Análisis de la tendencia de negocio de Cursos Masivos Abiertos y Online

Julián Eduardo Mena Chávez

1 de febrero de 2023

Resumen de Objetivos

Para desarrollar un modelo de negocios con base en los cursos online de manera eficiente, se ha realizado un proceso de extracción de información de datasets relevantes. Posterior al proceso de análisis se presentan las siguientes conclusiones y recomendaciones para un desarrollo exitoso del proyecto.

Conclusiones

Análisis de la oferta

Análisis de los WordClouds



Figura 1: WordCloud Coursera

En la figura 1, podemos observar una nube de palabras creada a partir de los títulos de los cursos en línea, deducimos 3 cosas:

- 1. La mayor parte de los cursos son en idioma inglés
- 2. La mayoría de las personas en esta plataforma buscan cursos introductorios

3. Las palabras con mayor relevancia hacen alusión a los temas de finanzas e IT



Figura 2: WordCloud EDX

En la figura 2 podemos econtrar la nube de palabras desarrollada a partir de los títulos de los cursos ofertados por la plataforma EDX, de la cuál podemos deducir casi lo mismo que en el caso anterior, a excepción de que hay casi la misma cantidad de cursos introductorios en idioma español, tomando este una mayor relevancia en esta plataforma.



Figura 3: WordCloud Udemy

En la figura 3 encontramos entonces deducciones similares a las dos anteriores, con la diferencia de que la palabra "Introducción" ha sido cambiada por "Beginner".

Podemos entonces conjeturar que la oferta de cursos introductorios en todas las plataformas es dominante; los cursos que tienen relación con tecnologías de la información y negocios son también la mayoría de cursos disponibles en estas plataformas; por último los idiomas inglés y español son los que mayor relevancia tienen en los cursos ofertados.

Análisis de las gráficas de oferta

Cómo resultado de un estudio exploratorio con los datos, se obtuvieron los siguientes resultados ¹

- Dentro de Coursera podemos encontrar a empresas cómo Google e IBM dentro de los mayores ofertantes de cursos Online, lo que nos lleva a concluir que esta plataforma sirve como referencia a capacitación de las mismas.
- En la paltaforma EDX encontramos a las principales unviersidades con reconocimiento internacional ofertando cursos, principalmente Harvard, el MIT y la Universitat Politécnica de Valencia.
- Con la plataforma Udemy encontramos un sistema completamente diferente, ya que los ofertantes dejan de ser empresas o instituciones para convertirse en una plataforma de libre entrada para los profesores que deseen publicar un curso.

Análisis de la demanda

En cuanto a las conclusiones de la demanda de los cursos online tenemos que:

- 1. Las personas que aprenden de manera independiente (94%), prefieren tiempos cortos de estudio a la semana. En otras palabras, la demanda está en los cursos que ofrecen aprendizaje autónomo y de tiempos cortos de estudio a la semana, pero con una duración promedio de 4-6 semanas.
- 2. En el nivel de los cursos (introducción, medio y avanzado) en relación con la universidad que la imparte se obtiene que para el introductorio Hardvard tiene el mayor número, mientras que en el medio y avanzado son otras instituciones. Esto podría responder a que los suscriptores se basan más en la fama de la institución o en su 'valor de marca' y les interesa más un curso rápido, introductorio y en una institución famosa.
- 3. Las materias de mayor interés para los estudiantes son por gran mayoría: Ciencias computacionales, negocios y Data
- 4. Realmente los precios de los cursos de las instituciones no son elevados, al menos los más usados, entonces puede que el problema recaiga en la persepsión del consumidor sobre el valor del certificado de cada institución.
- 5. Los cursos más caros y altamente demandados son los relacionados a negocios.

¹Datos mostrados en el Dashboard, el cuál se encuentra dentro del mismo repostorio

Conclusiones generales

- La oferta de los cursos debe seguir la tendencia de la demanda de los mismos, es decir: Data, Negocios y Ciencias de la comunicación.
- Los tipos de cursos ofertados deben ser autodidactas y de corta duración.
- La institución que imparte los cursos es importante, por lo que llegar a convenios con universidades y empresas de alto prestigio es clave para lograr un impacto importante en la competencia.
- Los precios de los cursos acerca de negocios presentan una demanda inelástica, por lo que la maximización de precios debe ir en esa materia de aprendizaje.