

Coursera на Россию

Американская образовательная онлайн-платформа Coursera становится русской. Нет, мы не вводим силы самообороны в ее калифорнийскую штаб-квартиру. Нет, ее не покупает «Роснефть». Coursera запускает процесс тотальной русификации своих курсов.

Дафна Коллер и Эндрю Энг, профессора Стэнфордского университета, запустили Coursera в 2012 году. Основная идея платформ, подобных проекту Коллер и Энга, работающих по модели МООС (массовые открытые онлайн-курсы) в том, чтобы упростить доступ к знаниям. Например, на Coursera можно послушать более 1 тыс. курсов (длительностью от четырех до восьми недель каждый) от профессоров из 98 ведущих американских, европейских и азиатских университетов. Но в отличие от сайтов, просто выкладывающих образовательные ролики, Coursera комбинирует видеообучение с тестами, а также позволяет студентам обсуждать курс на форумах и получать оценки своих знаний. Кроме того, Коллер и Энг удалось найти изящную freemium-модель монетизации. Все курсы абсолютно бесплатны, проект зарабатывает на выдаче студентам сертификатов (о том, что курс прослушан) и на сертификации курсов в образовательных учреждениях.

Идея стэнфордских профессоров инвесторам понравилась. В декабре 2013 года компания закрыла очередной (\$20-миллионный) раунд от фондов GCV Capital и Learn Capital. На настоящий момент в проект инвестировано \$85 млн. Ближайший конкурент, Udacity, стартовавший в 2011 году, привлек лишь \$20 млн.

За два года существования на Coursera зарегистрировались около 5 млн студентов (на Udacity — 0,8 млн), но похоже, проект стоит на пороге новой волны роста. И эта волна исходит из России.

«Coursera нас заинтересовала сначала с потребительской точки зрения,— рассказывает Иван Смольников, генеральный директор ABBYY Language Services (ALS; входит в группу Abbyy).— Это же здорово, когда у тебя есть возможность бесплатно прослушать курс от ведущих профессоров мира. Я сам слушал Inspiration Leadership и даже настоял на том, чтобы все руководители в нашей компании прослушали его. Однако мы заметили, что иногда знания английского недостаточно, чтобы полноценно воспринимать информацию на слух».

В то же время профессиональный перевод курса — дело довольно сложное и дорогое. Смольников оценивает его в \$10–30 тыс., таким образом перевод нынешнего объема курсов на какой-нибудь один язык обошлась бы Coursera в \$10 млн.

При \$85 млн инвестиций сумма не кажется астрономической, но Смольников уверен, что без технологии crowdsourcing тут не обойтись. В прошлом году ALS совместно с Digital October вышли на основателей Coursera с предложением организовать платформу для волонтеров-переводчиков, которые бы бесплатно взялись за локализацию курсов на русский язык.

Коллер и Энг встретили инициативу из России с энтузиазмом. Понятное дело, рынок в 40 млн потенциальных слушателей (если, конечно, считать все наше экономически активное население) сам идет в руки. Слушатели и раньше переводили курсы Coursera, но на поток этот процесс еще не ставился ни в одной стране. ALS потратила восемь месяцев и \$400 тыс. на разработку краудсорсинг-платформы, которая позволяла бы тысячам волонтеров работать одновременно над переводом одних и тех же курсов. Качество перевода в постоянном режиме будут отслеживать два десятка специалистов ALS.

Модель монетизации Coursera понятна. Как будет отбивать затраты ALS? «Нам интересна сама идея crowdsourcing-перевода и возможность ее практической реализации на проекте масштаба всей страны»,— говорит Смольников. Коммерческая ставка ALS — точечная реклама продуктов для профессионального перевода. Их в платформу внедрено три: SmartCAT (технология для автоматизации работы переводчика), технология по работе с терминами (помогает добиваться единообразного перевода одинаковых терминов разными переводчиками) и машинный перевод.

Широка ли «рекламная аудитория»? Уже на этапе закрытого бета-тестирования на перевод подписалось более 800 добровольцев. Смольников рассчитывает привлечь 50 тыс. Более того, Россией дело может не ограничиться. «Основные затраты уже позади,— рассказывает Смольников.— Так что мы собираемся поддерживать эту платформу бессрочно. Кроме того, у нас есть амбиции расширять ее на другие географические рынки».

Основной конкурент Coursera в России — пожалуй, разве что национальный открытый университет Intuit, существующий с 2003 года. Наряду с классическим высшим образованием он также предоставляет доступ к интерактивным онлайн-курсам. «Динамика оборота Intuit — 60% в год, но для роста этого очень мало, проект должен как минимум удваиваться,— говорит Анатолий Шкред, учредитель и ректор университета.— Нам приходится много вкладывать в разработку и развитие учебных материалов, создание новых веб-сервисов и многое другое». Поскольку Intuit зарегистрирован как образовательное учреждение, довольно много сил у компании уходит на «взаимодействие» с чиновниками из Росособнадзора, которые, по словам Шкрета, требуют от онлайн-проекта, например, наличия столовой, спортзала и медицинского кабинета. Coursera, не претендующая на высокий образовательный статус, вниманием российских чиновников будет, похоже, обделена. Тем не менее на сайте Intuit в настоящее время представлено 762 интерактивных видеокурса (помимо проектов в области высшего образования, мини-MBA и другое).

«В целом приход Coursera в Россию — позитивное явление, пользователи интернета должны больше учиться, а не тратить время в бессмысленных постах в социальных сетях»,— считает Шкрет.— Чем больше будет развиваться рынок дополнительного образования, тем качественнее будет рынок труда. Для этого мы и должны работать».

Модель MOOC в 2013 году решила освоить также создатель скидочного сервиса Darberry (продан Groupon в 2010 году) и игровой компании Pixonic Елена Масолова. С партнерами Масолова в прошлом году запустила проект Eduson. В отличие от Coursera, где можно найти курсы на любой вкус, от алгоритмов работы с BigData до искусства и археологии античной Нубии, Масолова сфокусировалась только на бизнес-тематике.

«Платежеспособный спрос на образование у физических лиц есть там, где „земля горит“: при поступлении в вуз, при подготовке к языковому экзамену, CFA, GMAT,— рассуждает Масолова.— Просто так учиться чему-то люди не хотят. Нужен сильный мотиватор. А вот у корпоративных клиентов такой спрос есть каждый день». Рынок корпоративного образования Масолова со ссылкой на Bersin by Deloitte оценивает в \$142 млрд.

В отличие от Coursera или Intuit курсы на Eduson платные, от \$79 до \$109. 80-90% выручки приходится на корпоративных клиентов (почти все они из России), для которых проект продает не конкретные курсы, а годовую подписку на все. Ее стоимость зависит от количества сотрудников. Помимо этого, проект предлагает дополнительные услуги для HR-менеджеров. Динамикой проекта Масолова довольна. За пять месяцев работы Eduson, по ее словам, уже «почти вышел на окупаемость». В марте 2014-го курсы Eduson (70) слушали около 16 тыс. сотрудников разных компаний.

В выходе американского проекта на российский рынок основатель Eduson угрозы не видит: на Coursera возможно только синхронное обучение, нет инструментариев для эйчаров и т.д. Кроме того, Eduson адаптирует курсы на другие языки за свой счет, причем перевод озвучивается актером в профессиональной студии. Локализация одного часа курса (видео плюс сопровождающие материалы) обходится Eduson в \$600–800.

Успех Coursera в России во многом будет зависеть от качества crowdsourcing-перевода. Опрошенные СФ игроки рынка сомневаются, что образование и crowdsourcing совместимы. Но, в конце концов, если Wikipedia удалось выйти на приемлемый уровень качества, почему это не должно получиться у Coursera и ALS?

Автор: Владислав Коваленко © Коммерсантъ ОБРАЗОВАНИЕ, МИР 4006 27.03.2014, 00:23

URL: <https://babr24.com/?ADE=124586> Bytes: 7755 / 7667 [Версия для печати](#) [Скачать PDF](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Владислав**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)

