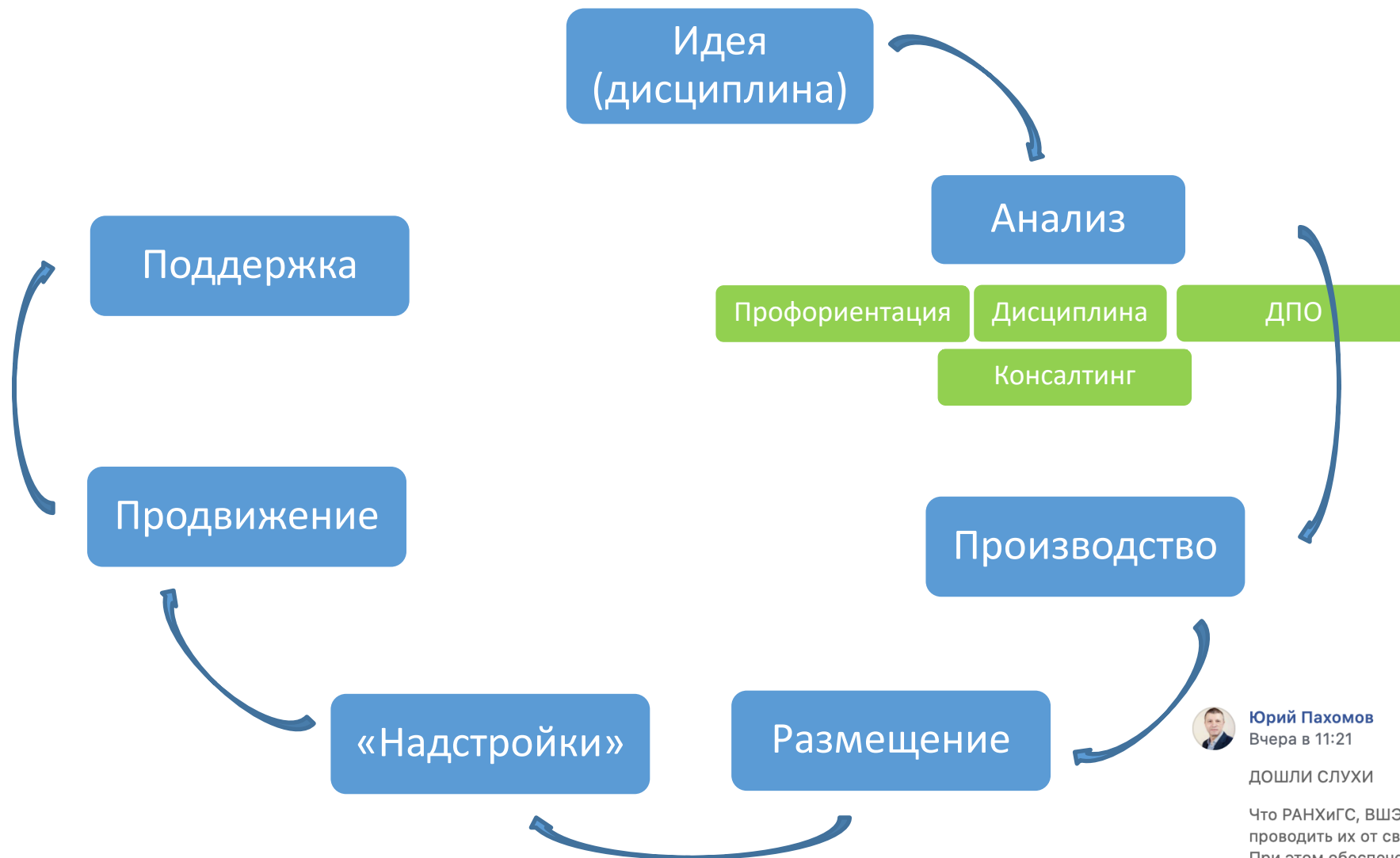
Экспертная  
оценка



Актуализация/  
доработка курса



# Модели реализации



Юрий Пахомов  
Вчера в 11:21

Дошли слухи

Что РАНХиГС, ВШЭ, МГУ - продают авторам образовательных курсов проводить их от своего имени - за немногим более 30% от выручки. При этом обеспечение поголовья слушателей на себя не берут. Кто может помочь проверить - так ли это? Если так - что кроме шапки продают эти ВУЗы, оказывают какую-либо поддержку? Фильтруют ли курсы и если да то как?

# Создание собственных курсов



**CORE**

Платформа адаптивного онлайн микрообучения

Спасибо за внимание!