

11 ВЫПУСК. МАЙ 2023

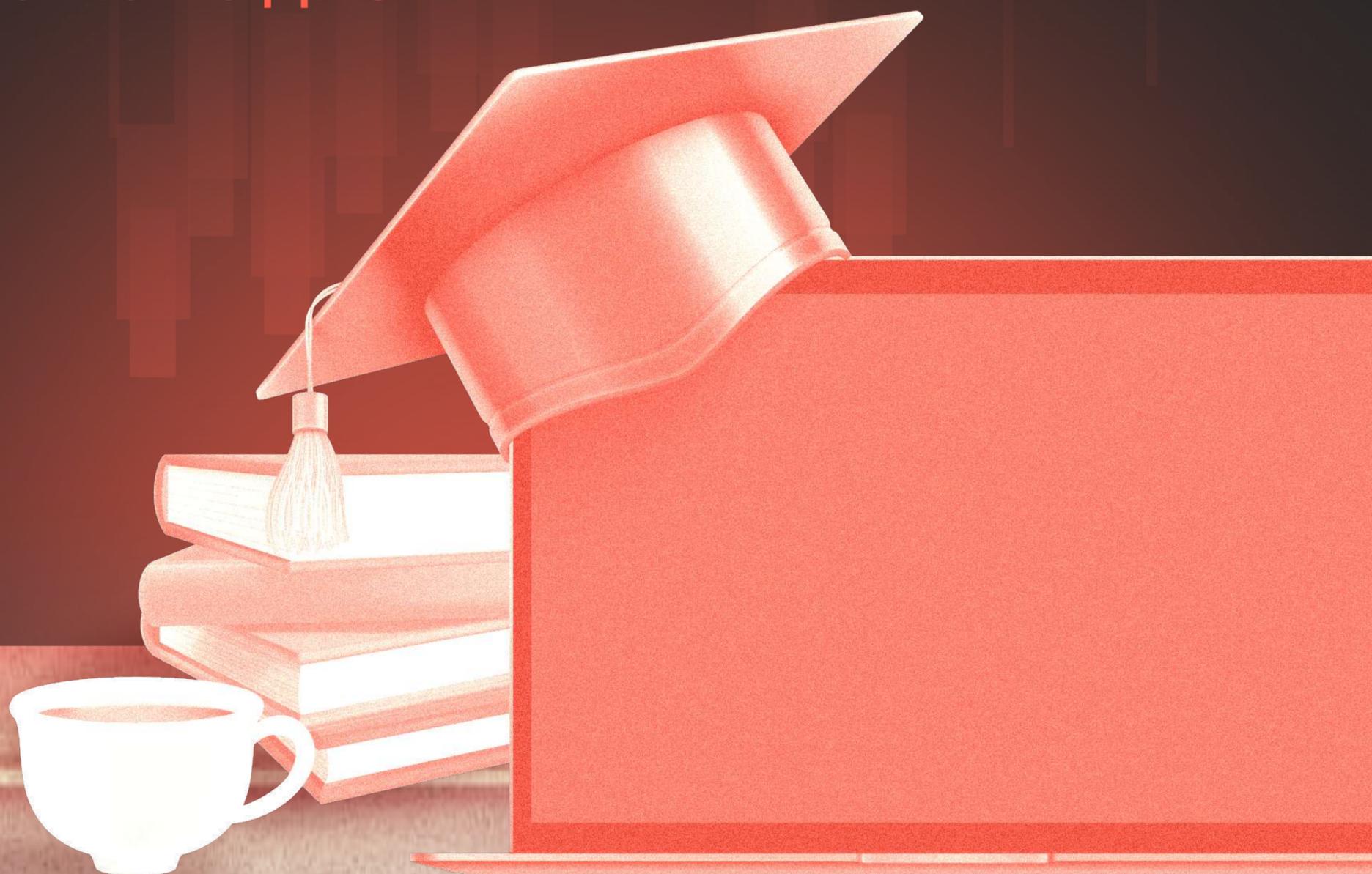
СPEКТР
ED.PARTNERS

SPEКТР + ED.PARTNERS

EDTECH

ДАЙДЖЕСТ

Главные тренды, новости и аналитика
сегмента ДПО



О продукте

Дайджест окажется полезен компаниям сегмента ДПО, бизнес-образования и другим участникам edtech-рынка. Каждый месяц мы освещаем главное, что происходит в дополнительном профессиональном образовании (онлайн-курсы) в России и в мире: тренды и новости, мнения участников рынка, аналитику маркетинговой активности российских компаний.

Дайджест призван экономить время топ-менеджеров. В нем собраны данные из десятков источников, в том числе неочевидных и платных, и отфильтрована только та информация, на основе которой можно принимать управленческие решения.

Основная аудитория:



Топ-менеджмент в edtech



Команды маркетинга и роста в edtech



Продуктовые команды в edtech

Ценность для основной аудитории:

— отслеживать активность конкурентов и изменения ландшафта рынка

— реагировать на угрозы и возможности рынка: в краткосрочной и долгосрочной перспективе

— адаптировать продукты под глобальные тренды

— вдохновляться лучшими мировыми и российскими практиками

— экономить время на поиск информации, на основе которой принимаются управленческие решения

Работу над дайджестом ведут две команды:

▶ СПЕКТР

Spektr — аналитическое агентство, которое занимается исследованиями и мониторингом рынка, трендов и конкурентного ландшафта.



weare@spektr.team



www.spektr.team

ed.partners

Ed.Partners — маркетинговое агентство, сосредоточенное на edtech-рынке. Сегодня мы предлагаем три услуги: CPA-маркетинг, Influence-маркетинг и маркетинговый консалтинг.



welcome@ed.partners



www.ed.partners



Тренды

- 7 | Edtech-компании развивают b2b-направление, чтобы помочь компаниям преодолеть дефицит кадров
- 8 | Российский bigtech поступает на «вышку»

10 | Конкурентный ландшафт: запуски курсов

Исследования и цифры

- 14 | Даже после 45 лет почти все россияне готовы учиться — но не за свой счет
- 15 | Skillfactory и Зарплата.ру: в IT работодателям нужнее всего специалисты по IT
- 16 | Опрос Зарплата.ру и Skypro: учиться россиян мотивирует прежде всего деньги
- 17 | Опрос Geekbrains: подавляющее большинство россиян поддерживает концепцию lifelong learning
- 19 | Исследование банка Русский Стандарт: объем платежей за обучение за год вырос почти в полтора раза

Мнения

- ★ 21 | «Мы достигаем успеха за счет требовательности к себе»: интервью с директором по маркетингу Skypro Никитой Щипановым
- ★ 24 | «Наша цель — показать максимальное количество курсов, чтобы человек принял взвешенное решение и сэкономил время»: интервью с лидерами «КурсМаркета»
- 27 | Директор по развитию Skillfactory о том, как работает ISA — модель оплаты обучения после трудоустройства
- 28 | Программное интервью Марианны Снигиревой о настоящем и будущем российского edtech

Российские новости

- ★ 31 | Прорыв в CPA-маркетинге для EdTech: Ed.Partners и «Где Слон?» заключили договор о партнерстве
- 31 | Тинькофф банк запустил первый в России частный STEM-университет
- 32 | РБК приобрел онлайн-школу ProductStar
- 33 | Hexlet запустила карьерного консультанта на базе ChatGPT
- 34 | Skillbox повесил баннеры с проектами студентов — прямо возле офисов компаний
- 35 | VK запустит образовательную платформу для блогеров

Мировой рынок

- 37 | Акции двух edtech-компаний рухнули из-за ChatGPT
- 37 | Coursera опубликовала отчет о том, как меняет жизнь людей к лучшему
- 39 | В ЕС выпустили чеклист для курсов с микросертификатами
- 41 | Эксперты HolonIQ рассказали о методах работы с психологическими проблемами в обучении
- 42 | Educause назвала 15 общественных трендов и шесть технологических практик, которые формируют будущее образования
- 44 | Индийский edtech-гигант Vuju's запустил сразу три ИИ-инструмента

ED.PARTNERS

С мая по июль у вас

«НЕСЕЗОН?»

Внедрите или дополните свой **CPA-маркетинг**:
платите только за факт продаж или
качественные лиды!

Новинка



Привет!
Я Лена Ермакова:

- сооснователь [Ed.Partners](#)
- руковожу направлением CPA-маркетинга
- была Head of CPA в SkillFactory Group (это школы SkillFactory, Contented, Product Live, Линейка Высшего образования)

В ЧЕМ МЫ СИЛЬНЫ ДЛЯ ВАС

Мы с командой запускаем с нуля CPA-маркетинг для edtech-игроков или эффективно масштабируем ваш текущий оффер. Мы единственные, кто запускает канал под ключ и не на словах, а качественно и на деле.

- более 1500 конвертящих веб-мастеров различных направлений и видов трафика
- 35 довольных клиентов
- более 30 CPA-сетей (через нас вы будете платить НОЛЬ рублей фикса всем новым CPA-сетям)
- только белый качественный трафик
- рост выручки с канала в среднем на 30-50% от квартала к кварталу
- РФ, СНГ и международные рынки
- трафик на основные воронки, вебинары, автовебинары, контентные продукты
- запуск реферальной программы

↓ ДАВАЙТЕ Я ПОКАЖУ ВАШЕЙ ОНЛАЙН-ШКОЛЕ, НА ЧТО МЫ СПОСОБНЫ ↓

ED.PARTNERS

[Связаться со мной прямо сейчас](#)

если ссылка не откроется, пройдите по адресу ed.partners/cpa

СПЕКТР ПОМОГАЕТ EDTECH-КОМПАНИЯМ АНАЛИЗИРОВАТЬ РЫНОК, ТРЕНДЫ, ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ И КОНКУРЕНТОВ

Какие бизнес-задачи помогают решать наши исследования?

 Выход на международные рынки

 Поиск точек роста
в существующих продуктах

 Запуск новых продуктов
и сервисов

 Целеполагание
и синхронизация команд

 Разработка маркетинговой,
продуктовой или бизнес-
стратегии

За четыре года мы провели более **200** исследований для лидеров рынка. Среди наших клиентов — Сбер, Яндекс, Ростелеком, Авито, VK, X5 Group и другие крупнейшие компании России.

Напишите нам,
и мы обсудим
вашу задачу ❤️

t.me/@aemakarenkova

weare@spektr.team



ТРЕНДЫ

КЛЮЧЕВЫЕ ХАЙЛАЙТЫ

Корпоративное обучение — хит сезона. Российские эдтехи начинают гонку в b2b-сегменте

У высшего образования в России новый виток развития: оно привлекает российские банки и выходит в онлайн



EDTECH-КОМПАНИИ РАЗВИВАЮТ B2B-НАПРАВЛЕНИЕ, ЧТОБЫ ПОМОЧЬ КОМПАНИЯМ ПРЕОДОЛЕТЬ ДЕФИЦИТ КАДРОВ

В I квартале 2023 года Центробанк зафиксировал в России рекордный с 1998 года уровень дефицита кадров. Самая острая ситуация — в промышленности, водоснабжении и добыче, но кадровый кризис фиксируют во всех сферах экономики. По данным hh.ru, в 2022 году средний срок поиска сотрудника вырос в два раза — с полутора до трех месяцев.

Развитие обучения за счет компании — один из самых эффективных способов удержать сотрудников. Это не только помогает развивать компетенции специалистов и компенсировать дефицит новых сотрудников, но и служит элементом соцпакета, который помогает повысить удовлетворенность и лояльность работников.

Обучение за счет компании — самый популярный у россиян элемент идеального компенсационного пакета (в опросе Superjob его выбрали 44% опрошенных). Он особенно популярен у молодежи и работников с зарплатой до Р50 тыс. В другом опросе Superjob 14% россиян назвали прохождение обучения своей главной карьерной целью на 2023 год. Этот пункт занял третье место, его обошли лишь повышение зарплаты и повышение по карьерной лестнице (оба по 15%). При этом 28% россиян назвали возможность пройти обучение на работе ключевым фактором при выборе работодателя.

Как отмечает директор по маркетингу ЕКФ Анастасия Пинчурова, каждый сотрудник представляет свою компанию, а качественное корпоративное обучение демонстрирует позитивное отношение компании к кадрам и служит пиар-целям ее бренда. А сильный бренд и хорошая репутация — ключевой фактор при выборе работодателя для 47% россиян. Нехватка сотрудников заставляет компании больше вкладывать в корпоративное обучение, прежде всего в сфере высоких технологий. По словам управляющего партнера агентства Odgers Berndtson Russia Романа Тышковского, в 2022 году расходы крупных компаний на корпоративное образование в целом сокращались, но в 2023 вновь пошли в рост.

Российские компании чаще всего выбирают смешанную модель корпоративного образования, в которой внутренние решения дополняются внешними. По данным исследования Smart Ranking и Акцион, 94% российских компаний, которые занимаются обучением своих сотрудников, имеют собственную образовательную площадку, а 76% — используют внешние ресурсы.

Самые популярные внешние ресурсы обучения среди российских компаний

Ответ	Доля компаний, отметивших пункт, %
Тренинги внешних провайдеров в кастомизированном и доработанном под вашу компанию формате	94
Тренинги внешних провайдеров в авторском варианте	82
Подписка на внешние образовательные ресурсы	76
Внешний коучинг	72
Государственная переподготовка кадров	50
Другое	19



ТРЕНДЫ

Рост спроса на корпоративное образование толкает российские edtech-компании развивать b2b-направление. За последние полгода три крупных российских edtech-компании, прежде действовавшие только в нише b2c, создали корпоративные направления.

Skillbox запустил платформу Lerna в декабре 2022 года. Это корпоративный маркетплейс курсов ДПО. Компания покупает подписку сразу на все курсы платформы, при этом платит за каждого сотрудника. Платформа сделана специально под HR-специалистов: в личном кабинете они могут настроить программы компенсаций для сотрудников, принимать заявки на обучение от них, или назначать им обучение самостоятельно, а также контролировать их прогресс. У сотрудников тоже есть свой личный кабинет. Сейчас на ней более 600 образовательных программ, а до конца года компания планировала довести их количество до двух тыс.

SkillFactory запустил проект «Фэктори» в марте 2023 года. Это платформа, в рамках которой компании могут давать студентам реальные задачи из своей практики, которые те будут выполнять под контролем наставников. Сервис отчасти служит задачам корпоративного обучения: выполняя проекты конкретных компаний, студенты создают релевантное портфолио для работы именно в них. Поэтому отправляя задачи SkillFactory, компании фактически формируют для себя кадровый резерв.

Яндекс Практикум запустил корпоративную платформу «Грейд» в апреле 2023 года. Как и Lerna, она работает по корпоративной подписке. Главные особенности — возможность для каждого студента составить персональный план и адаптировать курсы под свои задачи и навыки, убирая или добавляя учебные модули. Пока на платформе семь курсов, до конца года планируется увеличить их число до 20.

РОССИЙСКИЙ VIGTECH ПОСТУПАЕТ НА «ВЫШКУ»

В 2022 году выручка от всех очных программ высшего образования с дистанционным обучением в России составила около ₽1,42 млрд, подсчитали образовательные платформы Нетология, SkillFactory и Skillbox. Годом ранее тот же показатель составил ₽717 млн.

Edtech-компании, которые предлагают студентам онлайн-курсы высшего образования, также фиксируют рост выручки. Если в 2020 году на них они заработали ₽34,6 млн, то в 2021 — ₽148,6 млн, а в 2022 — ₽369 млн. Только за один год доход с курсов высшего образования увеличился на 148%.

Низкая востребованность программ классических вузов — одна из причин стабильно растущего спроса на онлайн-курсы высшего образования. В ноябре 2022 года эксперты Высшей школы экономики выяснили, что за последние 20 лет число учащихся образовательных программ в российских вузах сократилось.



Поступивших на бакалавриат и магистратуру в 2021 году оказалось на 23% меньше, чем в 2001, на аспирантуру — меньше на 40%. Это прямо противоречит демографическому тренду для россиян 15–17 лет.

На фоне роста рынка онлайн-курсов высшего образования крупные российские технологические компании, как правило из банковского сектора, не остаются в стороне. Для них это еще один источник выручки.

В мае Тинькофф зарегистрировал собственный университет. Это первая попытка кредитной организации в России создать учреждение с программами высшего образования. Программа бакалавриата «Центрального университета» начнется в сентябре 2024 года, магистратура — в текущем году. На старте программа обучения включает три специальности: математика, компьютерные науки, бизнес продукта. Позже на базе университета запустится образовательная платформа, где представят курсы от вузов.

Тренд на создание полноценных университетов банками в России уникален: в странах Запада коммерческие структуры не стремятся создавать полноценные вузы, так как им достаточно частных учебных заведений разного уровня.

В марте 2022 года Сбер запустил платформу «Академия Edutoria» с онлайн-программами высшего образования — двумя годами ранее глава Сбербанка Герман Греф заявлял об очень низком уровне образования в России из-за неэффективности системы управления. Для студентов на «Академии Edutoria» доступны курсы в рамках бакалавриата, магистратуры и дополнительного профессионального образования.

Передовые вузы с сильным брендом также не остаются в стороне и начинают адаптировать свои учебные программы в форму онлайн-курсов. Такой формат помогает поддерживать свои услуги востребованными в те времена, когда студенты предпочитают учиться дома.

Это дает вузам возможность увеличить число абитуриентов, которые не могут физически присутствовать в вузе, находясь в других регионах и странах. Как результат, вузы увеличивают абитуриентскую базу и вместе с этим доходы с образовательных программ.

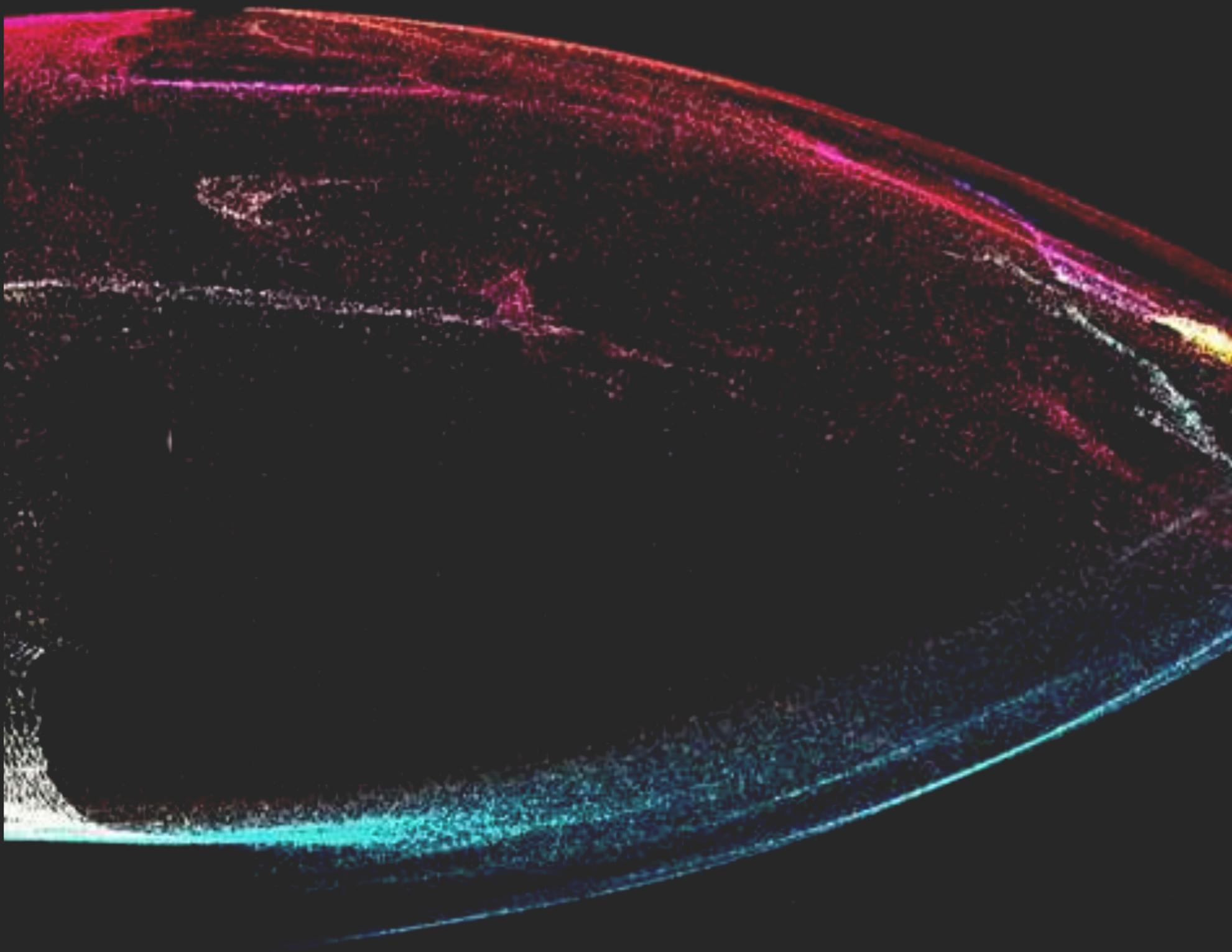
В мае ВШЭ запустил онлайн-кампус — по сути, платформу, на которой собраны все онлайн-продукты вуза, включая различные курсы и программы высшего образования. Проходить обучение можно на русском и английском языках в синхронном и асинхронном форматах.

Появление новых университетов и онлайн-платформ с программами высшего образования усилит конкуренцию на рынке и борьбу за студентов. У последних, в свою очередь, выбор станет шире: собрать рюкзак и идти в классический вуз, записаться на курс в университет при банке или купить курс от онлайн-университета. Решающими факторами при выборе будет цена, удобство прохождения и наличие сертификата.



КОНКУРЕНТНЫЙ ЛАНДШАФТ: ЗАПУСКИ КУРСОВ

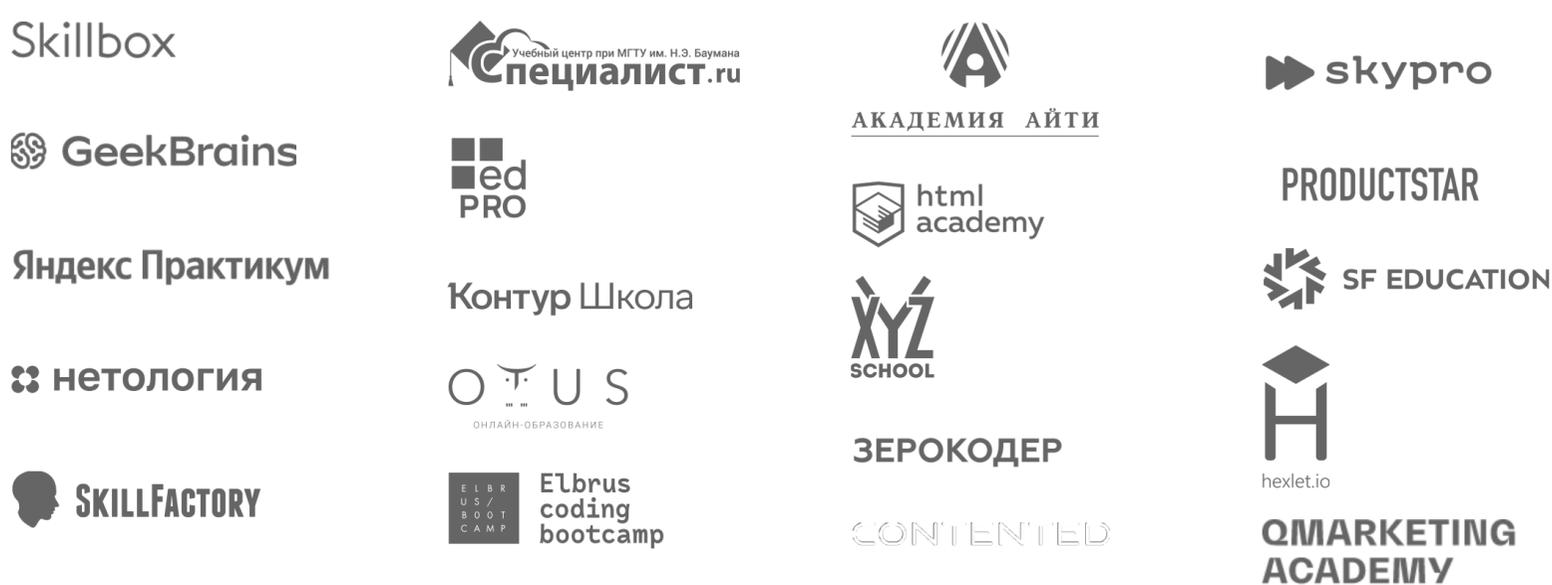
11 ВЫПУСК. МАЙ 2023



Период
мониторинга

01 — 31 МАЙ

Вошедшие в мониторинг школы



* Критерии отбора школ:

- 1) За основу взят перечень топ-100 школ по объему выручки в прошлом году
- 2) Из перечня удалены школы, которые не соответствуют ДПО, нацелены на иностранные языки, корпоративное или бизнес-образование
- 3) В случае наличия содружества школ (например, SkillBox Holding или Ultimate Education) к рассмотрению были приняты все школы содружества с российского рынка, соответствующие ДПО



Technical Product Manager

Специалист по Data Science

Годовая онлайн-программа запущена вместе с МФТИ — его преподаватели разработали некоторые модули и курсы. Он предназначен и для новичков в IT, и тех, у кого уже есть некоторые знания. После полугода обучения студенты смогут выбрать специализацию. В конце обучения студенты смогут пройти стажировку в Ozon, МЭЦ или Anexix. Стоимость обучения — от Р9 167 в месяц. Аналогичные программы схожей длительности есть у многих школ, таких как Яндекс Практикум, Skillbox и Нетологии.

Информационная безопасность

11-месячная онлайн-программа также разработана вместе с МИФИ, а также с участием AliExpress и VK. Программа подойдет и начинающим специалистам, и новичкам с нулевым уровнем. Стоимость обучения — от Р7 292 в месяц. Похожие курсы есть у Нетологии, Skillbox, Geekbrains и других edtech-компаний.

Technical Product Manager

Еще одна совместная с МИФИ программа длительностью в 10 месяцев. Также среди партнеров программы — AliExpress, Сбер AI Lab и 77 Experts. В нее входит как обучение продакт-менеджменту и работе с данными, так и освоение базовых технических навыков, таких как концепции API, машинное обучение и блокчейн. Стоимость обучения — от Р9 167 в месяц. Программы обучения продакт-менеджменту с уклоном в IT есть у Нетологии, Epic Growth, Otus.



Zbrush с нуля

Курс длительностью в три месяца посвящен популярной программе для 3D-моделирования. Его предлагают как новичкам без опыта, так и 2D-художникам или 3D-дизайнерам, которые пока не работали в Zbrush. Стоимость обучения — от Р3 750 в месяц. Отдельный курс по Zbrush есть лишь в Skillbox, но программа изучается на многих программах по геймдизайну и 3D-моделированию, например, 3D-моделирование с нуля в Otus или 3D Artist в Contented.



3D-художник

10-месячный курс подойдет новичкам, художникам и дизайнерам других профилей, которые хотят заняться геймдевом. Он обучит азам 3D-моделирования и поможет освоить Blender, Substance Painter и Unreal Engine. Стоимость обучения — от Р 4 561 в месяц. Похожие курсы есть у Contented, Skillbox, Нетологии и XYZ School.



ИССЛЕДОВАНИЯ И ЦИФРЫ

КЛЮЧЕВЫЕ ХАЙЛАЙТЫ

Большинство россиян старше 45 лет готовы учиться, но не хотят тратить на это собственные деньги

Компании нуждаются в специалистах по ИС, острый дефицит которых так и не был преодолен

Главная мотивация россиян учиться — деньги. А главное препятствие — нежелание оплачивать образование

90% россиян поддерживают концепцию lifelong learning

Россияне стали платить за учебу почти в полтора раза чаще, но средний чек снизился более чем на треть

ДАЖЕ ПОСЛЕ 45 ЛЕТ ПОЧТИ ВСЕ РОССИЯНЕ ГОТОВЫ УЧИТЬСЯ — НО НЕ ЗА СВОЙ СЧЕТ

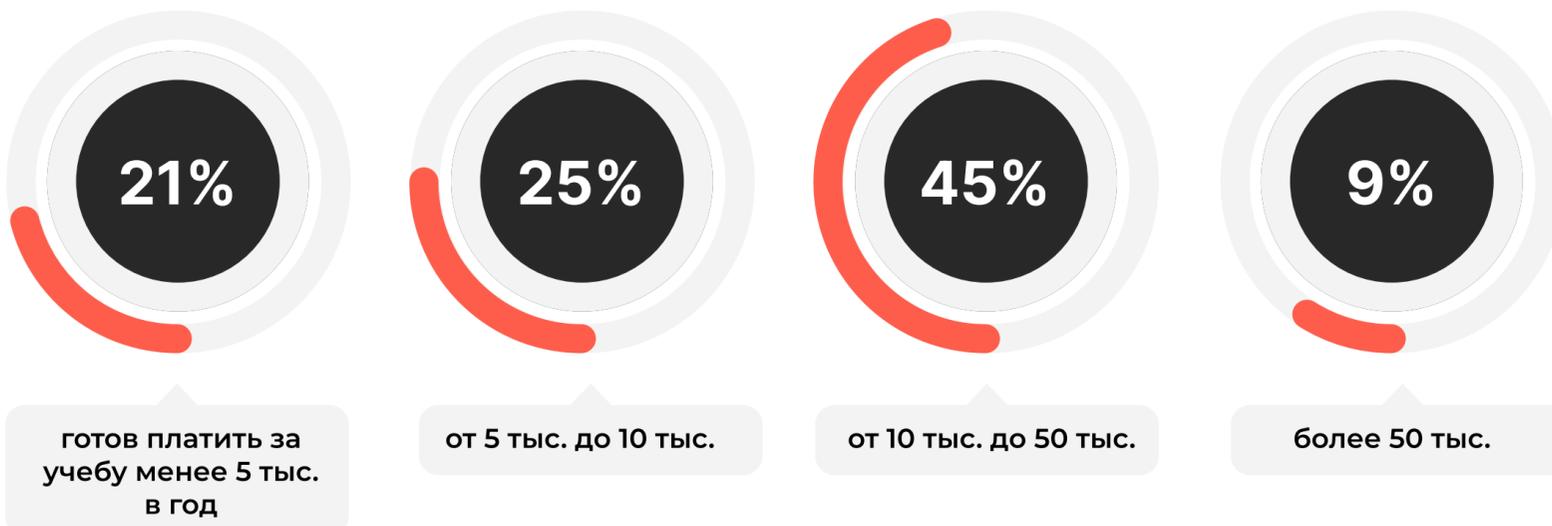
ИСТОЧНИК



Нетология опросила 1,2 тыс. человек в возрасте 45–65 лет о том, готовы ли они проходить онлайн-обучение и сколько готовы за него заплатить.

52% опрошенных уже проходили онлайн-обучение, из них 60% — за деньги. 74% их тех, кто платил, делали это из своего кармана, а остальные — за счет работодателя. 96% респондентов сказали, что готовы учиться не за свой счет.

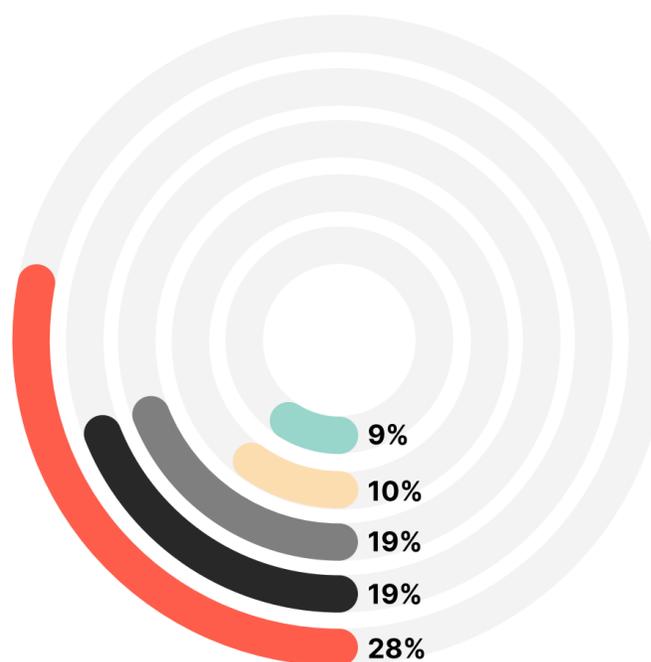
Сколько готовы отдать за учебу россияне 45–65 лет



Также респондентам задали вопрос об основной мотивации учиться. Здесь на первом месте оказалось желание заработать.

С какой целью вы проходили онлайн-курсы?

- Ради дополнительного заработка
- Чтобы получить новые знания и навыки
- С целью повысить квалификацию
- Ради обогащения досуга
- Чтобы освоить новую профессию



SKILLFACTORY И ЗАРПЛАТА.РУ: В IT РАБОТОДАТЕЛЯМ НУЖНЕЕ ВСЕГО СПЕЦИАЛИСТЫ ПО IC

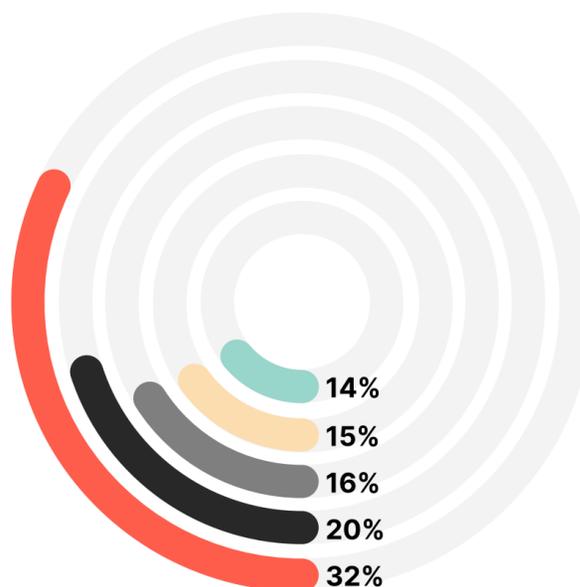
ИСТОЧНИК



SkillFactory и Зарплата.ру опросили работодателей о том, какие IT-специальности и конкретные навыки у сотрудников будут важнее всего для них в III квартале 2023 года. В опросе приняли 1 200 руководителей компаний и отделов

Какие IT-специалисты будут требоваться бизнесу больше всего в III квартале 2023 года

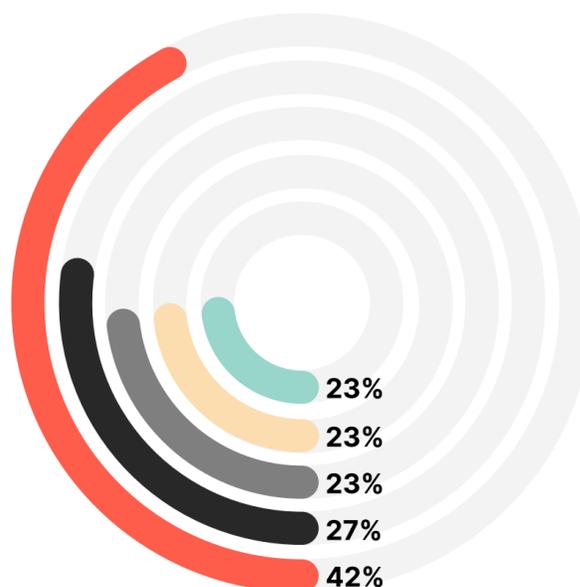
- Специалисты по кибербезопасности
- Сетевые инженеры
- Специалисты по цифровой трансформации
- Мобильные разработчики
- Руководители команд разработки



35% компаний ищут руководителей отделов, 34% — программистов уровня middle, 17% нужны senior-специалисты, а 14% — junior. 38% также отметили, что готовы принять стажеров. Среди наиболее востребованных навыков программистов оказался IC, который с большим отрывом обогнал все остальные языки.

ТОП-5 наиболее востребованных навыков программистов

- Программирование на IC
- Python-разработка
- C++
- JavaScript
- Система управления базами данных PostgreSQL



55% опрошенных работодателей рассказали, что сами выращивают кадры. Из них 24% работают с edtech-компаниями, 18% разрабатывают собственное обучение, а 13% используют вузовские программы ДПО.



Лидерство 1С в рейтинге самых востребованных IT-навыков не очень сочетается с результатами опросов самих IT-специалистов, в которых традиционно самыми популярными языками в последнее время становятся Python и Java. Об остром дефиците специалистов по 1С заговорили еще в середине 2022 года — высокий спрос обусловлен массовым переходом компаний на отечественный софт. И как свидетельствует этот опрос, решить проблему пока не удастся.

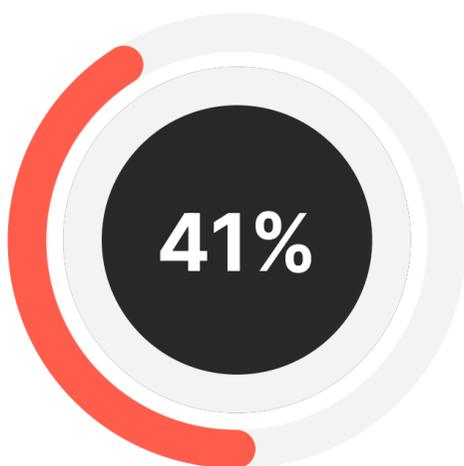
ОПРОС ЗАРПЛАТА.РУ И SKYPRO: УЧИТЬСЯ РОССИЯН МОТИВИРУЕТ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ДЕНЬГИ

ИСТОЧНИК

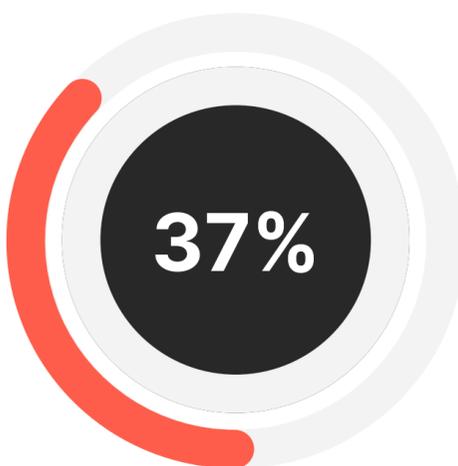


Специалисты двух компаний опросили 1 880 работающих россиян — им задали вопросы о том, какие факторы могут мотивировать их учиться. Главное — это деньги — их на первое место поставили 38% респондентов. Затем следуют личностный рост — 25% и расширение кругозора — 18%.

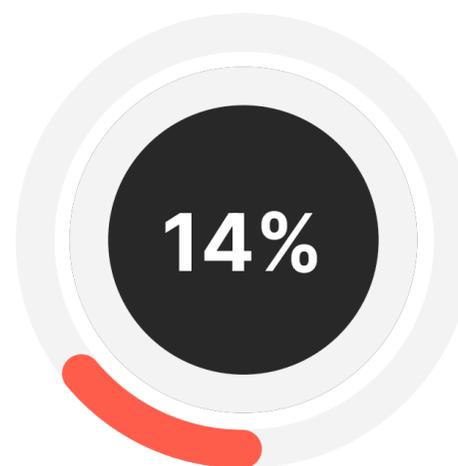
Что мешает россиянам учиться



не готовы тратить деньги на обучение



не хватает времени на учебе



не хватает желания и мотивации

Из тех, кто готов платить, 56% рассчитывает платить частью своего ежемесячного дохода, 31% готовы потратить на учебу накопления. 78% готовы заплатить до Р40 тыс. за курс. Лишь 15% рассчитывают на сумму до Р80 тыс.

Также респондентам задали вопрос о том, что останавливает их начать обучение. 71% не уверены, что доведут дело до конца. 43% боятся ошибиться с выбором направления для обучения. По 29% боятся сложных задач и опасаются, что не смогут стать востребованными профессионалами.

ОПРОС GEEKBRAINS: ПОДАВЛЯЮЩЕЕ БОЛЬШИНСТВО РОССИЯН ПОДДЕРЖИВАЕТ КОНЦЕПЦИЮ LIFELONG LEARNING

ИСТОЧНИК



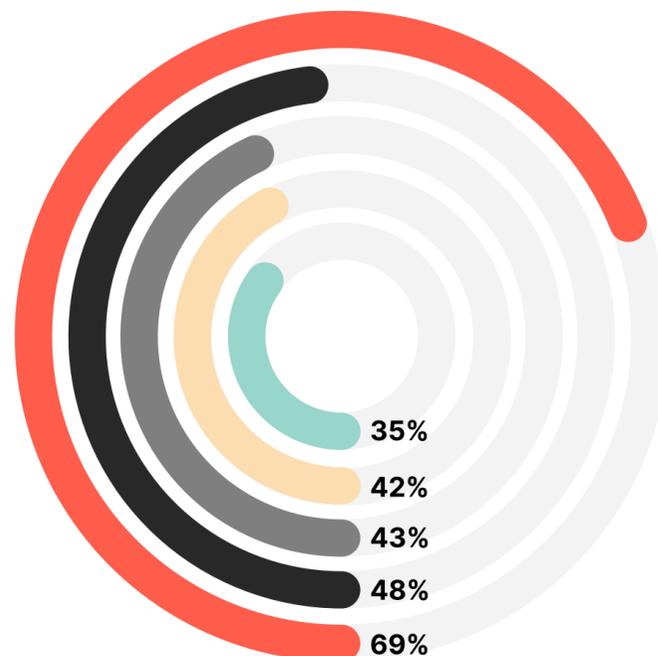
В опросе участвовали более тысячи человек от 18 до 55 лет. 89% уверены, что образования в школе, вузе и техникуме недостаточно для карьерного роста, и учиться надо постоянно. Лишь 11% считают, что знаний, полученных в классических учебных заведениях, хватит на всю жизнь.

48% считают, что образования в вузах и колледжах в принципе слишком мало для работы. Еще 20% думают, что традиционного образования достаточно для старта карьеры, но не для ее развития.

Среди основных преимуществ lifelong learning россияне прежде всего выделили возможность оставаться в повестке рынка труда и осваивать востребованные для работодателей навыки (69%).

Чем полезно непрерывное обучение?

- Дает возможность оставаться востребованным на рынке труда
- Способствует продвижению по службе
- Помогает освоить интересные сферы, на которые раньше не хватало времени
- Помогает расширять кругозор
- Тренирует память



Из методов lifelong learning россияне предпочитают программы повышения квалификации, от которых немного отстают онлайн-курсы.

Какими инструментами пользуются респонденты



Этот и предыдущий опрос показывают, что россияне хорошо понимают ценность образования в рамках ДПО и готовы учиться. В то же время, они жестко связывают образование с карьерой, и рассчитывают получить конкретные материальные выгоды от него вскоре после прохождения обучения. Учиться ради более абстрактных целей готовы немногие.

Большинство хочет учиться не за свой счет, и лишь немногие готовы тратить на образование собственные деньги в больших количествах. Вероятно, это связано со снижением доходов и туманными экономическими перспективами. В такой ситуации потребители ждут от рынка более коротких и практико-ориентированных образовательных продуктов, гибких систем оплаты, а также более активного сотрудничества с работодателями в рамках b2b-моделей, где за образование платит компания. Работодатель также может дополнительно мотивировать сотрудника, гарантируя ему те или иные преференции после прохождения обучения.

ИССЛЕДОВАНИЕ БАНКА РУССКИЙ СТАНДАРТ: ОБЪЕМ ПЛАТЕЖЕЙ ЗА ОБУЧЕНИЕ ЗА ГОД ВЫРОС ПОЧТИ В ПОЛТОРА РАЗА

ИСТОЧНИК

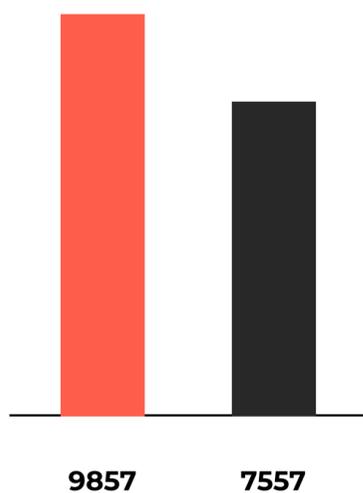


По данным банка, в I квартале 2023 года число платежей за тренинги и онлайн-курсы у его клиентов выросло на 41% год к году. Количество транзакций выросло, но средний чек упал — если в 2022 году он составлял **₽13 543**, то в 2023 — всего **₽8 589**. На женщин пришлось 55% платежей. При этом средний чек у мужчин оказался выше.

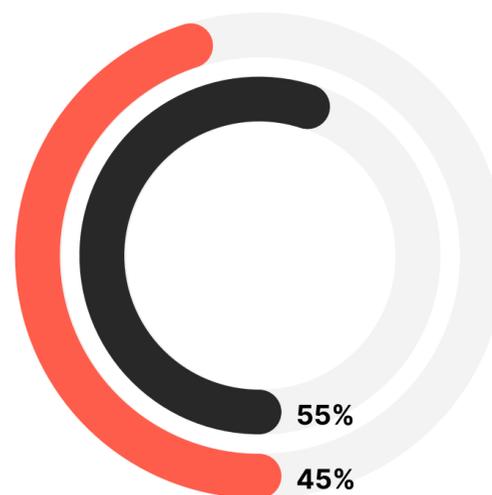
48% считают, что образования в вузах и колледжах в принципе слишком мало для работы. Еще 20% думают, что традиционного образования достаточно для старта карьеры, но не для карьерного роста.

Среди основных преимуществ lifelong learning россияне прежде всего выделили возможность оставаться в повестке рынка труда и осваивать востребованные для работодателей навыки (69%).

Средний чек мужчин и женщин за образование, руб



Распределение платежей за образование между мужчинами и женщинами



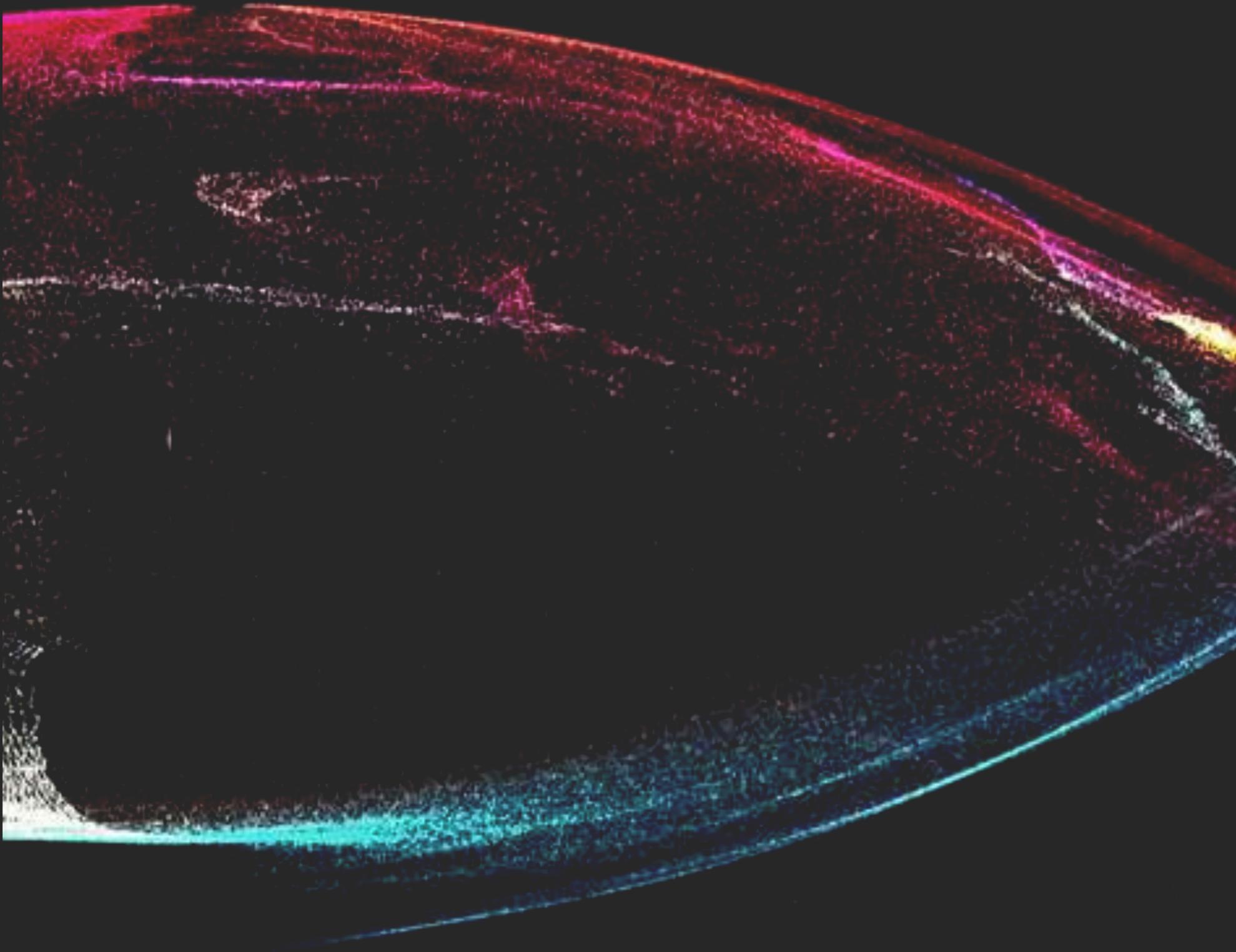
● Мужчины ● Женщины

56% операций были произведены в оффлайне, остальные — через интернет. При этом у оффлайновых операций средний чек значительно ниже — **₽3 069** против **₽12 913**.



МНЕНИЯ

11 ВЫПУСК. МАЙ 2023



ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ИНТЕРВЬЮ

«МЫ ДОСТИГАЕМ УСПЕХА ЗА СЧЕТ ТРЕБОВАТЕЛЬНОСТИ К СЕБЕ»: ИНТЕРВЬЮ С ДИРЕКТОРОМ ПО МАРКЕТИНГУ SKYPRO НИКИТОЙ ЩИПАНОВЫМ

Онлайн-университет Skypro запущен компанией Skyeng весной 2021 года. Стартап предлагает пользователям обучение по профессиям, связанным с информационными технологиями и маркетингом. СМО Skypro Никита Щипанов рассказал, какими правилами руководствуется компания, как подбирает персонал и на каких игроков edtech-рынка равняется.



СМО Skypro
Никита Щипанов

— Мы видим, насколько сильно развивается ваш маркетинг и что по качеству и темпам роста он стал занимать первые места на edtech-рынке. За счет чего это достигается?

— За счет требовательности к себе. У нас очень требовательная управляющая команда, она следит за результатами и всегда сравнивает с тем, что происходит на рынке. Мы спрашиваем себя: «Точно ли мы здесь лучшие, точно ли у нас лучший продукт, точно ли наши каналы работают лучше всех?». Мы начинаем искать, где мы проигрываем, и запускаем ряд проектов, которые нам помогают снова стать первыми.

Мы не делаем намного больше интеграций, чем другие компании. Я общался с ребятами из edtech и других сфер и знаю, где делают больше. Мы лишь стараемся приблизиться к внутренним бенчмаркам, которые сейчас есть.

— С какими вызовами вы столкнулись за последний год? Что было самым сложным?

— Для меня главным вызовом стало управление большой командой. Раньше я работал максимум с четырьмя–пятью людьми, но когда я перешел на должность директора по маркетингу, команда расширилась до 28 человек. Самой жесткой задачей стало понимание того, на чем нужно сфокусироваться и на что необходимо тратить свое время. Когда перед тобой отчитываются восемь человек, у тебя календарь превращается в сплошные face-to-face и планерки, можно просто не выходить из Zoom, ты ничего не успеваешь.

Помогла команда лидов. Она давала советы, как расставить приоритеты, упростить работу с командой, оптимизировать процессы. Поскольку у меня хорошие hard skills, я быстро нашел, какие каналы у нас не работают — мы запустили ряд проектов, чтобы это исправить.

Первым вызовом для меня стало отключение каналов Facebook* и Google. Я пришел в июне 2022 года, когда были самые большие последствия этого отключения. У нас отстрелялись все крупные интеграции, начался несезон, нет крупных каналов и возник вопрос: «Где искать трафик?». Также были трудности с блогерами. Мы сделали ряд проектов, с помощью которых удалось решить проблему неправильного выбора блогеров, необоснованного количества тестов.

Кроме того, мы начали экспериментировать с воронками. У нас было ограниченное число продуктов и мы не могли вырастить большое количество трафика из поиска, контекстная и SEO-реклама для нас — конечный канал. Мы сделали широкую воронку марафонов.

В работе нам помогло взаимодействие с командой продукта. Мы передавали им фидбек от пользователей. У нас появилось уникальное торговое предложение про гарантии трудоустройства, мы поняли, что это очень чувствительная точка для людей. Мы хотели дать честный продукт и показать все наши основные преимущества во всех воронках.

Еще одна вещь, которую предложила команда отдела продаж, — пакеты (тарифы) с набором определенных условий поддержки и обслуживания на каждом курсе. Команда продаж отгрузила в отдел продукта фишки, а тот сделал пакеты и провел удачный тест. Это помогло расширить экономику, вырос средний чек и мы смогли позволить себе закупать более дорогой трафик.

Следующим шагом для нас стала необходимость научиться работать с VK. Мы продолжаем учиться, гораздо больше закупаем и входим в топ edtech-проектов, кто туда сейчас заливает бюджеты.

— Как вам удается собирать лучшую команду? И какой психологический портрет должен быть, чтобы в такой агрессивной конкурентной среде достигать результатов? (Опираюсь на эту статью)

— Мы очень тщательно отбираем кандидатов на собеседованиях, а затем смотрим, как быстро человек адаптируется. Мы подходим к этому, как к воронке, у нас есть отборочный этап — мы вместе недолго работаем. Можем сделать тестовый проект вместе с кандидатом, если это ключевой сотрудник, и только потом взять его на работу.

Если мы взяли тимлида, мы даем ему точку и ждем, что будет на выходе. Есть проектный план, система опережающих показателей, с которыми можно всегда свериться. В конце месяца мы спрашиваем у человека, каких успехов ему удалось достичь.

Если речь идет о линейном персонале, руководители команд, которые нанимали таких сотрудников, делают недельные планы и задают контрольные вопросы: «Справляешься ты или нет?». Я и лиды тратим много времени на найм персонала, для нас это один из важных блоков.

Мы ценим в сотрудниках гибкость мышления, здравый смысл, умение быстро находить, в чем проблема и решать ее, hard skills чаще всего не так важны. Наш основной принцип — принцип дебага: нужно быстро выявлять узкую зону и направлять туда все усилия.

— Какие сильные качества вы выделяете в себе?

— Мне не все равно, что происходит в проекте. Если у нас что-то идет не так, я дожду, чтобы мы эту штуку исправили. Я не допущу критичной ситуации. У меня сильно развиты hard skills, я могу подключиться к любому каналу и помочь. Я фокусируюсь на быстром решении проблем. Я готов оказывать поддержку команде и делиться своей экспертизой на любом этапе, что бы у сотрудников ни происходило.

— Какие каналы продвижения сейчас драйверы в Skypro? На чем вы делаете упор?

— Мы нацелены на быстрый поиск узких мест и масштабирование (как нам делать больше размещений, не развалив конверсию и сохранив те показатели, которые у нас есть). Наша задача на уровне маркетинга — научиться делать x2-x3 регистраций в большинстве каналов. Это видно по количеству наших размещений у блогеров. У нас есть широкая воронка марафонов, задача которой — масштабирование, и воронка блогеров, которую сейчас колбасит и там есть свои ограничения.

— Одна из пяти функций СМО по Deloitte — «быть лучшим рассказчиком о бренде». В прошлом вы — Performance Marketing Lead. Обычно те, кто приходит на пост директора по маркетингу из этой позиции, делают упор на перфомансе, но бренд-маркетинг проседает. Те, кто из бренд-менеджеров, акцентируют внимание на бренде, но перфоманс проседает. А как в вашем случае?

— Мой опыт мне не мешает. Сейчас мы можем расти на технических скиллах. Перфоманс нам не подходит. В какой-то момент мы дорастем до этапа, когда нужно будет работать с офлайн-каналами, брендом и охватами, понять, как это все учитывать, иначе мы упруемся в потолок. Я к этому готовлюсь, консультируюсь, изучаю эту тему и планирую проводить тесты.

— На маркетинг каких edtech-игроков вы смотрите?

— Мы много смотрим на инфобиз. Like Центр хорошо работает с перформансом, круто растет, у него есть чему поучиться. Суперсила Like — скорость и отсутствие страха за бренд, они не боятся что-то тестировать и очень быстро предпринимательски мыслят. Мы равняемся на них с точки зрения маркетинга.

Много кто из ребят делает классные вещи. Например, Ольга Гоголадзе, Дмитрий Румянцев, Мария Афонина. Вообще есть куча проектов, у которых можно что-то подсмотреть.

— Последний вопрос: куда вы ведете маркетинг? Что является вашей полярной звездой в маркетинге Skypro в перспективе одного года?

— Если говорить про метрики, мы хотим стать игроком №1 на маленьком количестве продуктов и на их высоком качестве. Мы хотим сделать это на воронках. Если говорить про команду, то она должна стать более самоходной. Мы хотим еще быстрее ловить тренды, оперативно тестировать и внедрять. Выигрывают компании, которые могут быстро тестировать и раскатывать какие-то штуки — воронки, контент, продукты. Только так можно вырасти.

*Организация, запрещенная на территории РФ

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ИНТЕРВЬЮ

«НАША ЦЕЛЬ — ПОКАЗАТЬ МАКСИМАЛЬНОЕ КОЛИЧЕСТВО КУРСОВ, ЧТОБЫ ЧЕЛОВЕК ПРИНЯЛ ВЗВЕШЕННОЕ РЕШЕНИЕ И СЭКОНОМИЛ ВРЕМЯ»: ИНТЕРВЬЮ С ЛИДЕРАМИ «КУРСМАРКЕТА»

Агрегатор «КурсМаркет» помогает пользователям выбирать образовательные программы от программ разработки до курсов кулинарии. Сейчас на платформе более 11 тыс. курсов и профессий в 100 направлениях и свыше 180 школ-партнеров. Основатель компании Мария Чумак и руководитель проекта Максим Еремеев рассказали, как появился «КурсМаркет», как школам попасть на платформу и какие наблюдают тенденции на рынке агрегаторов.



Основатель
КурсМаркета
Мария Чумак



Руководитель
проекта
Максим Еремеев

— Расскажите о том, как появился проект

Мария Чумак: Когда у меня возникла потребность в онлайн-обучении, я обнаружила, насколько неудобно устроен рынок. Во-первых, приходится долго искать нужные курсы и изучать их программу. Во-вторых, у школ агрессивный маркетинг и складывалось впечатление, что их главная задача — продать: после общения с менеджером я сталкивалась с огромным количеством звонков.

Мы начали работать над проектом в 2019 году. Сначала я планировала создать маркетплейс, где человек и выбирает курс, и обучается на одной площадке. Но реализовать идею в таком виде не вышло: рынок оказался не готов к ней, школы не шли на контакт. Пришлось изменить концепцию — оптимальным вариантом оказался агрегатор.

Если на маркетплейсе человек производит оплату и учится, то на агрегаторе он получает лишь информацию об услуге, а потом его перенаправляют на сайт школы.

— Ставили ли вы другие цели при запуске проекта помимо того, чтобы упростить выбор курсов для людей?

Мария: Я не предполагала, как много будет работы. Мне было интересно, но хотелось сделать что-то с минимальными затратами. Когда мы опробовали формат маркетплейса, то потратили много сил, времени и денег. При этом увидели рост рынка — отступить уже не хотелось, поэтому мы переработали нашу концепцию.

Максим Еремеев: Сейчас проводим много экспериментов по визуальной части, начинаем привлекать много трафика, готовимся к сезону, который начнется в августе. Надеемся за два сезона полностью окупить затраты.

— Какая у вас модель монетизации? Какой вектор развития?

Максим: Модель монетизации в нашей нише сейчас одна — работа через партнерские программы. Мы получаем процент с каждого приведенного в школу ученика. Это выгодно самим школам — они платят за конечный результат, что как глоток свежего воздуха в условиях роста стоимости привлечения трафика.

Сейчас биржи повышают комиссии для школ, и те переходят с одной площадки на другую, а потом начинают напрямую сотрудничать с рекламодателями. С одной стороны, это хорошо — ты плотнее взаимодействуешь со школами и в результате намного проще делать какие-либо коллаборации. С другой стороны, когда у тебя 200 школ, со всеми надо вести операционку — а это колоссальные затраты времени. Плюс не у каждой школы есть трекер для отслеживания действий на сайте.

Есть два варианта развития событий:

1. Биржи и школы найдут оптимальные условия сотрудничества и все останется так, как есть.
2. Агрегаторы начнут создавать или объединяться с биржами и рекламировать не отдельные школы, а сами направления, а пользователи будут выбирать, какое обучение им больше подходит. В итоге основным источником лидов и продаж станут агрегаторы.

— Расскажите о ваших конкурентах. Чем вы от них отличаетесь?

Максим: На момент создания проекта было мало агрегаторов курсов, у нас практически не было конкурентов. Сейчас число агрегаторов в edtech выросло, но ярко выраженного лидера рынка все еще нет. Наиболее близкими к нам по функционалу являются TutorTop и Образовал, их можно считать конкурентами. Нашим отличием является то, что мы агрегируем не только курсы, обучающие различным профессиям, но и связанные с отдыхом и хобби, например, по вышивке или кулинарии. Мы всегда за разностороннее развитие и рады предоставлять нашим пользователям возможность учиться разному.

— Расскажите о ваших планах?

Максим: Мы хотим запустить несколько новых направлений, экспериментируем с искусственным интеллектом по профориентированию. Это большая работа.

— В чем преимущества агрегаторов?

Максим: Ученики получают объективную информацию о курсах, а новые школы — поддержку. Мы помогаем молодым школам без большого маркетингового бюджета — добавляем их в каталог, где они находятся на равных условиях с крупными школами и могут привлечь клиентов. Плюс сейчас мы готовим маркетинговые рассылки по нашей базе и контент-стратегию дайджестов новых школ.

— Что сейчас происходит на рынке агрегаторов, какие тенденции вы видите?

Максим: Сегодня рынок особо не сформирован. Это хорошо, потому что дает свободу. Ты делаешь продукт, не закливаясь на конкурентной среде, можешь экспериментировать. Агрегаторы растут за счет школ, подхватывают какую-то тенденцию и работают в этом направлении. Например, сейчас мы собираем курсы о нейросетях.

Среди тенденций я могу выделить появление агрегаторов, которые будут заниматься оффлайн-школами. Это снова стало актуальным после окончания пандемии. Другой тренд — профориентационные тесты от школ, которые упрощают пользователям выбор курсов. События последних лет показали, как быстро человек может оказаться ненужным на рынке, а чем заниматься он не понимает.

— Как вы отбираете школы и курсы для размещения на агрегаторе?

Максим: У нас есть своя методология. Мы изучаем школы, которые подают заявки, смотрим, какое количество курсов они предлагают, насколько проработана программа обучения, какой преподавательский состав, насколько хорошо сделан сайт. Анализируем, дает ли эта школа знания или просто хочет заработать деньги.

Мария: Качественные курсы отличает тема обучения. Она должна быть прикладной, чтобы пользователи могли применять знания на практике. А если они предлагают «общение со вселенной» или «заработок миллиона», то к школе возникают вопросы.

— Как школы могут попасть к вам?

Максим: Школы нам пишут, мы просим прислать все данные о себе и проверяем их. Если все хорошо, заключаем договор и предоставляем шаблон, в котором школа прописывает информацию обо всех своих курсах — эти данные переносятся на сайт. Процесс размещения занимает один–два дня. Сейчас готовим личный кабинет, где школы смогут сами добавлять информацию.

Рекомендуем школам делать уникальные описания себя на 1 тыс.–1,5 тыс. символов, а не копировать текст, который они используют везде. Также советуем давать как можно больше информации о курсах, подробно описывать свой продукт, рассказывать об акциях, предоставлять отзывы на курсы.

Сейчас мы изучаем, как правильно сделать ранжирование. Школы выделяем по дате добавления в каталог, по рейтингу и по отзывам. У других агрегаторов ранжирование тоже выстроено по отзывам. Агрегируем отзывы с порталов Яндекс и Google карт — там их сложно накрутить.

Пока у школы нет отзывов, ей ставится оценка 4 — после первого отзыва она либо вырастет, либо упадет. Сейчас мы работаем над нормальной статистической значимостью — это сложный механизм. Суть в том, чтобы школа с одним отзывом и оценкой 5 не была выше, чем школа со 100 отзывами и оценкой 4,9.

Мария: Наша цель — показать пользователям максимальное количество курсов, которое есть на рынке, чтобы дать им возможность сделать взвешенный выбор и сэкономить время. Особенно важным инструментом для этого является возможность фильтрации и сортировки курсов: одни пользователи будут выбирать курсы по оценке и отзывам, другие — по стоимости, третьи — по сроку обучения или наличию диплома.

ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ SKILLFACTORY О ТОМ, КАК РАБОТАЕТ ISA — МОДЕЛЬ ОПЛАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПОСЛЕ ТРУДОУСТРОЙСТВА

ИСТОЧНИК



Инновационная модель оплаты обучения ISA позволяет человеку сменить профессию без больших одномоментных затрат. Директор по развитию школы IT-профессий SkillFactory Егор Сорокин рассказал об инновационной модели оплаты образования ISA — пересказываем его колонку.



Директор по
развитию школы
IT-профессий
SkillFactory
Егор Сорокин

ISA (Income Share Agreement) позволяет получить образование бесплатно, но какое-то время выплачивать образовательной организации процент от будущей зарплаты. ISA не похожа на образовательный кредит, так как не требует выплаты, если студент не может трудоустроиться. Но она и не копирует модель целевого обучения, так как студент сначала учится, а потом уже выбирает организацию, где будет работать. Модель возникла в США в 1955 году, сегодня ее применяют более 200 edtech-компаний. Также она популярна в Индии и государствах Африки.

В России ISA пока не очень распространена. Некоторые edtech-компании и университеты, такие как Синергия, Skupro, Skillbox и Kata Academy, пытались внедрить постоплату — но пока им не удалось найти идеальную бизнес-модель. Возможно, распространение такого формата образования станет неизбежным, особенно для сокращения дефицита IT-специалистов.

SkillFactory запустил курс для аналитиков данных по такой модели. После окончания обучения специалист должен восемь месяцев выплачивать компании 17% зарплаты. Если выпускник за указанный период не получит оффер, хотя и выполнил все условия, то не должен будет ничего платить.

Основное преимущество ISA-модели заключается в том, что она позволяет привлекать мотивированных студентов и выпускников вузов, которые обладают хорошей академической базой, но нуждаются в практических навыках, особенно в IT-сфере. Edtech-компании при этом сами мотивированы помогать студентам с трудоустройством и предоставлять им качественное обучение, так как успех выпускника в трудоустройстве напрямую влияет на доходы проекта. Более того, обучение по модели ISA занимает гораздо меньше времени, чем традиционные подходы, что делает ее привлекательной для студентов, которым необходимо быстро освоить новую область.

ПРОГРАММНОЕ ИНТЕРВЬЮ МАРИАННЫ СНИГИРЕВОЙ О НАСТОЯЩЕМ И БУДУЩЕМ РОССИЙСКОГО EDTECH

ИСТОЧНИК



Глава Нетологии Марианна Снигирева дала большое интервью РБК. В нем она рассказала о ситуации на образовательном рынке России в 2022–2023 годах, новых запусках, особенностях работы с релокантами и партнерствах компании с госструктурами.



Глава Нетологии
**Марианна
Снигирева**

О состоянии рынка в 2022–2023 годах

Сразу после начала спецоперации спрос на курсы резко упал, но потом начал отрастать. Лидирующие компании рынка закончили год плохо, но не ужасно. У более мелких игроков ситуация хуже: многие из них обратились к мейджорам с предложением купить их. Сильно пострадал сегмент b2b, так как компании резко сократили затраты на обучение.

Обучение сотрудников на существующих программах, когда они присоединяются к общему потоку студентов, сократилось меньше. В итоге Нетология выросла на 46%, но это оказалось ниже прогнозов. Основная доля продаж приходилась на ДПО, в основном в области IT, аналитики и дизайна. Сильнее всего пострадали секторы бизнеса, управления и интернет-маркетинга. За январь–март 2023 года спрос в целом сократился — по мнению Снигиревой — из-за снижения платежеспособности россиян. Кроме того, все, кто хотел учиться, уже начали это делать в том году.

О необычных курсах в Нетологии

В Нетологии были запущены новые программы: курсы по обработке данных и машинному обучению, лингвистическому обучению искусственного интеллекта, а также курсы для дата-журналистов. В сфере нецифровых профессий также наблюдается спрос на нутрициологов и фотографов.

Компания прогнозирует рост спроса на промышленных IT-специалистов и рассматривает возможность предоставления онлайн-обучения для таких профессий, как токари. В онлайн можно увести по крайней мере теоретическую часть.

В сфере хобби популярностью среди россиян пользуются психология, красота, здоровье и спорт, а также астрология, но сегодня люди склонны экономить на таком.

О популярности IT

Во время пандемии к Нетологии обращались люди, которые не умеют использовать поисковики или устанавливать приложения на телефоне. Для таких клиентов был создан курс «Интернет-инструкция», который помогал им освоить компьютерные навыки.

Сейчас популярность IT несколько снизилась, но курсы все равно остаются популярными. Молодые специалисты всегда востребованы, поскольку IT-компании не имеют выбора: middle- и senior-специалисты уезжают за границу, и российские компании больше не нуждаются в их услугах.

О релоцированных

Компания отмечает увеличение числа учеников из других стран за последние два года — в основном это релоканты, которые хотят работать в российской компании удаленно, так как устроиться в локальную без хорошего знания языка очень сложно. Родители, которые уезжают за границу, не экономят на образовании своих детей, даже в кризис. Поэтому детский edtech, например, Учи.ру и Фоксфорд, сейчас чувствуют себя хорошо.

Об инвестициях

До 2022 edtech быстро развивался и притягивал инвестиции. Но сейчас все замедлилось, крупные компании, такие как Сбер, развивают edtech не слишком активно, а новых игроков почти не появляется. Что-то пытаются делать Авито, Тинькофф и Ozon. При этом многие российские компании пошли за рубеж. Например, SkillFactory запустила IT-курсы в Индии в прошлом году, а Skillbox объявила о выходе на рынок Бразилии в 2021 году. Основатель Яндекса Аркадий Волож может получить права на развитие образовательных проектов за рубежом. Вероятность IPO edtech-компаний Снигирева оценивает как низкую.

Про сотрудничество с государством

Нетология активно сотрудничает с госструктурами. В рамках программы Минцифры «Развитие цифровых профессий» компания предоставляла льготное обучение. В сотрудничестве с MTS AI и NtechLab Нетология разработала бесплатный курс по разметке данных для машинного обучения для людей с аутистическим расстройством. Также компания участвует в программе содействия занятости с Минтруда, в рамках которой предоставляет краткосрочные обучающие программы по профессиям. Образовательная платформа также обсуждает возможность создания образовательных программ с различными регионами и активно действует на рынке среднего профессионального образования.

Нетология считает сотрудничество с госструктурами правильным — это позволяет использовать бюджетные деньги для развития образования. Снигирева подчеркивает, что у компаний нет возможности обманывать студентов в рамках госпрограмм, так как их деятельность контролируется, и оплата происходит только за результаты обучения.



РОССИЙСКИЕ НОВОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ ХАЙЛАЙТЫ

Российские блогеры и телеведущие проведут курсы авторам пабликов во ВКонтакте

РБК усиляет взаимодействие с аудиторией — медиахолдинг купил онлайн-школу ProductStar

В России банк впервые зарегистрировал учреждение для высшего образования — это Тинькофф

Онлайн-школы продолжают интегрировать ChatGPT — Hexlet запустил карьерного консультанта на основе бота

ПРОРЫВ В CPA-МАРКЕТИНГЕ ДЛЯ EDTECH: ED.PARTNERS И «ГДЕ СЛОН?» ЗАКЛЮЧИЛИ ДОГОВОР О ПАРТНЕРСТВЕ

Один из лидеров партнерского маркетинга РФ CPA-сеть «Где Слон?» (входит в Kokos Group) и edtech-агентство Ed.Partners договорились о партнерстве.

ED.PARTNERS
cgdeslon?

Онлайн-школам теперь доступна работа с CPA-сетью без абонентской платы: все виды сервисов — от технической интеграции до выгрузки отчетов — без ежемесячных фиксированных платежей. Предложение актуально для всех текущих и будущих клиентов агентства Ed.Partners и всех новых рекламодателей «Где Слон?»

Сумма экспертиз «Где Слон?» (в партнерском маркетинге) и Ed.Partners (в продвижении онлайн-школ) поможет edtech-игрокам вырастить CPA-канал быстрее и эффективнее. Клиенты получают всестороннее развитие оффера с помощью рентабельных инструментов и качественного конверсионного трафика.



Коммерческий директор Kokos Group
Евгений Жуков

«Мы следим за edtech-рынком и поддерживаем его благородную миссию делать людей сильнее, успешнее, лучше. Поэтому считаем правильным создать для онлайн-школ максимально комфортные условия для развития. В нашем случае это возможность попробовать инструменты CPA-маркетинга без расходов на интеграцию, вступительного взноса и абонентской платы.»



сооснователь Ed.Partners и Head of CPA-маркетинг
Елена Ермакова

Миссия Ed.Partners в том, чтобы каждый человек в мире хотя бы раз изменил жизнь к лучшему через знания. Для этого мы даем возможность edtech-школам продвигать знания с наименьшим числом барьеров. Партнерство с «Где Слон?» нам в этом прекрасно помогает.

Чтобы подключиться к партнерской сети «Где Слон?»,

→ **напишите** Елене Ермаковой

если ссылка не откроется, пройдите по адресу
ed.partners/cpa

ТИНЬКОФФ БАНК ЗАПУСТИЛ ПЕРВЫЙ В РОССИИ ЧАСТНЫЙ STEM-УНИВЕРСИТЕТ

ИСТОЧНИК



Программа бакалавриата «Центрального университета» начнется в сентябре 2024 года, первый набор на нее будет включать 500 студентов и 55 преподавателей. Магистратура начнется в текущем году. После обучения студенты получают диплом государственного образца по направлению «Математика и компьютерные науки». Стоимость обучения составит Р70 тыс. в месяц.

В дальнейшем банк планирует разработать программы по естественным наукам, биологии и химии. «Центральный университет» — первая попытка кредитной организации в России создать учреждение с программами высшего образования. В странах Запада банки не создают полноценные вузы, так как им достаточно частных учебных заведений. Тинькофф — не первый банк, который собирается предоставлять образовательные услуги.

В 2012 году Сбер запустил корпоративный проект СберУниверситет. При этом его лицензия позволяет осуществлять только программы ДПО. СберУниверситет работает по программам лидерства, образования и корпоративной культуры, IT, риск-менеджмента, управления проектами, процессами, финансами и рисками. Однако в случае с Тинькофф речь идет о полноценном высшем учебном заведении.

РБК ПРИОБРЕЛ ОНЛАЙН-ШКОЛУ PRODUCTSTAR

ИСТОЧНИК



Сумма сделки не раскрывается, но эксперты оценивают компанию в Р90–160 млн. Вхождение ProductStar в состав медиахолдинга позволит РБК усилить свое исследовательское направление и расширить услуги в рамках партнерств с другими компаниями.

В свою очередь, онлайн-школа ProductStar остается независимым продуктом и брендом, но возможно ее сотрудничество с другими проектами РБК. Например, с подпиской на материалы для бизнеса РБК Pro.

Среди других плюсов сделки для медиахолдинга:

- усиление взаимодействия с аудиторией из среднего класса, которая может быть как потребителем новостного контента, так и покупателем образовательных курсов;
- укрепление позиций РБК в рыночной конкуренции и предоставление более широкого спектра услуг клиентам в рамках B2B-партнерств;
- диверсификация медийного бизнеса.

Плюс сделки для ProductStar — доступ к аудитории РБК, которая, по данным медиахолдинга, в интернете составляет 58 млн активных пользователей.

HEXLET ЗАПУСТИЛА КАРЬЕРНОГО КОНСУЛЬТАНТА НА БАЗЕ CHATGPT

ИСТОЧНИК



Консультант Tota AI работает на платформе по поиску работы Hexlet CV. Бот оценивает загруженные резюме и дает советы на русском и английском языках, как его можно улучшить. Помощник также предоставляет студенту шаблон сопроводительного письма, основанного на указанном в резюме опыте и навыках специалиста.

Чтобы воспользоваться Tota AI, нужно зарегистрироваться на Hexlet CV и загрузить резюме. Hexlet планирует и дальше развивать бота, чтобы добиться более высокой точности рекомендаций и исключить шаг отсмотра резюме карьерными консультантами.

Школа также планирует внедрить в Tota AI возможность давать советы по развитию карьеры. Речь идет о том, какую теорию нужно подучить, какие проекты или тестовые задания выполнить.

Hexlet CV Резюме Вакансии Трудоустройство

Tota AI

321

ответ

0

комментариев

30

лайков

Резюме

Ответы

Комментарии

Junior Backend developer(Ruby on Rails)

Рекомендация по улучшению:

Резюме выглядит полным и информативным. Кандидат хорошо описал свой опыт и навыки, предоставил ссылки на свои проекты и образование. Также он указал свои желания и ожидания от новой работы или стажировки. Однако, в тексте есть несколько опечаток и грамматических ош...

PHP-программист

Резюме в целом выглядит хорошо структурированным и содержит подробную информацию о навыках и проектах, выполненных кандидатом. Однако, следует уточнить информацию о желаемой должности и ожиданиях от новой работы. Также, можно отметить, что опыт работы в геодезии не имеет прямого отношения к IT-сф...

Бот оставляет рекомендации в течение нескольких минут после размещения резюме

SKILLVOX ПОВЕСИЛ БАННЕРЫ С ПРОЕКТАМИ СТУДЕНТОВ — ПРЯМО ВОЗЛЕ ОФИСОВ КОМПАНИЙ

ИСТОЧНИК



Вместе с агентством Grare образовательная платформа запустила рекламную кампанию, цель которой — поддержка пользователей платформы в поиске работы и клиентов. Ее героями стали реальные студенты, работы которых разместили напротив бизнес-центров в Москве и Санкт-Петербурге.

На креативах представили визуальные стили, айдентику, игры и 3D-визуализации интерьеров, разработанные студентами. На каждом баннере также разместили уникальный QR-код, который ведет на портфолио со всеми работами автора.



Рекламная кампания работает как на аудиторию работодателей, которые могут ознакомиться с возможностями студентов, так и делает фокус на конкретных героях, истории которых работают на других учащих

В первой части проекта приняли участие 12 студентов, в том числе режиссер, видеомонтажер, графический дизайнер, 3D-художники, иллюстраторы и дизайнеры интерьера. Вторую часть проекта планируется провести в конце 2023 года.

Баннеры можно увидеть до 1 июля возле БЦ в следующих местах: Крылатские холмы, Лахта, Омега Плаза, Варшавка SKY, Монарх, Новый Арбат, Якиманка, Ленинский проспект и Остоженка. Всего в проекте задействовали более 30 локаций.

VK ЗАПУСТИТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПЛАТФОРМУ ДЛЯ БЛОГЕРОВ

ИСТОЧНИК



Курсы на платформе «Школа авторов» будут бесплатными для блогеров и авторов сообществ ВКонтакте. Записаться на них смогут только инфлюенсеры с аудиторией до 100 тыс. подписчиков.

Программа обучения рассчитана на 2023–2024 годы. Блогеры освоят производство контента, ведение пабликов на определенные темы, а также пройдут психологические тренинги, например, по борьбе с «синдромом самозванца».

Вести курсы будут, в том числе блогер Анастасия Ивлева, SMM-специалист Дарья Скачкова, главред Максим Ильяхов, телеведущий Руслан Фаршатов, главред музыкальной редакции VK Сергей Мудрик.

VK не раскрывает инвестиции в проект. Эксперт edtech-рынка, знакомый с деталями разработки курсов, оценивает их в ₽60 млн. Эксперт из индустрии блогеров считает, что стоимость курса могла составить ₽50 млн, но без учета гонораров лекторам и гостям.



МИРОВЫЕ НОВОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ ХАЙЛАЙТЫ

Американская и британская edtech-компании потеряли по \$1 млрд рыночной капитализации из-за угрозы со стороны ChatGPT

В ЕС разработали единую методологию дизайна образовательных микросертификатов

Американские исследователи назвали ключевые тренды образования будущего: ИИ, микросертификаты, запрос на развитие сообществ

Vuji's представил комплекс из трех ИИ-решений, которые помогают усваивать материал и прогнозируют пробелы в знаниях

АКЦИИ ДВУХ EDTECH-КОМПАНИЙ РУХНУЛИ ИЗ-ЗА CHATGPT

ИСТОЧНИК



Компании потеряли примерно по \$1 млрд рыночной капитализации из-за вероятных уязвимостей своих бизнес-моделей перед ChatGPT.

Первая — американский стартап Chegg. Он предоставляет услуги помощи с домашними заданиями, аренды цифровых и печатных учебников и онлайн-репетиторства. Компания отчиталась о снижении количества подписчиков на 5% и пересмотре годового прогноза. Также ее руководство заявило, что с марта студенты стали чаще использовать ChatGPT вместо ее услуг, и это негативно влияет на скорость привлечения новых клиентов. В апреле Chegg запустила ИИ-ассистента для персонализированного обучения Cheggmate, который стоит те же \$9,99 в месяц, как и платная подписка на ChatGPT, и во многом копирует его функции. 2 мая, после выхода отчетности, акции компании упали почти на 50%, и с тех пор почти не отросли.

Вторая — британское издательство научной литературы и учебных материалов Pearson. Рынок в целом отреагировал на новость о Chegg небольшим снижением котировок edtech-компаний, таких как Udemy и Coursera, решив, что все они в той или иной степени уязвимы перед ChatGPT. Но сильнее всего провалился крупнейший в Великобритании издатель и дистрибьютор учебной и научной литературы, который потерял около 15% капитализации. Не спас компанию даже хороший отчет, который превзошел ожидания аналитиков. По мнению экспертов, Pearson пострадал больше других из-за уверенности многих инвесторов, что главными жертвами ИИ станут поставщики относительно общего образовательного контента.

Это — первый на рынке пример серьезных потерь edtech-компаний из-за ChatGPT. Инвесторы готовы вывести капитал из активов, которые могут пострадать, и остро реагируют на любое проявление слабости. Главная ошибка Chegg — в создании ИИ-механики, которая не имеет особых преимуществ по сравнению с ChatGPT. В то же время, образовательные компании, которым удастся создать уникальный продукт на основе ИИ, наоборот могут рассчитывать на поддержку рынка и рост акций. Так, акции Duolingo выросли примерно на 30% с конца марта, когда компания начала публиковать информацию о своем ИИ-решении Khanmingo — о нем мы рассказывали в апрельском дайджесте.

COURSERA ОПУБЛИКОВАЛА ОТЧЕТ О ТОМ, КАК МЕНЯЕТ ЖИЗНЬ ЛЮДЕЙ К ЛУЧШЕМУ

ИСТОЧНИК



В отчете Learner Outcomes Report 2023 Coursera рассказала об эффективности своей образовательной деятельности на уровне клиентов. Вот главные детали отчета.

Как Coursera помогает развивать карьеру

77% учащихся почувствовали выгоду для своей карьеры: нашли работу, получили новую должность или усвоили важный дополнительный навык. При этом в развивающихся странах таких оказался уже 91%. 30% нетрудоустроенных учащихся нашли новую работу.

Какие карьерные преимущества вы получили благодаря последнему курсу или программе Coursera, которую прошли?



Как Coursera помогает персональному развитию

95% учащихся сообщили о том, что учеба помогла им в личном развитии — они стали чувствовать себя более уверенно, или ощутили собственную значимость. При этом обучение в Coursera в целом мотивирует людей учиться больше.

Как вы собираетесь обучаться в дальнейшем? (Выберите все соответствующие пункты)



В ЕС ВЫПУСТИЛИ ЧЕКЛИСТ ДЛЯ КУРСОВ С МИКРОСЕРТИФИКАТАМИ

ИСТОЧНИК



Европейский фонд обучения (ETF) выпустил гайдлайн по образовательным микросертификатам. В нем рассказывается о сути этой практики, а также о том, как создавать, выпускать и признавать их.

Микросертификат — это документ о прохождении обучения, полученном в небольшом объеме. Это может быть курс по дайвингу от туристического центра или программа по ИИ от edtech-компании. Уровень знаний определяется в соответствии со стандартами отрасли.

Точно оценить распространенность этой практики сложно, но в целом она очень популярна. Косвенное свидетельство — огромная популярность массовых онлайн-курсов. Среди главных поставщиков программ обучения микросертификатов — крупнейшие MOOC-платформы, такие как Coursera, edX, Udacity, Future Learn и LinkedIn Learning. Вместе они насчитывают почти 200 млн пользователей.

В докладе выделяют три большие группы микросертификатов:

Название	Сертификаты навыков	Учебные единицы	Краткосрочные образовательные программы
Продолжительность	1-25 часов обучения	25-150 часов обучения	150-1500 часов обучения
Формальное/неформальное обучение и оценка результатов	Присваивается в контексте неформального обучения	Присваивается в контексте формального обучения и включает варианты оценки	Присваивается в контексте формального обучения и включает варианты оценки
Внешний контроль качества	Не обеспечено внешним контролем качества	Часто обеспечено внешним контролем качества	Всегда обеспечено внешним контролем качества
Образовательная цель	Подразумевает получение новых компетенций	Подразумевает получение комплексного результата обучения	Подразумевает выполнение конкретной задачи, связанной с карьерными целями
Связь с классическими системами квалификаций	Нет	Нет	Может быть привязан к системам квалификаций либо как «особая квалификация», либо как «микроквалификация»



Главная проблема микросертификатов — отсутствие стандартов по их созданию, оценке и признанию, несмотря на их очень широкое распространение. Чтобы решить эту проблему, в Европейском фонде обучения (ETF) составили подробный чеклист по созданию таких образовательных продуктов. Вот его главные пункты:

Гарантия качества	Курсы с микросертификатами должны быть встроены в общую институциональную систему стандартов качества образования. Переоценку курса с учетом всех изменений нужно проводить минимум раз в год. Также важно получать фидбэк от учащихся, сотрудников и внешних организаций.
Прозрачность	Необходимо регулярно публиковать сведения о дизайне, оценке и результатах курсов в открытых источниках и интегрировать их в национальные и региональные фреймворки образования.
Портативность	Микросертификаты должны быть выполнены в удобной цифровой форме.
Релевантность	Нужно определить целевую группу курса, обучить сотрудников работать именно с ней и убедиться, что в курсе нет ничего, что мешало бы клиентам учиться. Перед запуском продукта нужно провести тестирование на фокус-группе.
Система оценивания	Нужно создать систему оценивания, которая соответствует изучаемому материалу и является прозрачной и доступной для каждого учащегося.
Признание сертификатов	Нужно создать сложную и комплексную систему признания сертификатов, напрямую договорившись с целевыми компаниями и структурами, а также с другими игроками рынка.
Студентоцентричность	Важно сделать курсы максимально доступными и удобными для учеников. Развивайте взаимодействие студентов, предоставляйте им возможности для обратной связи и участия в развитии курса.

ЭКСПЕРТЫ HOLONIQ РАСКАЗАЛИ О МЕТОДАХ РАБОТЫ С ПСИХОЛОГИЧЕСКИМИ ПРОБЛЕМАМИ В ОБУЧЕНИИ

ИСТОЧНИК



В индустрии edtech постоянно возникают новые решения, призванные поддержать учеников с психическими проблемами и интегрировать их в образовательный процесс. Такие услуги стали особенно актуальны после пандемии, которая нанесла ущерб психологическому здоровью миллионов человек — по данным ВОЗ, количество случаев тревоги и депрессии выросло на 25% по всему миру. HoloniQ опубликовал обзор компаний, которые стремятся решать проблемы психического здоровья на рабочем месте и в образовании.

Цифровые решения для профилактики, поддержки и лечения

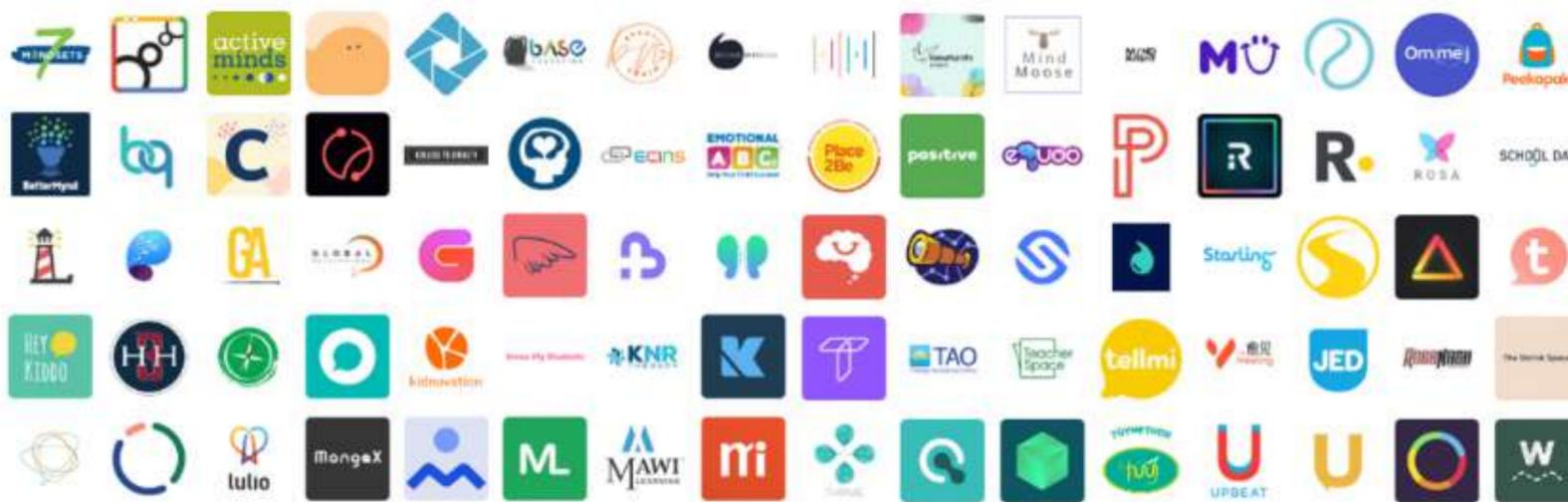
Такие системы интегрируют информирование о психических проблемах и поддержку людей с ними в повседневную жизнь. Это может быть сделано в связке с образовательными услугами или сервисами на рабочем месте.

Так, платформа Sonder, которая работает по корпоративной подписке, предоставляет инструменты оценки здоровья и консультации со специалистами в мобильном приложении. Она предлагает свои услуги как компаниям, так и образовательным организациям, встраиваясь в их системы.

Компания Tacherspace разработала платформу для онлайн-наставничества преподавателей. Среди прочего она помогает повысить их психологическую устойчивость.

Еще одно решение — p2p-платформа Talklife, на которой пользователи, столкнувшиеся с психологической проблемой, могут обсудить ее с незнакомыми людьми в похожей ситуации. Решение работает с компаниями и университетами.

Mental Health Solutions for Education & Workforce



Полная карта решений для поддержки ментального здоровья от HoloniQ. [Источник](#)



Решения для интеграции обучения по психическому здоровью в учебный план

Они помогают людям понять как быть, если они сами сталкиваются с психологическими проблемами. Кроме того, они снижают опасность дискриминации людей, которые сами страдают от таких сложностей.

Компания LifeSpeak разрабатывает программы микрообучения по психическому здоровью. Инициатива ActiveMinds проводит семинары и конференции по психическому здоровью в американских учебных заведениях и компаниях.

Консультации, телетерапия и поддержка

Некоторые компании разрабатывают психологические телемедицинские решения специально для образовательных организаций. Платформа психологического онлайн-консультирования Takalam недавно начала партнерство с британской корпорацией Serco, управляющей рядом вузов и школ, для поддержки студентов.

Измерение и мониторинг

Еще одно направление — скрининг и тестирование студентов, позволяющее выявить и решить психологические проблемы на раннем этапе. Как правило, они также предлагают информирование студентов. К примеру, компания KnowMyStudents разработала свою модель психологического скрининга, которую предлагает учебным заведениям Гонконга, чтобы сократить число самоубийств молодежи.



EDUCAUSE НАЗВАЛА 15 ОБЩЕСТВЕННЫХ ТРЕНДОВ И ШЕСТЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРАКТИК, КОТОРЫЕ ФОРМИРУЮТ БУДУЩЕЕ ОБРАЗОВАНИЯ



Американская НКО, которая продвигает инновационные технологии в образовании, выпустила доклад Horizons, в котором рассказала о главных трендах в образовании. В документе отдельно рассмотрены ключевые общественные тенденции и технологические практики, которые будут определять развитие глобального образования.

Общественные тренды

Социальное измерение

- Рост спроса студентов на гибкие и удобные формы обучения
- Запрос на равноправное и инклюзивное обучение
- Популярность программ микросертификатов

Технологическое измерение

- Развитие ИИ
- Онлайн и очное обучение больше не противопоставляются, а дополняют друг друга в мультимодальных решениях
- Развитие low-code и no-code технологий, упрощающие сложные процессы в IT и создании цифрового контента



Экономическое измерение

- Вопрос о возврате инвестиций все больше влияет на решение пойти учиться в вуз, все больше молодых людей выбирают другие формы обучения основной профессии
- По мере сокращения финансирования общественного высшего образования, от вузов ожидают повышения эффективности при меньших ресурсах
- Рост спроса на lifelong learning на рабочем месте

Экологическое измерение

- Изменение климата все больше влияет на повседневную жизнь
- Проблемы окружающей среды интегрируются в академические программы и деятельность учебных заведений
- Технологии отстают в сокращении негативного влияния на окружающую среду

Политическое измерение

- Правительства все чаще используют дезинформацию и пропаганду
- Во всем мире растет национализм
- Обострившийся конфликт между политическими партиями все чаще блокирует принятие важных решений США

Ключевые технологические практики

На основании этих трендов исследователи выделили ключевые практики, которые в ближайшее время станут ключевыми в образовании.

ИИ-решения для прогнозирования обучения и его суперперсонализации. Сюда же в Educause относят инструменты на основе ИИ, позволяющие ускорить разработку учебных материалов. Исследователи отмечают, что они упростят создание образовательного контента и сделают его гораздо более интересным, полезным и увлекательным. В то же время, необходимо решить этические вопросы и обеспечить безопасность огромному количеству данных, которое для них необходимо.

Генеративный ИИ. Исследователи считают, что у него множество полезных применений в сфере образования, в первую очередь в создании контента и переводе, а также в разработке более эффективных методов оценки. Важно защитить образование от злоупотреблений генеративным ИИ, а также обучить студентов правильно воспринимать его результаты и не доверять им без разбора.

Размытие границ между модальностями обучения. Появляется все больше модальностей для обучения: очное, на рабочем месте, лицом к лицу, смешанное, гибридное, гибкое, онлайн, удаленное, дистанционное и другие. Комбинируя их, поставщики образования могут создавать продукты, максимально удобные и интересные для каждого студента. Но для этого нужно решить очень сложную проблему — согласовать интересы, пожелания и ресурсы всех сторон. Неправильное комбинирование модальностей может ухудшить качество преподавания.



HyFlex. Это одна из экспериментальных модальностей, которая предполагает, что студент может свободно выбирать между оффлайн- и онлайн-форматами обучения, подстраивая курс под свои потребности и возможности.

Микросертификаты. Для экспертов Educase это прежде всего метод создания персонализированных и гибких образовательных траекторий, которые могут развиваться как в рамках lifelong learning, так и в качестве альтернативы высшему образованию. Развитие микросертификатов подогревается как высоким спросом на них среди учащихся, так и технологиями, например инструментами, упрощающими создание цифрового образовательного контента. Также рост сегмента микросертификатов стимулируют онлайн-платформы и блокчейн с NFT, которые можно использовать для цифровых свидетельств о прохождении обучения. Главная проблема — отказ системы высшего образования признать и включить в себя микросертификаты и их низкое значение в устоявшейся в обществе системе подтверждения навыков.

Поддержка ощущений принадлежности и безопасности. Используя инструменты, которые развивают такие чувства у студентов, образовательные организации могут улучшить качество обучения и повысить вовлеченность. По мнению Educase, этого можно достичь прежде всего через инструменты наставничества, коучинга и развитие сообщества, а также игровые и инклюзивные механики в образовательном процессе.

ИНДИЙСКИЙ EDTECH-ГИГАНТ VUJU'S ЗАПУСТИЛ СРАЗУ ТРИ ИИ-ИНСТРУМЕНТА

ИСТОЧНИК

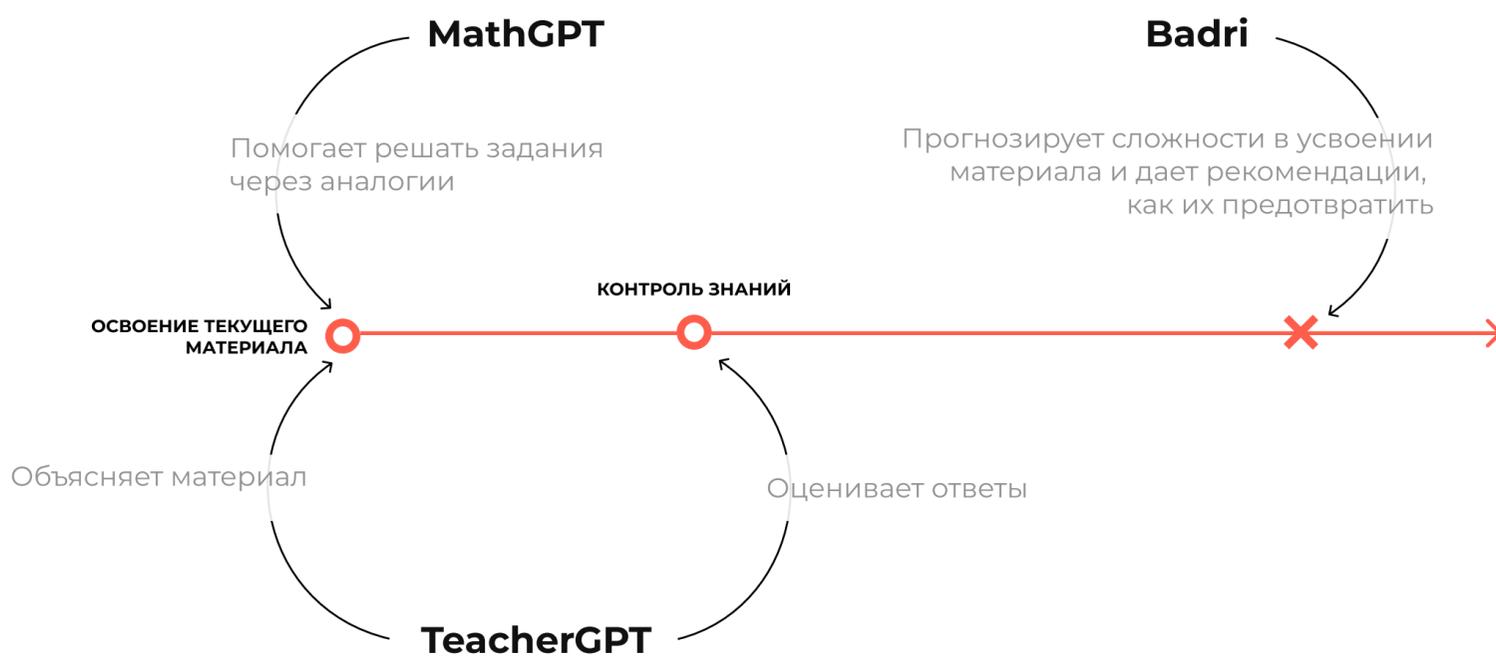


Компания презентовала Wiz — пакет ИИ-моделей для персонализации обучения. В Vuju's заявляют, что он может с точностью до 90% определять уровень знаний учащегося и выявлять неправильные представления и пробелы в обучении.

Пакет состоит из трех моделей. Первая — Badri, прогнозирует, в какой момент ученики начнут испытывать сложности в понимании концепций в обучении, и заблаговременно дает рекомендации, как это предотвратить.

Вторая модель — MathGPT, которая помогает студентам решать математические задания, направляя их с помощью аналогий и визуальных подсказок.

Третья — TeacherGPT, которая работает как ассистент ученика — объясняет материал и оценивает ответы.



Решения в пакете Wiz работают сразу в трех точках процесса обучения: помогают понять материал, контролируют его усвоение и прогнозируют ошибки, которые могут проявиться в будущем

Главная задача пакета Wiz — персонализировать обучение на платформах Vuju’s. Инструменты способны учитывать интересы студента и подавать материал через них. К примеру, если ученик увлекается популярным в Индии крикетом, то они могут использовать аналогии с этим видом спорта, чтобы объяснить сложные концепции.

Wiz был презентован руководством Vuju’s прежде всего как средство сократить издержки, в котором компания очень нуждается. Vuju’s — крупнейшая edtech-компания в мире и самый большой единорог в Индии, ее рыночная капитализация оценивается в \$2 млрд. Школа запускает ИИ-решение на фоне острого долгового кризиса. На протяжении последних шести месяцев компания борется со своими кредиторами, которым должна \$1,2 млрд.

Недавно она подала в суд на своего главного кредитора Redwood, обвинив в хищнических практиках — незаконном сокращении сроков для выплаты долга и захвате одного из подразделений компании. При этом сама Vuju’s даже не предоставила финансовой отчетности за 2022 год, просрочив ее более чем полгода, что и является для кредиторов главным поводом сокращать сроки выплат. Несмотря на это, недавно компания привлекла \$250 млн инвестиций.

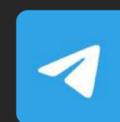
ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Приглашаем всех к взаимодействию

Если у вас есть:

- данные, которые мы можем использовать
- желание высказаться, дать комментарий и дать интервью
- нативно войти с рекламой в следующем выпуске
- быть спонсором или генеральным спонсором
- или что-то иное, в чем вы видите выгоду

То свяжитесь
с нами в телеграме:



t.me/sabirovilya
t.me/denisakatov