

باسمه تعالی



دانشگاه صنعتی اصفهان

دانشکده برق و کامپیوتر

آکادمی یاسان

درس:

مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات

استاد درس:

دکتر صفایی پور

اعضای تیم:

حوری دهش (۹۸۲۱۴۱۳)

متین قلی پور (۹۹۲۸۵۲۳)

تیر ۱۴۰۳

فهرست

۲ماتریس SWOT
۴تحلیل استراتژی زمان و مکان شرکت
۵تحلیل ساختار سازمانی شرکت
۷ماتریس CPM
۱۱منابع

ماتریس SWOT

اعداد مشخص شده در جدول متناظر با اعداد فرصت‌ها، تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌ها در جداول IFE و EFE در فاز قبلی هستند.

	نقاط قوت	نقاط ضعف
فرصت‌ها	استراتژی‌های SO	استراتژی‌های WO
	<p>در راستای افزایش جذب مشتری، تیم بازاریابی قوی آکادمی، تبلیغاتی را آماده می‌کنند که بر احساس نیاز یادگیری برنامه‌نویسی که به خاطر اخبار پیشرفت تکنولوژی در جامعه ایجاد شده است، تاکید کنند و با توضیح در رابطه با موقعیت‌ها و مزایای این حوزه، افراد را توجه کنند که تنها در صورت دسترسی به آموزش باکیفیت و به‌روز با تکنولوژی‌های متناسب با سن فراگیران، می‌توانند به این فرصت‌ها دست پیدا کنند.</p> <p>(S2, S7, S8, O1, O2, O3, O4, O5)</p>	<p>در راستای افزایش جذب مشتری، با توجه به اضافه شدن سرفصل‌های برنامه‌نویسی به دروس آموزش و پرورش، و افزایش باور عمومی نسبت به اهمیت یادگیری برنامه‌نویسی در سنین پایین، می‌توان کودکان و نوجوانان زیادی را جذب کرد، و با افزایش درآمد آکادمی، می‌توان نسبت به پرداخت حقوق ساعت‌های اضافه کاری کارکنان اقدام کرد و همچنین با استخدام کارکنان جدید، تعطیلاتی هم برای کارکنان فعلی اضافه کرد.</p> <p>(W2, W3, W6, O6, O7)</p>
	<p>با توجه به وجود فرصت‌های مختلف در حوزه برنامه‌نویسی و علوم کامپیوتر در سراسر جهان و افزایش نیاز به برنامه‌نویسان، با کمک تیم R&D قوی آکادمی و استفاده از تجربیات و ایده‌های متخصصان آکادمی و نظرسنجی از نیروهای بومی کشورهای مختلف، دوره‌ها و محتواهای جدید و متناسب با کشورهای دیگر آماده شوند.</p> <p>(S4, S9, S10, S11, O2, O4)</p>	<p>با توجه به افزایش نیاز به برنامه‌نویسان و وجود فرصت‌های متنوع در این حوزه، همچنین مناسب بودن این فرصت‌ها برای خانم‌ها، گروه‌های مختلفی از جمله کودکان و نوجوانان دختر و پسر را جذب برنامه‌نویسی کرد و با افزایش درآمد نسبت به ایجاد تیم تجربه مشتری قوی‌تر و راه‌های ارتباطی جدید برای مشتریان اقدام کرد، که باعث ایجاد رضایت در مشتریان فعلی شود.</p> <p>(O2, O8, W1, W4)</p>
	<p>آکادمی با بهره‌گیری از تیم بازاریابی و دیجیتال مارکتینگ قوی و خدمات آموزشی با کیفیت، با مدارس و دانشگاه‌ها همکاری می‌کند تا دوره‌های آموزشی تخصصی برنامه‌نویسی را به عنوان بخشی از برنامه درسی آن‌ها ارائه دهد. این همکاری به افزایش آگاهی و</p>	<p>با توجه به وجود رقابت زیاد و آموزش‌های رایگان در اینترنت، آکادمی می‌تواند با بهره‌گیری از نیروهای بومی کشورهای مختلف، وبینارها و کارگاه‌های آموزشی رایگان برگزار کند. این اقدام باعث جذب مشتریان جدید و افزایش آگاهی نسبت به کیفیت</p>

	<p>خدمات آموزشی آکادمی می‌شود. سپس، با افزایش درآمد از جذب این مشتریان، می‌توان به پرداخت به موقع حقوق کارکنان و افزایش ساعت‌های کاری بدون پرداخت حقوق اضافه پایان داد.</p> <p>(S2, S7, S8, O5, O6, O7)</p>	<p>در راستای حفظ مزیت رقابتی پایدار یعنی ارائه دوره‌های باکیفیت، باید اقداماتی از جمله کم کردن تعداد دوره‌های در حال برگزاری و کاهش ساعت کاری کارکنان و اضافه کردن تعطیلات رسمی به برنامه‌های آنها صورت گیرد، تا کارکنان عملکرد باکیفیتی داشته باشند، تا این مزیت رقابتی باعث برتری آکادمی در رقابت شدید با رقبای فعلی و رقبای تازه وارد شود.</p> <p>(W1, W2, W3, O2, O3, O8)</p>
تهدیدها	<p>استراتژی‌های ST</p> <p>با کمک واحد مدیریت منابع انسانی قوی، متخصصان و مربیان عالی را استخدام می‌کنند و با سازماندهی مناسب وظایف منطقی به آنها واگذار میشود، تا با بهره‌گیری از تجربه و سیاست‌های ارائه شده توسط مدیریت آکادمی، به بهترین نحو خدمات آموزشی را ارائه دهند، تا نسبت به رقبای فعلی برتر باشند، همچنین نسبت به رقبای جدید که به آسانی و بدون نیاز به سرمایه بالا وارد این حوزه می‌شوند، مزیت رقابتی پایدار داشته باشند.</p> <p>(S1, S3, S5, S7, T1, T2, T3, T8)</p>	<p>استراتژی‌های WT</p> <p>کاهش دوره‌های در حال توسعه و برگزاری و افزایش بودجه تیم تجربه مشتری، تا راه‌های ارتباطی مشتریان بهبود پیدا کند، تا اگر نرخ تورم و مشکلات مالی یکی از معضلات آنها هست، با ارتباط با آکادمی حداقل رضایت آنها را جلب کرد تا انصراف ندهند یا جذب دوره‌های رایگان نشوند.</p> <p>(W3, W6, T1, T2, T3)</p>
	<p>در دوره‌ها با کمک بازخوردهای تیم، ارزیابی اصلاحات لازم انجام شود و در صورت نیاز با کمک تیم R&D محتواهای جدید اضافه شود، و پس از انجام اصلاحات لازم با بازاریابی قوی جذب فراگیران جدید صورت گیرد، و پس از افزایش درآمد از طریق افزایش مشتریان، سعی در ارائه خدمات باکیفیت و همچنین با صرفه اقتصادی شود، تا مشتریان بتوانند در شرایط اقتصادی نامناسب هم عضو آکادمی شوند و همچنین بین خدمات آموزشی مختلف، خدمات آکادمی برتری داشته باشند و همچنین نسبت به آموزش‌ها رایگان هم اختلاف کیفیت قابل توجه و هزینه معقول داشته باشند.</p> <p>(S2, S6, S9, T4, T7, T8)</p>	<p>کاهش دوره‌های در حال توسعه و برگزاری و افزایش بودجه تیم تجربه مشتری، تا راه‌های ارتباطی مشتریان بهبود پیدا کند، تا اگر نرخ تورم و مشکلات مالی یکی از معضلات آنها هست، با ارتباط با آکادمی حداقل رضایت آنها را جلب کرد تا انصراف ندهند یا جذب دوره‌های رایگان نشوند.</p> <p>(W1, W4, T7, T8)</p>
	<p>آکادمی تصمیم می‌گیرد به منظور بهره‌وری از تخصص‌های خود و جذب مخاطبان بین‌المللی،</p>	<p>آکادمی به تشکیل شعب جدید و گسترش شبکه آموزشی خود در مناطق جدید می‌پردازد. این شعب</p>

	برنامه‌های آموزشی تخصصی و بین‌المللی راه‌اندازی کند. (S11, T6)	جدید باید با ارائه دوره‌های متنوع و مطابق با نیازهای محلی، به جذب دانشجویان جدید و افزایش درآمد آکادمی کمک کنند. (W5, T6)
--	---	--

تحلیل استراتژی زمان و مکان شرکت

۱.۲

آکادمی یاسان به صورت آنلاین فعالیت می‌کند، بنابراین نیازی به فضای کاری فیزیکی ندارد. این امر باعث می‌شود که منابع IT به صورت کامل و بهینه استفاده شوند. همچنین، هدف اصلی آکادمی یاسان آموزش برنامه‌نویسی به کودکان و نوجوانان است که با استفاده از فضای آنلاین، این هدف به خوبی پیگیری می‌شود.

۲.۲

۱. افزایش تعداد سرورها و منابع IT: با توجه به اینکه آکادمی یاسان به صورت آنلاین فعالیت می‌کند، افزایش تعداد سرورها و منابع IT می‌تواند به بهبود عملکرد و کیفیت خدمات آموزشی کمک کند. امتیاز ۱۰: چون باعث بهبود عملکرد و کیفیت خدمات آموزشی می‌شود که مستقیماً بر رضایت دانش‌آموزان تأثیر می‌گذارد.
۲. گسترش در کشورهای دیگر: با توجه به اینکه آکادمی یاسان کلاس‌های آنلاین برنامه‌نویسی برای کودکان و نوجوانان فارسی زبان در سراسر جهان برگزار می‌کند، گسترش در کشورهای دیگر می‌تواند به جذب دانش‌آموزان بیشتر کمک کند.
۳. امتیاز ۸: چون هرچند می‌تواند به جذب دانش‌آموزان بیشتر کمک کند، اما هزینه‌های مربوط به گسترش در کشورهای دیگر می‌تواند برای آکادمی یاسان چالش‌برانگیز باشد.
۴. استفاده از فضاهای مجازی برای برگزاری کلاس‌ها: با استفاده از فضاهای مجازی مانند VR و AR، می‌توان تجربه آموزشی را برای دانش‌آموزان جذاب‌تر کرد.
۷. امتیاز ۷: چون نیاز به تکنولوژی و دانش فنی برای پیاده‌سازی آن وجود دارد که ممکن است برای آکادمی یاسان مشکل‌ساز باشد.

آکادمی یاسان به صورت آنلاین فعالیت می‌کند، بنابراین زمان کاری آن به صورت flexible است. این امر باعث می‌شود که دانش‌آموزان بتوانند در هر زمانی که برای آن‌ها مناسب است، به یادگیری بپردازند. همچنین، این امکان را به مربیان می‌دهد که برنامه کاری خود را به صورت flexible تنظیم کنند.

۱. برگزاری کلاس‌های زنده در زمان‌های مختلف: با توجه به اینکه دانش‌آموزان در سراسر جهان زندگی می‌کنند، برگزاری کلاس‌های زنده در زمان‌های مختلف می‌تواند به دسترسی بیشتر دانش‌آموزان به این کلاس‌ها کمک کند. امتیاز ۹: چون باعث می‌شود دانش‌آموزان در سراسر جهان بتوانند به راحتی به کلاس‌ها دسترسی پیدا کنند.
۲. استفاده از ضبط کلاس‌ها: ضبط کلاس‌ها و ارائه آن‌ها به دانش‌آموزان می‌تواند به آن‌ها امکان یادگیری در هر زمانی که برای آن‌ها مناسب است را بدهد.
- امتیاز ۱۰: چون به دانش‌آموزان امکان یادگیری در هر زمانی که برای آن‌ها مناسب است را می‌دهد.
۳. برگزاری جلسات مشاوره در زمان‌های مختلف: برگزاری جلسات مشاوره در زمان‌های مختلف می‌تواند به دانش‌آموزان کمک کند تا در هر زمانی که نیاز دارند، به کمک مربیان دسترسی پیدا کنند.
- امتیاز ۸: چون با اینکه به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا در هر زمانی که نیاز دارند، به کمک مربیان دسترسی پیدا کنند، اما ممکن است برای مربیان چالش‌برانگیز باشد.

تحلیل ساختار سازمانی شرکت

ساختار شرکت آکادمی یاسان سلسله‌مراتبی می‌باشد. در راس این ساختار یک تیم مدیر وجود دارد (شامل بنیانگذاران و هیات مدیره) که سازمان را مدیریت کرده و تصمیم‌گیری‌های مهم را انجام می‌دهند.

در لایه بعدی تیم‌های تخصصی قرار دارند:

- تیم آموزش
- تیم فنی
- تیم اجرایی

هر تیم یک یا چند مسئول دارد. سایر اعضای هر تیم در زیر نوشته شده‌اند:

- تیم آموزش
 - مشاور آموزش
 - مربیان
 - منتورهای ناظر بر دانش‌آموزان

- تیم فنی
 - مسئول محتوای برنامه‌نویسی
 - مسئول محتوای رباتیک و سخت‌افزار
 - مسئول محتوای ساخت بازی
- تیم اجرایی
 - مسئول استخدام
 - مسئول کنترل و ارزیابی کیفیت
 - مسئول برنامه‌ریزی آموزشی
 - مسئول مالی

۱.۳

با توجه به چشم‌انداز ارائه شده توسط خود شرکت، آکادمی یاسان ساختار سازمانی متناسبی دارد. اهداف آکادمی یاسان را می‌توانیم در دو مورد خلاصه کنیم:

۱. پرورش مهارت‌های حل مسئله، تفکر منطقی و تصمیم‌گیری از طریق آموزش برنامه‌نویسی
۲. آموزش‌های با کیفیت و در دسترس همگان

همان طور که در ساختار بالا مشاهده می‌شود آکادمی یاسان دارای یک تیم فنی حرفه‌ای می‌باشد که می‌تواند در تحقق یافتن هدف اول موفق عمل کند. همچنین تیم آموزش می‌کوشد تا از طریق آموزش مجازی و ارائه گزارش‌های دوره‌ای به والدین، آموزش را برای همه دانش‌آموزان فراهم کند.

۲.۳

با توجه به چشم‌انداز ارائه شده توسط گروه کمبودهایی در ساختار سازمانی آکادمی یاسان مشاهده می‌شود. در این چشم‌انداز هدف شرکت رسیدن به جایگاه برترین آکادمی آموزش برنامه‌نویسی ایران است اما شرکت عملکردی ضعیف در زمینه تبلیغ خود دارد. آکادمی یاسان نیازمند تیمی برای شناساندن خود به والدین است. همچنین می‌تواند تیمی متخصص برای تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی داشته باشد.

۳.۳

با توجه به ماموریت ارائه شده توسط شرکت، آکادمی یاسان تمرکز آموزش خود را روی نوجوانان قرار داده و تلاش می‌کند نسلی توانمند پرورش دهد. ساختار سازمانی آکادمی یاسان با این هدف هم‌راستا می‌باشد اما باید بهبودهایی نیز صورت بگیرد. برای مثال نوجوانان نیاز دارند در ابعاد اجتماعی و مهارت‌های نرم نیز رشد کنند. پس نیازمند نیروهایی هستیم که در بتوانند در مهارت‌های نرم نیز به پیشرفت دانش‌آموزان کمک کنند.

از طرفی آکادمی یاسان در تلاش است تا آینده بهتری خلق کند. این یعنی باید در انتخاب مسیر آینده به دانش‌آموزان کمک کند. برای دستیابی به این هدف می‌تواند نیروهایی در زمینه‌های روانشناسی و مشاوره به کار بگیرد.

همچنین آکادمی یاسان تلاش می‌کند آموزش با کیفیت و در دسترس همگان قرار بگیرد. همانطور که در بالا اشاره شد با ارائه آموزش مجازی و نظارت بر عملکرد دانش‌آموزان این هدف محقق می‌شود.

۴.۳

تشابه زیادی بین دو بند اول ماموریت ارائه شده توسط گروه و ماموریت ارائه شده توسط شرکت وجود دارد. پس توضیحاتی که در بخش ۳.۳ داده شده در مورد ماموریت ارائه شده توسط گروه هم صادق هستند.

در بند آخر ماموریت ارائه شده توسط گروه هدف آکادمی یاسان توجه به کارمندان است. برای دستیابی به این هدف نیازمندی نیروهای متخصصی در زمینه منابع انسانی هستیم.

۵.۳

یکی از اهداف IT در سازمان کنترل و ارزیابی است. آکادمی یاسان در زمینه ارزیابی مربیان خود دچار ضعف می‌باشد. مربیان در آکادمی یاسان مورد ارزیابی قرار نمی‌گیرند و پاداشی برای مربیان تلاشگر در نظر گرفته نمی‌شود. همچنین تمرکز آکادمی یاسان بر رضایت مشتری است و به رضایت کارمندان اهمیت کمتری داده می‌شود. به نظر می‌رسد که آکادمی یاسان باید بر روی کنترل و ارزیابی و رضایت کارمندان خود تمرکز بیشتری بگذارد.

یکی دیگر از اهداف IT در سازمان‌ها بهبود ارتباطات است. آموزش در آکادمی یاسان به صورت مجازی انجام می‌شود و تعامل بین دانش‌آموزان و مربیان با کیفیت بالایی برقرار است که این یعنی IT در زمینه ارتباط در آکادمی یاسان موفق عمل کرده است.

ماتریس CPM

در این ماتریس به مقایسه آکادمی یاسان با یک رقیب داخلی، به نام آکادمی ایران اسکرچ و یک رقیب خارجی (مستقر در هند) به نام UNICMINDS پرداخته شده است.

این مقایسه با توجه به این فاکتورها انجام می‌گیرد:

- برنامه آموزشی
- تبلیغات و بازاریابی
- کیفیت خدمات
- قیمت رقابتی
- صلاحیت سنجی مربیان
- تنوع خدمات

برنامه آموزشی:

امتیاز		
آکادمی یاسان	آکادمی ایران اسکرچ	آکادمی UNICMINDS
۳	۳	۴

برنامه آموزشی هر سه آکادمی به صورت مرحله مرحله است و فراگیران بعد از اتمام یک دوره، می توانند وارد دوره بعدی شوند. سیستم آموزشی آنها به صورت تلفیقی است و دوره ها برای دانش آموزان شخصی سازی شده اند. دوره های هر سه آکادمی کاملاً پروژه محور هستند و فراگیران به طور کاملاً عملی با مباحث یاد گرفته شده، آشنا شده و خود را محک می زنند.

در آکادمی یاسان و آکادمی ایران اسکرچ، دوره ها به صورت عمومی و پیشرفته تقسیم می شوند که فراگیران بعد از گذراندن دوره های عمومی، می توانند وارد دوره های پیشرفته شوند. اما تقسیم بندی در آکادمی UNICMINDS مقدار دقیق تر است و دوره ها به صورت مقدماتی، متوسط و پیشرفته تقسیم بندی شده اند و ابتدا زبان های برنامه نویسی block based، سپس زبان های برنامه نویسی پیشرفته و مفاهیم مقدماتی علوم کامپیوتر، و در نهایت مفاهیم پیشرفته علوم کامپیوتر و دوره های کاربردی پیشرفته ارائه میشوند. در کل به لحاظ برنامه آموزشی، آکادمی یاسان و ایران اسکرچ در سطح نسبتاً مناسب و برابری هستند و به همین دلیل به هر دو امتیاز ۳ داده شده و به آکادمی UNICMINDS به دلیل تقسیم بندی دقیق تر و فرایند تدریجی تر آموزش، امتیاز ۴ داده شده است.

تبلیغات و بازاریابی:

امتیاز		
آکادمی یاسان	آکادمی ایران اسکرچ	آکادمی UNICMINDS
۳	۴	۳

به لحاظ تبلیغات و بازاریابی، آکادمی یاسان و ایران اسکرچ تقریباً در سطح یکسانی قرار دارند، با توجه به این که هر دوی این آکادمی ها هم برای فراگیران داخل کشور و هم خارج از کشور دوره های آموزشی برگزار می کنند و تبلیغات گسترده ای انجام می دهند. البته نحوه تبلیغات و میزان موفقیت در بازاریابی در این دو شرکت متفاوت است، آکادمی یاسان به دلیل این که سابقه چندان طولانی ندارد، اغلب از طریق شبکه های اجتماعی در حال شناساندن برند خود به مخاطبانش است، ولی آکادمی ایران اسکرچ به دلیل سابقه نسبت طولانی تر در زمینه آموزش علوم رایانه به کودکان و همچنین پیشتاز بودن آموزش برنامه نویسی به کودکان در ایران، ارتباطات بیشتری به دست آورده و از طریق این ارتباطات، مشتریان بیشتری نیز جذب کرده است.

در آکادمی UNICMINDS هم تقریباً به میزان مشابهی نسبت به آکادمی یاسان، دانش آموزان جذب شده و هر چند جذب این مشتریان، کمتر از طریق شبکه های اجتماعی بوده، ولی به دلیل محیط بالقوه ای که این آکادمی در آن استقرار یافته، بازاریابی خوبی صورت گرفته است.

در کل به آکادمی های یاسان و UNICMINDS امتیاز ۳ و به آکادمی ایران اسکرچ امتیاز ۴ تخصیص داده شده است.

کیفیت خدمات:

امتیاز		
آکادمی یاسان	آکادمی ایران اسکرچ	آکادمی UNICMINDS
۳	۳	۴

هر سه این آکادمی، بستر آموزشی آنلاین دارند و پلتفرم برگزاری کلاس‌های آنلاین یک محیط امن، قابل دسترس و با سرعت مناسب است. خصوصا در آکادمی ایرانی (یاسان و ایران اسکرچ) که از پلتفرم بیگ بلو باتن استفاده میشود و انعطاف پذیری و قابلیت شخصی سازی محیط برای دانش آموزان فراهم است. در هر سه پلتفرم آموزشی، دانش آموزان می توانند به راحتی به مربی خود ارتباط برقرار کنند و امکان بازخورد منظم به میزان پیشرفت و نحوه عملکرد دانش آموزان وجود دارد. همچنین هر سه آکادمی، یک جلسه رایگان به منظور برطرف کردن شک و شبهات در رابطه با دوره های آموزشی و نحوه برگزاری آنها قرار داده اند که خانواده ها برای گرفتن تصمیم قطعی مصمم تر باشند.

اما نکته مهم در رابطه با کیفیت خدمات، این است که آکادمی UNICMINDS به طور شفاف تر مفصل تری در رابطه با خدمات خود، نحوه ارائه خدمات و قوانین مربوط به آنها توضیح داده، از جمله مواردی مثل سیاست های قیمت گذاری، سیاست های لغو، سیاست های بازپرداخت و.. که همچنین این قوانین نسبت به دو موسسه دیگر، قوانین بسیار منعطف تر و منصفانه تر است.

بنابراین طبق توضیحات گفته شده، به آکادمی UNICMINDS امتیاز ۴ و به دو آکادمی دیگر امتیاز ۳ اختصاص داده شده است.

قیمت رقابتی:

امتیاز		
آکادمی یاسان	آکادمی ایران اسکرچ	آکادمی UNICMINDS
۴	۳	۳

قیمت هر ترم از دوره های آکادمی یاسان و آکادمی ایران اسکرچ از ۶۵۰ هزار تومان شروع میشود (هر جلسه یک به یک نیم ساعته حدودا ۰.۵ دلار) اما طول دوره های آکادمی یاسان به نسبت طولانی تر از دوره های آکادمی ایران اسکرچ هستند و سرفصل های آموزشی بیشتر هستند و در کل مباحث بیشتری به فراگیران آموخته میشود. همچنین برای این هزینه یکسان، تعداد جلسات آموزشی آکادمی یاسان بیشتر از آکادمی ایران اسکرچ هستند. بنابراین با توجه به هزینه یکسانی که برای هر ترم ارائه میشود، مطالب بیشتری در مدت زمان بیشتر آموخته میشود. بنابراین به آکادمی یاسان امتیاز بیشتری نسبت به آکادمی ایران اسکرچ اختصاص داده شده است.

در رابطه با آکادمی UNICMINDS، برای هر جلسه یک به یک نیم ساعته، هزینه ۸ دلار باید پرداخت میشود. با توجه به این که هر سه آکادمی تقریبا خدمات یکسانی ارائه میدهند و تفاوت کیفیت خدمات چندان بالا نیست، و همچنین با توجه به این که آکادمی های اسکرچ و ایران آکادمی فعالیت های بین المللی هم دارند و فراگیران خارجی (کلاس ها به زبان محلی آن فراگیران هم برگزار میشود) زیادی به این آکادمی جذب شده اند، هزینه تمام شده برای این دست از فراگیران در صورت ثبت نام در کلاس های آکادمی های ایرانی، کمتر از آکادمی UNICMINDS است. البته برای بقیه فراگیران دیگر کشورها که به آکادمی

UNICMINDS جذب شده‌اند، قیمت این آکادمی بسیار مناسب است و در مقایسه با آکادمی‌های بین المللی دیگر، هزینه کمتری دریافت می‌کند.

بنابراین با توجه به مطالب ذکر شده، امتیازهای ۳ و ۳ و ۴ به ترتیب به آکادمی‌های UNICMINDS، آکادمی ایران اسکرچ و آکادمی یاسان اختصاص یافته است.

صلاحیت سنجی مربیان:

امتیاز		
آکادمی یاسان	آکادمی ایران اسکرچ	آکادمی UNICMINDS
۳	۳	۳

با توجه به تحقیقات انجام شده در آکادمی‌های UNICMINDS و ایران اسکرچ، مدرک تحصیلی مربیان و معلمان و دانش آن‌ها در زمینه دوره‌های آموزشی اهمیت زیادی دارد و همه معلمان پیش‌زمینه‌ای در علوم فناوری و کامپیوتر دارند اما در آکادمی یاسان، مربیان اغلب با سنین پایین و با بک گراند‌های متفاوت جذب این آکادمی میشوند و لزوماً بک گراندی در زمینه فناوری و برنامه‌نویسی نداشته‌اند. این مورد همزمان یک نقطه قوت و ضعف می‌تواند برای این آکادمی باشد. از طرفی مربیان جذب شده، جوان و با انگیزه و به‌روز هستند و ارتباط عمیقی با فراگیران برقرار می‌کنند و ظرفیت آکادمی برای جذب فراگیران بیشتر را بالا می‌برند، در صورتی که در دو آکادمی دیگر مربیان در سنین بالاتر و با تعداد محدودتر هستند و احتمالاً این مزایا در این آکادمی‌ها کمرنگ‌تر باشد. از طرفی هر چند مربیان آکادمی یاسان طی فرایندی در این آکادمی گزینش شده و آموزش می‌بینند، ولی چون این فرایند در کوتاه مدت مربیان را آماده می‌کند و تخصص و دانش عمیقی به هم‌ران ندارد، ممکن است به دلیل ماهیت مرحله به مرحله بودن دوره‌های آموزشی و بالاتر رفتن سطح دوره‌ها با گذر زمان، مربیان به چالش‌های آموزشی برخورد کنند و نیاز است که به صورت مداوم در حال به‌روز کردن مهارت‌های خود باشند.

با توجه به نکات ذکر شده و مزایای و معایب نحوه صلاحیت سنجی مربیان، امتیاز ۳ به هر سه آکادمی اختصاص داده شده است.

تنوع خدمات:

امتیاز		
آکادمی یاسان	آکادمی ایران اسکرچ	آکادمی UNICMINDS
۳	۲	۴

با توجه به نقشه راه مشخص شده در برنامه آموزشی این آکادمی‌ها، تنوع دوره‌ها به ترتیب در آکادمی UNICMINDS به مراتب بسیار بیشتر از دو آکادمی ایرانی است و بین دو آکادمی ایرانی هم هر چند تشابه زیادی بین دوره‌های آنها وجود دارد، ولی تنوع دوره‌ها در آکادمی یاسان بیشتر است. بنابراین امتیازهای ۲ و ۳ و ۴ به ترتیب به آکادمی‌های ایران اسکرچ، آکادمی یاسان و آکادمی UNICMINDS اختصاص یافته است.

[/https://yasanacademy.ir](https://yasanacademy.ir)

<https://yasanacademy.ir/courses/>

[/https://yasanacademy.ir/one-month-with-yasan](https://yasanacademy.ir/one-month-with-yasan)

[/https://iranscratch.ir](https://iranscratch.ir)

[/https://iranscratch.ir/%d8%af%d8%b1%d8%a8%d8%a7%d8%b1%d9%87-%d9%85%d8%a7](https://iranscratch.ir/%d8%af%d8%b1%d8%a8%d8%a7%d8%b1%d9%87-%d9%85%d8%a7)

[/https://unicminds.com](https://unicminds.com)

[/https://unicminds.com/about-us](https://unicminds.com/about-us)