



Цифровая среда ДПО университета: новые реалии и возможности

Можаева Г.В.,
заместитель первого проректора ФГАОУ ВО
«Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»





■ Изменение геополитической ситуации и экономический кризис

- Кадровый суверенитет страны
- Импортзамещение, в т.ч. в онлайн-образовании: технологическое обновление
- Краткосрочное планирование, необходимость быстрого реагирования и принятия решений
- Перевод бизнеса в онлайн и гибридный режим
- Высокая ротация кадров

■ Усиление конкуренции за пользователей

- Уход основных маркетинговых площадок
- Рост стоимости привлечения новых клиентов
- Снижение маржинальности программ

■ Сокращение EdTech

- Уход зарубежных онлайн-площадок
- Конец пандемии

■ Стабилизация вузовского рынка ДПО

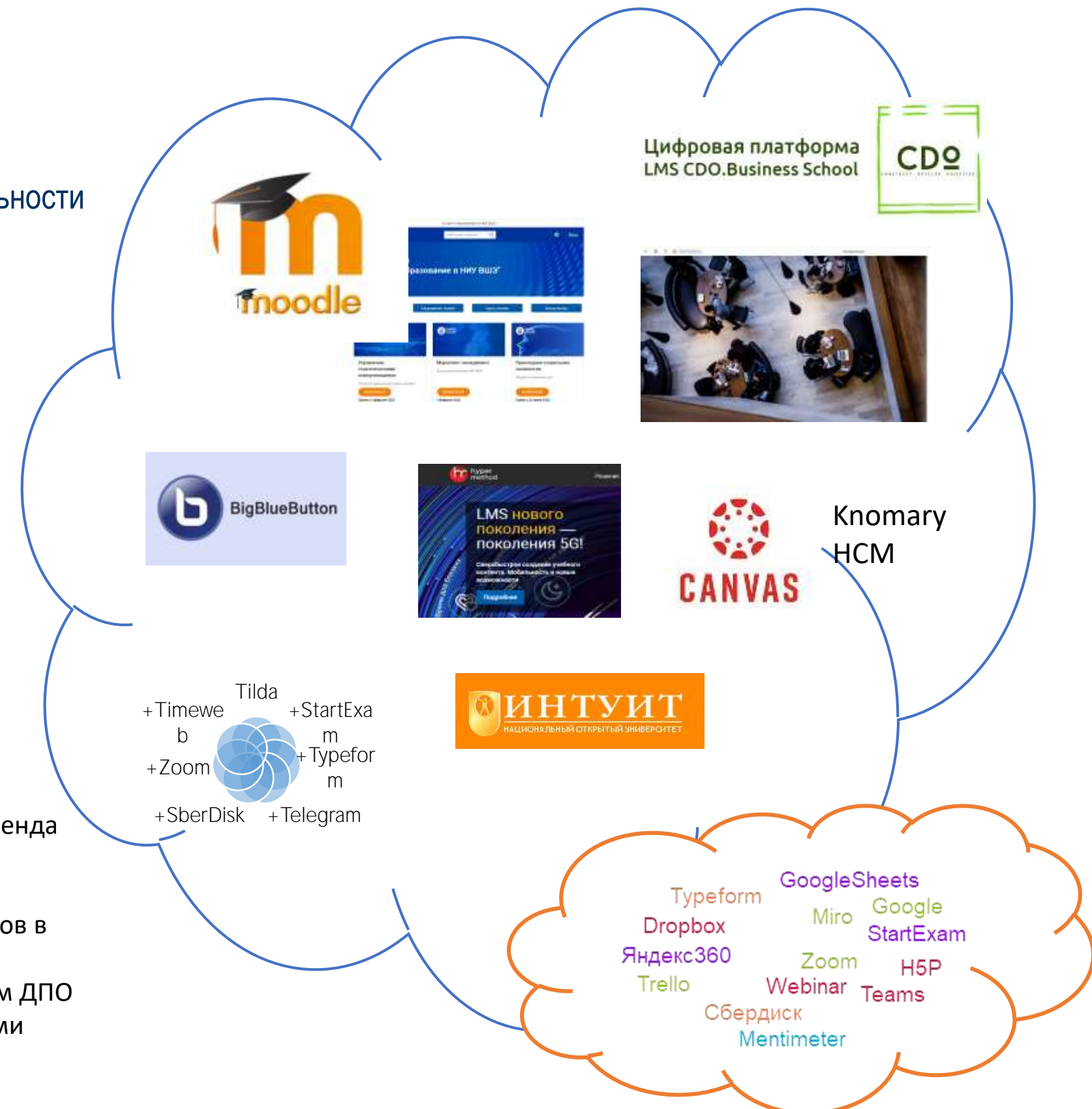
BANI

- B — Brittle: хрупкость
- A — Anxious: беспокойство
- N — Nonlinear: нелинейность
- I — Incomprehensible: непостижимость





- Традиция «вторичности» ДПО среди других видов деятельности
- Отсутствие приоритета инвестиций в ДПО
- Недостаток практики проектирования и разработки образовательного контента в ДПО
- Бюрократизация процессов
- Отсутствие гибкости реагирования на запросы рынка
- Слабые маркетинговые позиции, изменение каналов продвижения
- Отсутствие единой цифровой инфраструктуры ДПО
 - Отсутствие интеграции с сервисами в ЭИОС вуза
 - Разрозненные LMS, сайты для организации обучения или аренда внешних платформ
 - Подмена LMS вебинарными платформами
 - Стихийное использование цифровых сервисов и инструментов в учебном процессе
 - Отсутствие практики проектирования контента для программ ДПО
 - Недостаточная обеспеченность онлайн-программ цифровыми образовательными ресурсами (ставка на вебинары)





- Продуктовый подход при создании образовательных решений
- Педагогический дизайн — методология, дополняющая продуктивный подход
- Современные инструменты создания образовательного продукта
- Передовые технологии обучения
- «Бережливое обучение»
- Работа с данными
- Актуальные роли в команде ДПО
- **Цифровизация: системность, эргономичность, оптимизация**

Возможность держать фокус не только на образовательной ценности продукта, но и на его финансовых показателях
Мыслить как пользователь

Продуктовый подход — это принцип, по которому разрабатывается полноценный продукт, а модель педагогического дизайна — это основа для разработки контента обучающего продукта



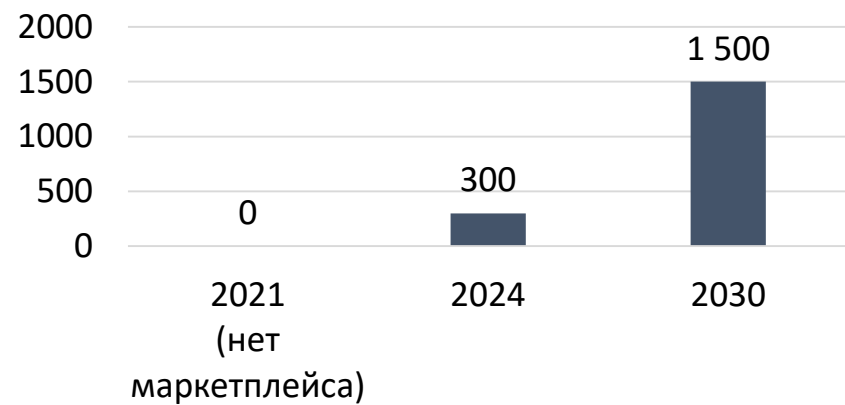


Задачи:

- Рост доходов ДПО в 2 раза к 2024 году - 3 млрд.руб.
- Рост числа слушателей ДПО к 2024 году - 50 тыс.чел.
- Число пользователей маркетплейса – 300 тыс.чел.
- Переход на единые стандарты оценки качества программ ДПО (NPS/CSI)
- Войти в топ-2 российских провайдеров корпоративного обучения
- Создание комфортной образовательной среды для обучения взрослых (ExEd)
- Каскадирование целей проектов развития ДПО на факультеты
- **Создание конкурентоспособной цифровой инфраструктуры ДПО**

- Включение показателей по ДПО в интегрированные показатели проектов развития Университета
- Превращение ДПО в один из ключевых видов деятельности ВШЭ
- Годовой КПЭ прироста ДПО для всех факультетов и филиалов
- Единые портфели образовательных решений и экспертов ДПО «от имени» ВШЭ (4 кампуса)
- Развитие как национального центра экспертизы в сфере университетского ДПО
- Источник и реципиент образовательных инноваций в ВШЭ (ООП - ДПО)
- Капитализация интеллектуальных ресурсов через ДПО (третий критерий вклада ППС в развитие ВШЭ)

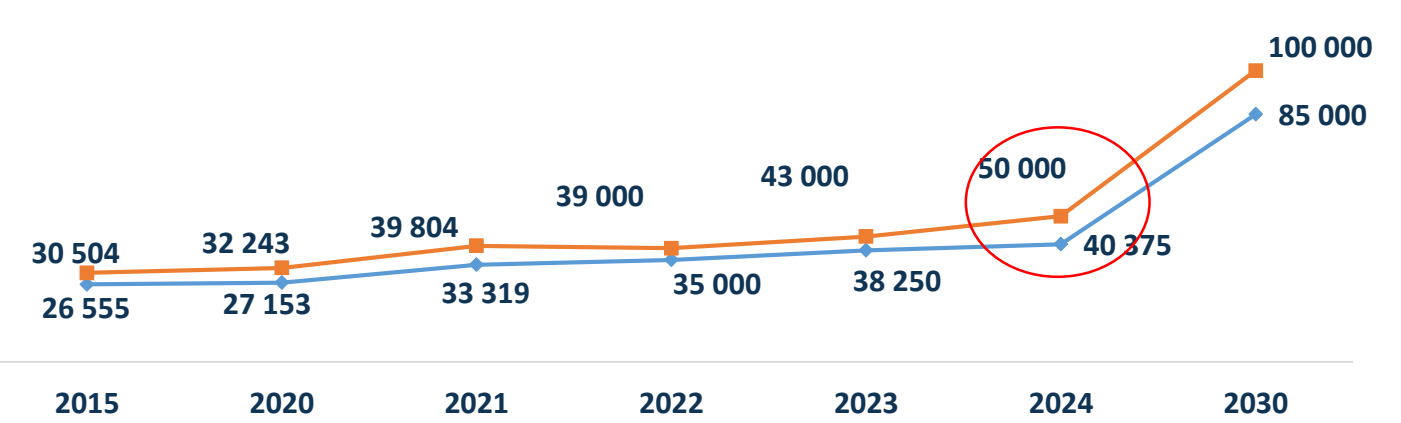
Число пользователей маркетплейса ДПО ВШЭ, тыс. чел.



СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ПР 2030

Превращение ДПО в один из ключевых видов деятельности ВШЭ

Число слушателей, завершивших обучение на программах ДПО - более 85 тыс.чел. (Приоритет 2030); обучающихся на программах ДПО - более 100 тыс. чел. (ПР 2030)



6 млрд.руб. годового дохода в 2030

1 500 000 чел. в 2030

ПЕРЕЧЕНЬ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ НАПРАВЛЕНИЯ

1.	Развитие ДПО/ДО на всех факультетах и в филиалах ВШЭ	Превращение ДПО в один из ключевых видов деятельности ВШЭ
2.	Новая бизнес-модель ДПО	Обеспечение роста в 2,5 раза в 2024 и в 5 раз в 2030 доходов ДПО
3.	Лидерство в корпоративном обучении	Топ-2 российский провайдер корпоративного обучения
4.	Современная кампусная инфраструктура ДПО	Конкурентоспособная образовательная среда ДПО
5.	Развитие цифрового ДПО	Достижение цифрового технологического лидерства в ДПО РФ

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ «РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО ДПО»

1. ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТПЛЕЙС ДПО ВШЭ

- Цифровая платформа – маркетплейс открытого доступа к возможностям ДПО
- Широкий спектр (комбинаций) образовательных решений от НПР ВШЭ
- Массовая персонализация (пере)обучения, самообразования и саморазвития
- 2 контура цифровой платформы ДПО:
 - внешний – воронка продаж и навигация по решениям ДПО с системой рекомендаций;
 - внутренний – поддержка дистанционного и смешанного обучения, взаимодействия между слушателями, преподавателями и сотрудниками.

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРОЕКТА

- Выделение нового функционала в структуре Операционного управления ДПО в целях оптимизации системы ДПО

2. РАЗРАБОТКА ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ДПО ВШЭ

- Асинхронные и смешанные курсы
- Мультимедийный контент для неформального обучения по подписке
- Внедрение единых стандартов медиапроизводства

3. РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТОВ УЧЕБНОЙ АНАЛИТИКИ ДПО ВШЭ

- Оценка прогресса слушателей, качества контента
- Рекомендательные системы и персонализация, использование ИИ

4. РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОЙ ЦИФРОВОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДПО ВШЭ

- Студии медиаконтента, в т.ч. в кампусах
- Студии интерактивного дистанционного обучения и дискуссий по технологии Live Virtual
- Аудитории ДПО для проведения гибридных занятий

ПОЧЕМУ ДЛЯ ДПО НУЖЕН МАРКЕТПЛЕЙС

- Более высокая скорость реагирования на запросы рынка и гибкость
- Диверсификация пакета программ и гибкое управление ими
- Увеличение числа программ, реализуемых преимущественно с использованием онлайн-форматов

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ МАРКЕТПЛЕЙСА

- Навигатор образовательных решений
- Система личных кабинетов
- База преподавателей
- Эквайринг, быстрые покупки
- Система лояльности
- Новостная лента с актуальными материалами
- Отзывы и рейтинги
- Управление партнерами
- Обработка и анализ данных, поведенческая аналитика
- Рекомендательная система: траектория пожизненного обучения
- Платформа социального обучения
- Интеграция с CRM, LMS, коммуникативными сервисами, учетной системой ДПО



ПОЧЕМУ ДЛЯ ДПО НУЖНЫ ЦИФРОВЫЕ ПРОДУКТЫ

- Позволяют концентрировать учебные ресурсы в личном кабинете слушателя
- Работают на качество результатов
- Снижают «отсев»
- Расширяют линейку продуктов

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ РАЗРАБАТЫВАЕМЫХ ЦИФРОВЫХ ПРОДУКТОВ

- Соответствие современным требованиям к обеспечению качества обучения взрослых (цифровые платформы)
- Вовлечение в обучение, индивидуализация обучения
- Оценка эффективности обучения и повышение его качества через мониторинг успеваемости слушателей, анализ их активности и вовлеченности в процесс обучения, анализ взаимодействия слушателей с контентом и анализ пользовательского опыта в LMS
- Оценка эффективности конкретных методик и технологий обучения
- Предоставление информации для принятия решений при управлении портфелем цифровых образовательных продуктов
- Получение оценки эффективности разработанных учебных ресурсов
- Представление данных для оценки финансовых моделей цифровых продуктов



ПОЧЕМУ ДЛЯ ДПО НУЖНЫ АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Сегодня **учебная аналитика** является обязательной частью современного ДПО, позволяет измерять показатели, анализировать данные о слушателях, их взаимодействии с обучающей средой в целом и с отдельными единицами контента для принятия решений о дальнейшей доработке продукта ДПО в целях повышения его качества и оптимизации самой обучающей среды.

Маркетинговая аналитика – основа для продаж программ ДПО, в т.ч. на маркетплейсе.

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ РАЗРАБАТЫВАЕМЫХ АНАЛИТИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ

- Оперативный доступ к финансовой, маркетинговой и учебной аналитике
- Представление данных для оценки финансовых моделей цифровых продуктов
- Лиды, воронка продаж, сквозная аналитика
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий и продуктовых стратегий
- Оценка эффективности обучения и повышение его качества через мониторинг успеваемости слушателей, анализ их активности и вовлеченности в процесс обучения, анализ взаимодействия слушателей с контентом и анализ пользовательского опыта
- Оценка эффективности конкретных методик и технологий обучения
- Построение рекомендательных систем и реализация массовой персонализации, в т.ч. на основе искусственного интеллекта
- Предоставление информации для принятия решений при управлении портфелем цифровых образовательных продуктов

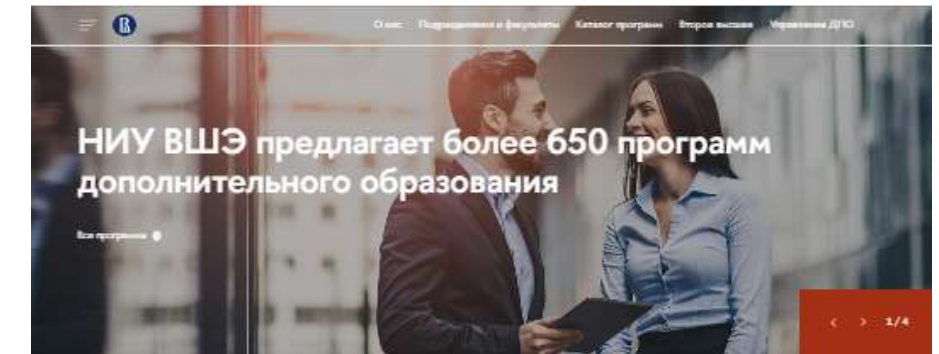


- Reskilling, upskilling: частичное перераспределение спроса с ВО на ПП и ПК
- Обеспечение кадрового и технологического суверенитета страны: взаимодействие вузов и бизнеса, совместные программы
- Дифференция спроса: executive и массовые программы
- Рост спроса на корпоративное обучение по запросам компаний
- Рост спроса на ПК и ПП специалистов 45+
- Гибкие технологии – смешанное, гибридное обучение
- Повышение качества ДПО и его оценка: обратная связь (NPS/CSI)
- Учебная аналитика как фактор управления ДПО
- Акцент на маркетинг и продажи, создание маркетинговых ДПО
- Единая цифровая платформа ДПО, оптимизация процессов
- Рост спроса на онлайн-формат

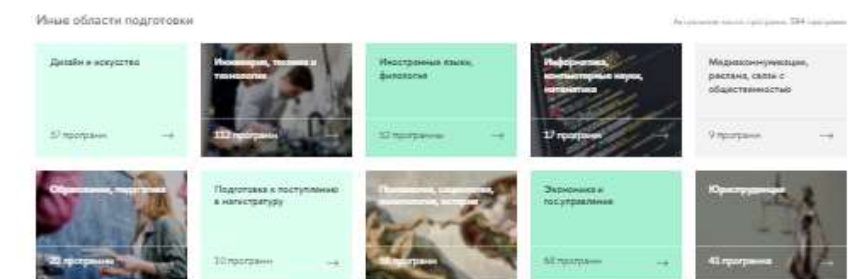
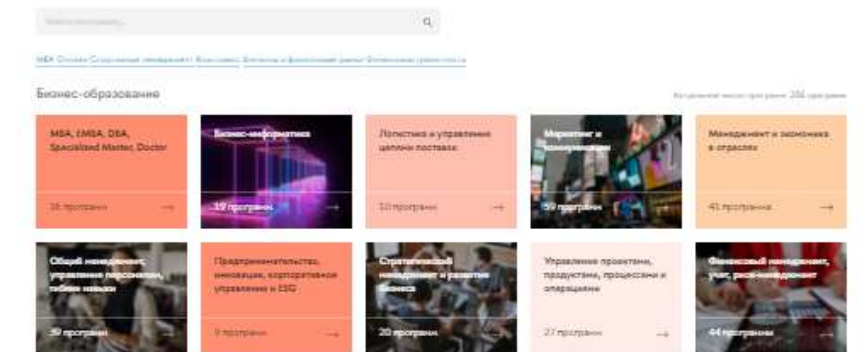
Reskilling

Lifelong learning

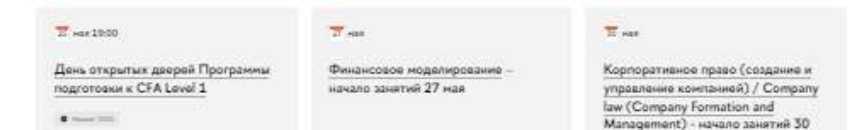
Upskilling



Программы



Мероприятия





Дополнительное
профессиональное
образование НИУ ВШЭ

