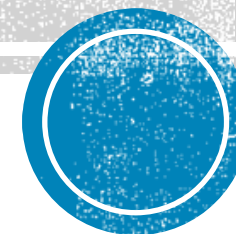


E-LEARNING



هانیه حسینیان ، محدثه فتاحی ، فاطمه پورعلی ، بردیا نیک بخش ، محمدحسن عسگری نژاد
مدیریت پروژه - استاد رضائیان

زمستان ۱۴۰۲

فهرست

- تاریخچه
- پس زمینه صنعت
- برخی از شرکتهای پیشرو در زمینه آموزش آنلاین
- روندهای آینده در حوزه آموزش های آنلاین
- R&D
- اهداف استراتژیک
- SWOT
- جریان توسعه رقبا
- درآمد



INDUSTRY BACKGROUND

حوزه آموزش آنلاین یک صنعت بزرگ و رو به رشد است. تخمین زده میشود که ارزش این صنعت تا سال ۲۰۲۸ به ۴۵۰ میلیارد دلار افزایش یابد در حال حاضر، تعدادی از شرکتها و سازمانهای مختلف در زمینه آموزش آنلاین فعال هستند که طیف وسیعی از خدمات آموزشی را ارائه میدهند. آموزش آنلاین سابقه های طولانی دارد که به اواخر قرن نوزدهم میلادی باز میگردد. در آن زمان، آموزش از طریق مکاتبه به عنوان روشی برای ارائه آموزش به دانش آموزانی که در مناطق دورافتاده یا به دلیل معلولیت قادر به حضور در کلاس درس نبودند، رواج پیدا کرد.



تاریخچه آموزش مجازی

■ 1960

با ظهور فناوری های جدید مانند تلویزیون و رادیو، آموزش از راه دور به طور فزایندهای محبوب شد. دانشگاه ها و مدارس شروع به ارائه دوره های آموزشی از طریق این رسانه ها کردند و این امر امکان دسترسی به آموزش را برای افراد بیشتری فراهم کرد.

■ 1980

ظهور کامپیوترهای شخصی و اینترنت آموزش آنلاین را متحول کرد. اولین دوره های آنلاین در اواخر دهه ۱۹۸۰ ارائه شدند و در دهه ۱۹۹۰، با افزایش دسترسی به اینترنت، محبوبیت آنها به سرعت افزایش یافت.

■ 2000

ظهور فناوری های جدید مانند یادگیری الکترونیکی و کلاس های مجازی، آموزش آنلاین را بیش از پیش انعطاف پذیر و مقرون به صرفه کرد. امروزه، آموزش آنلاین به یک بخش جدایی ناپذیر از سیستم آموزشی تبدیل شده است و میلیون ها نفر در سراسر جهان از آن برای یادگیری استفاده میکنند.



آموزش مجازی در ایران

آموزش مجازی در ایران تجربه کمی دارد. تاریخچه آموزش مجازی در ایران به دوران قبل از انقلاب باز میگردد. در آن زمان دانشگاه پیام نور از روش آموزشی ارتباطی از راه دور استفاده میکرد. به طور تقریبی در پایان دهه ۷۰، دانشگاه تهران نرم افزار آموزش مجازی **LMS** را در دستور کار خود قرار داد. پس از راه اندازی این نرم افزار، دانشگاه تهران آموزش مجازی خود را آغاز کرد. سال ۱۳۸۰ بود که این دانشگاه برای دانشجویان روزانه خود ۹ درس را بر روی این سامانه قرار داد و **LMS** فعالیت خود را از نیمسال اول تحصیلی ۱۳۸۰ به طور رسمی آغاز کرد.



آموزش مجازی در ایران

پس از شروع فعالیت های مجازی دانشگاه تهران، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری در همان سال تاسیس دانشگاه های مجازی و آموزش از راه دور را اعلام کرد. و به همین ترتیب برخی دیگر از دانشگاه ها نیز برای راه اندازی سیستم آموزش مجازی اقدامات الزامی را انجام دادند و تعدادی از واحدها را از این روش برای دانشجویان خود ارائه دادند. حتی تا دوران قبل از کرونا نیز پردیس های مجازی دانشگاه هایی چون تهران، امیرکبیر، تبریز، اصفهان و... به صورت مجازی در حال آموزش و فعالیت بودند.



برخی از شرکتهای پیشرو در زمینه آموزش آنلاین

مکتب خونه

■ فعالیت مکتب خونه از سال ۱۳۹۰ و با هدف در دسترس قرار دادن آموزش با کیفیت بالا برای همه ی افراد در سراسر کشور شروع شد. به گفته خود این سامانه آموزش اینترنتی، مکتب خونه به عنوان بزرگترین رسانه دیجیتال آموزش آنلاین در ایران فعالیت دارد.

فرادرس

■ فرادرس فعالیت خود را در سال ۱۳۸۷ و با ارائه آموزش های حوزه هوش مصنوعی و برنامه نویسی شروع کرد. این سامانه در حال حاضر متمرکز بر روی آموزش های دانشگاهی میباشد.



مکتب خونه



برخی از شرکتهای پیشرو در زمینه آموزش آنلاین

Coursera

- یک پلتفرم آموزش آنلاین که با دانشگاه ها و موسسات آموزشی بالا برای ارائه دوره های آنلاین همکاری میکند.



Udemy

- یک پلتفرم آموزش آنلاین که بیش از ۱۵۰ هزار دوره آموزشی را در اختیار کاربران خود قرار میدهد.



برخی از شرکتهای پیشرو در زمینه آموزش آنلاین

Academy Khan

- یک سازمان غیرانتفاعی که آموزشهای آنلاین رایگان را در زمینه های مختلف ارائه میدهد.

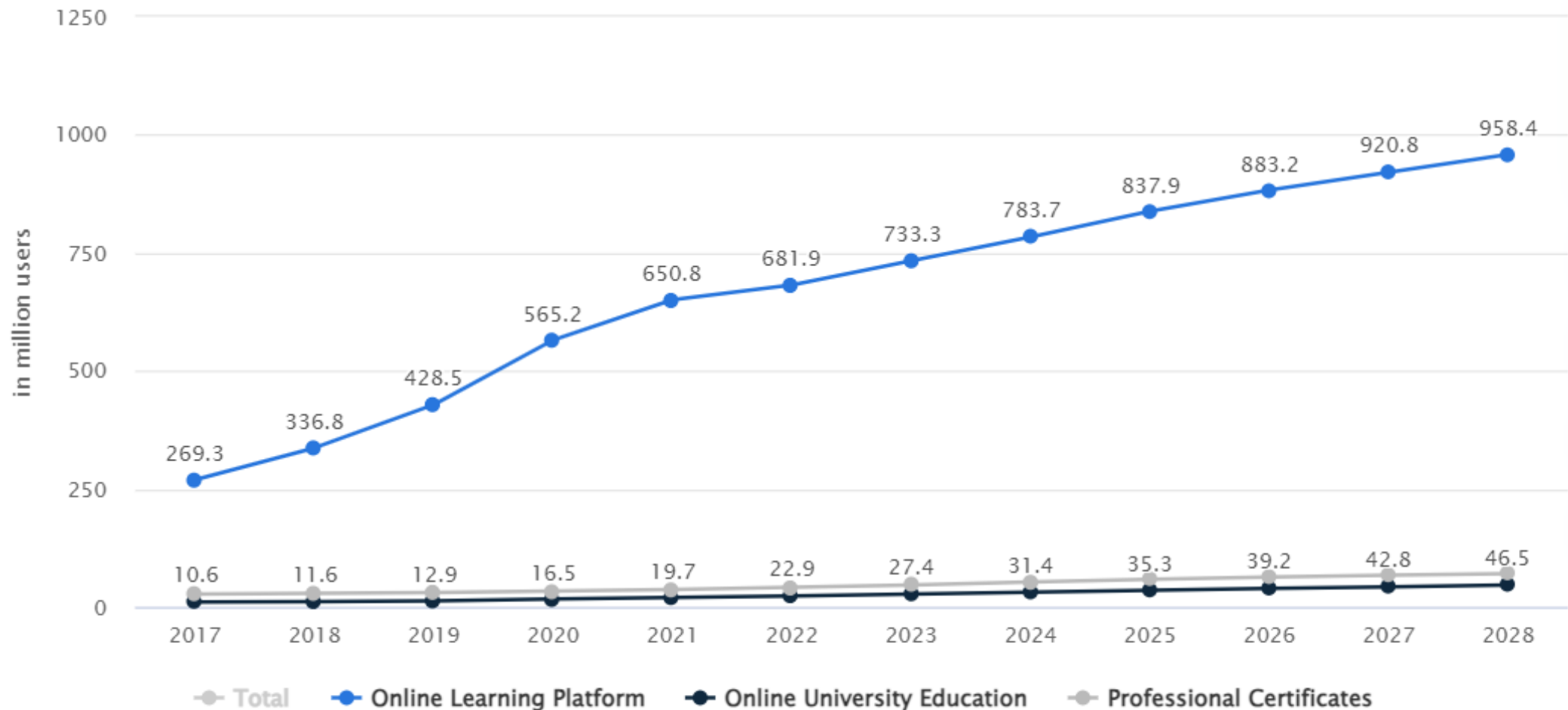


EDX

- یک پلتفرم آموزش آنلاین غیرانتفاعی که توسط دانشگاه هاروارد و MIT تأسیس شده است.



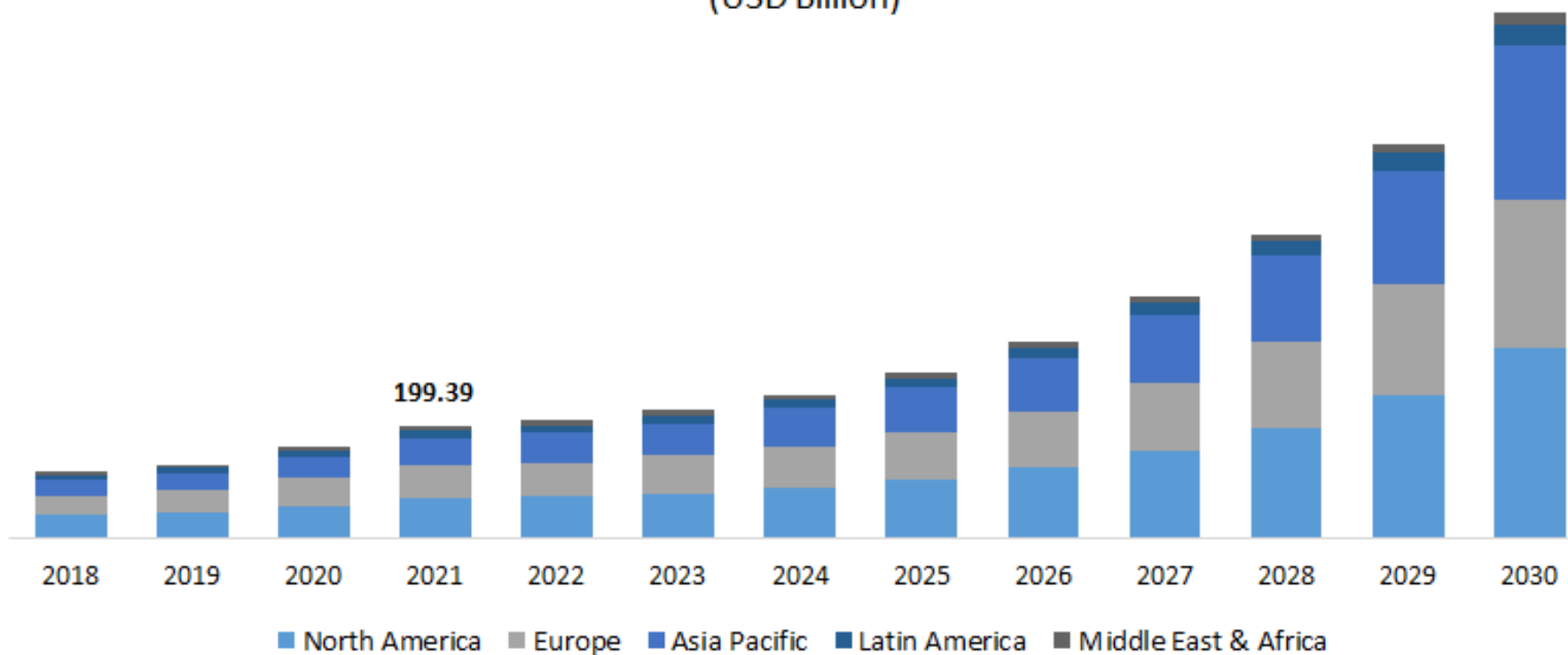
تعداد افراد استفاده‌کننده از آموزش‌های مجازی در جهان



درآمد صنعت آموزش‌های آنلاین

■ تخمین زده می شود که بازار آموزش آنلاین به درآمدی معادل 185/20 میلیارد دلار در سال 2024 برسد.

e-Learning Market Size, By Region, 2018 - 2030
(USD Billion)



آینده آموزش های آنلاین

انتظار میرود که صنعت آموزش آنلاین در سال های آینده به رشد خود ادامه دهد. برخی از روندهای آینده در این حوزه:

- ✓ **افزایش استفاده از هوش مصنوعی:** هوش مصنوعی برای شخصی سازی تجربه یادگیری، ارائه بازخورد به دانش آموزان و ایجاد محتوای آموزشی جذابتر استفاده خواهد شد.
- ✓ **رشد یادگیری تطبیقی:** یادگیری تطبیقی به استفاده از هوش مصنوعی برای ارائه محتوای آموزشی متناسب با نیازها و سطح دانش هر دانش آموز اشاره دارد.
- ✓ **افزایش محبوبیت میکرولرنینگ:** میکرولرنینگ به فرآیند یادگیری در قالب قطعات کوتاه و متمرکز اشاره دارد.
- ✓ **رشد یادگیری اجتماعی:** یادگیری اجتماعی به فرآیند یادگیری از طریق تعامل با سایر دانش آموزان و مربیان اشاره دارد.





تحقیق و توسعه در آموزش آنلاین به فرآیند اکتشاف و نوآوری در زمینه آموزش و یادگیری با استفاده از فناوری های جدید اشاره دارد. این حوزه شامل طیف وسیعی از فعالیت ها میشود:

- توسعه فناوری های جدید آموزشی: مانند پلتفرم های یادگیری آنلاین، ابزارهای ارزیابی، و محتوای آموزشی تعاملی.
- بررسی اثربخشی روشهای آموزشی جدید: مانند یادگیری آنلاین، یادگیری ترکیبی، و یادگیری تطبیقی. و همچنین بررسی و ارزیابی روش های آموزشی مختلف به منظور بهبود عملکرد و کیفیت آموزش ها.
- بررسی رفتارها و نیازهای دانشجویان در محیط های آموزشی آنلاین به منظور بهبود تجربه آموزشی آنها.
- مطالعه نحوه یادگیری افراد در محیط های آنلاین: به منظور طراحی تجارب یادگیری موثرتر.



اهداف استراتژیک

■ مالی

- افزایش درآمد از طریق افزایش تعداد کاربران پلتفرم ، ارائه اشتراک با تخفیف و..
- کاهش هزینه ها از طریق استفاده از اتوماسیون برای وظایف اداری و..

■ فرایندهای داخلی

- مدیریت مشتری و بازار از طریق انجام فعالیت های بازاریابی و تبلیغاتی ، حضور فعال در رسانه های اجتماعی و..
- ارائه محتوای آموزشی و برگزاری دوره برای مدرسان



اهداف استراتژیک

■ مشتری

• جذب مشتری و افزایش سهم بازار از طریق توسعه محتوای آموزشی برای مخاطبان جدید، ارائه محتوای آموزشی رایگان

• افزایش رضایت کاربران و مشتریان از طریق ارائه گواهینامه های معتبر برای دوره های آموزشی، برگزاری وبینار و مسابقات آنلاین، ساده سازی رابط کاربری پلتفرم، ارائه پشتیبانی سریع و کارآمد به کاربران

■ یادگیری و رشد

• توسعه و نوآوری: ارائه دوره های آموزشی جدید متناسب با نیاز های بازار

• استفاده از فناوری های نوین برای ارائه خدمات آموزشی خلاقانه



جریان توسعه رقبا

۱. رقبای اصلی چه کسانی هستند؟

- رقبای مستقیم: موسسات آموزشی آنلاین که دوره‌های مشابه شما را ارائه می‌دهند.
- رقبای غیرمستقیم: موسسات آموزشی سنتی، پلتفرم‌های یادگیری زبان، و سایر منابع آموزشی آنلاین.

۲. رقبا چه استراتژی‌هایی را دنبال میکنند؟

- محتوا: کیفیت، تنوع، و به روز بودن محتوای آموزشی.
- قیمت گذاری: مدل‌های مختلف قیمت گذاری، تخفیف‌ها، و بورسیه‌ها.
- بازاریابی: استفاده از کانال‌های مختلف بازاریابی مانند شبکه‌های اجتماعی.
- خدمات مشتریان: پشتیبانی آنلاین، انجمن‌های گفتگو، و خدمات مشاوره.
- فناوری: استفاده از هوش مصنوعی.



جریان توسعه رقبا

۳. رقبا با چه چالش‌هایی روبرو هستند؟

- جذب و حفظ دانش آموز: رقابت زیاد در بازار، نیاز به خودانضباطی در دانش آموزان، و ...
- کیفیت محتوا: تولید محتوای باکیفیت و جذاب نیازمند زمان و تخصص است.
- بازاریابی: جذب دانش آموزان جدید میتواند پرهزینه باشد.
- فناوری: به روز نگه داشتن پلتفرم‌های آموزشی و استفاده از فناوری‌های جدید میتواند پرهزینه باشد.

۴. چگونه میتوان از رقبا پیشی گرفت؟

- محتوای باکیفیت و جذاب: تمرکز بر تولید محتوای باکیفیت و متناسب با نیازهای دانش آموزان.
- قیمت گذاری رقابتی: ارائه قیمت‌های مناسب و رقابتی با توجه به کیفیت محتوا و خدمات ارائه شده.
- بازاریابی موثر: استفاده از کانال‌های مختلف بازاریابی برای جذب دانش آموزان جدید.
- خدمات مشتریان عالی: ارائه خدمات پشتیبانی آنلاین قوی و ایجاد تعامل با دانش آموزان.
- استفاده از فناوری‌های جدید: استفاده از پلتفرم‌های آموزشی آنلاین پیشرفته و ابزارهای تعاملی برای جذاب‌تر کردن آموزش.
- ایجاد یک برند قوی: ایجاد یک برند قوی و قابل اعتماد برای تمایز خود از رقبا.



SWOT ANALYSIS

<p>نقاط قوت (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none">○ دسترسی: آموزش آنلاین به افراد در هر زمان و هر مکان امکان میدهد به آموزش دسترسی داشته باشند.○ مقرون به صرفه بودن: مقرون به صرفه تر از آموزش سنتی است.○ انعطاف پذیری: به افراد امکان میدهد تا با سرعت خود و در زمان خود یاد بگیرند.○ قابلیت مقیاس بندی: آموزش آنلاین به راحتی میتواند به تعداد زیادی از دانش آموزان ارائه شود.○ تعاملی بودن: آموزشهای آنلاین میتوانند به صورت تعاملی با استفاده از ابزارهای مختلف مانند ویدئو کنفرانس و انجمنهای گفتگو ارائه شوند.	<p>نقاط ضعف (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none">○ فقدان تعامل: آموزش آنلاین میتواند فاقد تعامل اجتماعی باشد که در کلاسهای درس سنتی وجود دارد.○ نیاز به خودانضباطی: آموزش آنلاین نیاز به خودانضباطی و انگیزه دارد.○ فاصله دیجیتال: همه افراد به کامپیوتر و اینترنت دسترسی ندارند.○ تقلب: در آموزش آنلاین تقلب آسان تر است.○ رقابت: رقابت در بازار آموزشهای آنلاین بسیار زیاد است.
<p>فرصتها (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none">○ رشد تقاضا: تقاضا برای آموزش آنلاین به طور فزایندهای در حال رشد است.○ ظهور فناوریهای جدید: فناوریهای جدید مانند هوش مصنوعی و واقعیت مجازی میتوانند آموزش آنلاین را جذابتر و موثرتر کنند.○ بازارهای جدید: بازارهای جدیدی برای آموزش آنلاین مانند آموزش شرکتی و آموزش زبان در حال ظهور هستند.○ همکاریهای جهانی: امکان همکاری با موسسات آموزشی دیگر در سراسر جهان	<p>تهدیدها (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none">○ رقابت: رقابت در صنعت آموزش آنلاین بسیار زیاد است.○ تغییرات فناوری: تغییرات سریع در فناوری میتواند منسوخ شدن پلتفرمها و محتوای آموزشی آنلاین را به دنبال داشته باشد.○ فقدان مقررات: فقدان مقررات در صنعت آموزش آنلاین میتواند منجر به کلاهبرداری و سوء استفاده شود.○ بحرانهای اقتصادی: بحرانهای اقتصادی میتوانند تقاضا برای آموزش آنلاین را کاهش دهند.



بوم کسب و کار

بخش‌های مشتری		ارتباط با مشتری		ارزش پیشنهادی		فعالیت‌های کلیدی		شرکای کلیدی	
<ul style="list-style-type: none">دانش آموزان مدارسدانشجویان دانشگاه‌هاشاغلین شرکت‌هاافرادی قصد گرفتن مدارک زبان دارند		<ul style="list-style-type: none">سیستم پیام‌رسان داخلی پلتفرمCRM اختصاصیحضور در شبکه‌های اجتماعی		<ul style="list-style-type: none">محتوای با کیفیت بالامحتوایی که تاکنون ارائه نشدهمدرسین متخصصپشتیبانی کامل و همه‌جانبهاستفاده از تکنولوژی بروز نظیر VR		<ul style="list-style-type: none">تولید محتواارائه آموزشبازاریابی و فروشپشتیبانی		<ul style="list-style-type: none">مدرسین و متخصصانارائه دهندگان خدمات پرداختارائه دهندگان خدمات cloud و سرورشرکت‌های ارائه دهنده خدمات تبلیغات	
جریان‌های درآمدی		کانال‌ها		منابع کلیدی		ساختار هزینه			
<ul style="list-style-type: none">فروش دوره‌ها برای استفاده‌های آنلاین و آفلاینکسب درآمد از گرفتن اشتراک برای استفاده دوره‌ای از کلاس‌هابرگزاری دوره‌های خاص برای آموزش کارکنان شرکت‌هافروش خدمات آزمون‌های آنلاین به مدارس، دانشگاه‌ها و ...فروش خدمات مشاوره و منتورینگاجاره دوره‌ای تجهیزات هوشمند نظیر تکنولوژی VR		<ul style="list-style-type: none">وبسایتاپلیکیشن موبایلاپلیکیشن تلویزیون‌های هوشمند		<ul style="list-style-type: none">پلتفرم آموزش آنلاینمحتوای آموزشیمدرسین		<ul style="list-style-type: none">هزینه راه‌اندازی و نگهداری پلتفرمهزینه تبلیغات و سایر هزینه‌های بازاریابی و فروشهزینه خرید، نگهداری و تعمیرات تجهیزات هوشمنددستمزد مدرسین و متخصصان برای تولید محتوای آموزشیهزینه‌های مربوط به تجهیزات ضبط و ویرایش ویدئو			





با تشکر از توجه شما