

# Рынок массовых открытых онлайн-курсов: перспективы для России

Т. В. Семенова, К. А. Вилкова, И. А. Щеглова

---

## Семенова Татьяна Владимовна

младший научный сотрудник Центра социологии высшего образования Института образования Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: tsemenova@hse.ru

## Вилкова Ксения Александровна

стажер-исследователь Центра социологии высшего образования Института образования Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: kavilkova@edu.hse.ru

## Щеглова Ирина Александровна

аналитик Центра социологии высшего образования Института образования Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: ishcheglova@hse.ru

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, 20.

**Аннотация.** Молниеносный захват рынка образовательных услуг массовыми открытыми онлайн-курсами (МООК) в начале XXI в. задал новый тренд в системе образования в мире. В период глобализации и цифровизации образования МООК становятся эффективным инструментом продвижения вузов в международном образовательном пространстве, популяризации культуры страны, а также способом привлечения дополнительного дохода. Многие страны, в том числе Россия, вклю-

чились в гонку онлайн-образования. Публикаций, в которых исследуется рынок МООК и его перспективы в условиях российской системы образования, пока немного. Основная цель данной работы заключается в описании рынка МООК, стратегий поведения провайдеров на международном и национальном рынках онлайн-образования, а также в классификации участников МООК на основе открытых данных, собранных с онлайн-платформ. На основе анализа данных платформ выделяются свободные ниши на рынке МООК и оцениваются возможные направления деятельности российских провайдеров в международном образовательном пространстве. Помимо исследовательской литературы для подготовки статьи использовались отчеты и официальные документы по тематике МООК, информация с сайтов онлайн-платформ, база количественных данных, собранных с двух ведущих онлайн-платформ, а также база количественных данных с агрегатора *Class Central*, на котором представлена информация по МООК, размещенным на нескольких крупных онлайн-платформах.

**Ключевые слова:** онлайн-образование, массовые открытые онлайн-курсы (МООК), онлайн-платформы, стратегии продвижения.

**DOI:** 10.17323/1814-9545-2018-2-173-197

Статья поступила в редакцию в декабре 2017 г.

Начиная с 2012 г., провозглашенного влиятельным американским изданием *New York Times* годом массовых открытых онлайн-курсов (МООК)<sup>1</sup>, неуклонно растут количество онлайн-курсов и численность пользователей, регистрирующихся на эти курсы, а также создаются новые онлайн-платформы. Общее число доступных интернет-пользователям МООК приближается к 10 тыс. курсов, относящихся к разным областям знаний. Более 700 университетов во всем мире включились в гонку по созданию собственных МООК. Численность слушателей онлайн-курсов в 2017 г. составила около 81 млн<sup>2</sup>. Общее число выдаваемых по итогам успешного прохождения МООК сертификатов также стабильно растет с 2012 г. [Chuang, Ho, 2016]. Самыми популярными провайдерами МООК являются американские платформы *Coursera*, *edX* и *Udacity*, а также британская *FutureLearn*. Во многих странах появились национальные онлайн-платформы: *XuetangX* в Китае, *MiriadaX* в странах Латинской Америки, *France Université Numérique (FUN)* во Франции, *EduOpen* в Италии, *SWAYAM* в Индии, Национальная платформа открытого образования (НПОО) в России. В 2017 г. китайский онлайн-провайдер *XuetangX* занял третье место по числу слушателей (9,3 млн), обогнав *FutureLearn* (7,1 млн).

Изначально онлайн-курсы размещались на платформах для достижения социальной цели — предоставления свободного доступа к качественному высшему образованию, а также для решения внутренних задач учебного заведения, т. е. для использования собственных МООК или онлайн-курсов других университетов в своем учебном процессе [Hollands, Tirthali, 2014; Kizilces et al., 2017]. В начале 2014 г. возник запрос на создание целых онлайн-программ, основанных на МООК. Кроме того, размещение МООК на международных платформах становится способом популяризации культуры разных стран и инструментом повышения статуса национальных систем высшего образования в мире. Ряд стран, прежде всего азиатских — Китай, Южная Корея, Малайзия, выдвигает сегодня создание МООК, а также их размещение и продвижение на зарубежных онлайн-платформах в качестве одной из основных стратегических задач на государственном уровне, рассчитывая в перспективе создать систему высшего образования, высоко оцениваемую мировым сообществом и способную конкурировать с ведущими мировыми образовательными системами [Fadzil, Latif, Munira, 2015].

Быстрое распространение МООК обусловлено не только стремлением вузов завоевать признание на международном рынке онлайн-образования. Не последнюю роль здесь играет

<sup>1</sup> <http://www.nytimes.com/2012/11/04/education/edlife/massive-open-online-courses-are-multiplying-at-a-rapid-pace.html> /

<sup>2</sup> <https://www.class-central.com/moocs-year-in-review-2017>

возможность монетизации своих проектов. Онлайн-платформы, например *Coursera*, *edX*, совместно с университетами предлагают дополнительные платные услуги сертификации, а также помощь личного ассистента в прохождении онлайн-курса. Поставщики МООК стараются не только окупить затраты на их создание, которые могут достигать 150 тыс. долларов за курс<sup>3</sup>, но и получить прибыль. Постепенно создаются новые и совершенствуются имеющиеся модели монетизации МООК. В 2014 г. мировой рынок МООК был оценен в 1,13 млрд долл., а к 2019 г. он, как ожидается, вырастет до 7,69 млрд долл.<sup>4</sup> Кроме того, в условиях высокой конкуренции между университетами в мире МООК стали новым инструментом по продвижению образовательного бренда вузов среди потенциальных абитуриентов (в том числе среди иностранных студентов), а также площадкой по продаже сертификатов не только для физических лиц, но и для корпоративных клиентов, которые могут заказать создание серии онлайн-курсов для развития необходимых компетенций у своих сотрудников.

Российские университеты тоже активно разрабатывают и используют онлайн-курсы. Однако работ, в которых исследовался бы рынок МООК и его перспективы в России, пока немного. Одна из них — исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий, проведенное компанией «Нетология Групп» в 2017 г.<sup>5</sup>, но в ней рассматривается развитие онлайн-образования в целом и не описан подробно международный рынок МООК. Другие работы российских авторов касаются истории создания и развития МООК, но не исследуют роль и перспективы России на международном рынке МООК [Айнутдинова, Айнутдинова, 2017; Крохмаль, 2017].

В данном исследовании мы поставили перед собой следующие цели: 1) описать основные стратегии поведения стран на рынке МООК; 2) проанализировать позиционирование стран на международном рынке МООК; 3) оценить тематическую наполненность международного рынка МООК для определения незанятых ниш; 4) представить возможные направления деятельности на международном рынке МООК для российских провайдеров. В исследовании использованы следующие источники данных: 1) статьи, отчеты, официальные документы по тематике МООК, информация с сайтов онлайн-платформ; 2) база количественных данных, собранных с двух ведущих онлайн-платформ; 3) база количественных данных с агрегатора Class Central, на котором представлена информация по МООК, размещенным на нескольких крупных онлайн-платформах.

---

<sup>3</sup> <https://raccoongang.com/blog/how-much-does-it-cost-create-online-course/>

<sup>4</sup> <https://www.technavio.com/blog/how-do-moocs-make-money>

<sup>5</sup> <http://edumarket.digital>

**1. Между-  
народный  
и национальный  
рынок MOOK**

Начиная с 2015 г. на рынке MOOK формируются международная и национальная площадки. На международном рынке MOOK представлены университеты и другие организации разных стран мира, которые производят онлайн-курсы на разных языках. Субъектами такого рынка выступают производители онлайн-курсов из разных стран и потребители онлайн-курсов во всем мире. В отличие от международного рынка на национальном представлены провайдеры одной или нескольких стран, которые производят MOOK на государственном языке, например, на *MiríadaX*<sup>6</sup> размещаются курсы на испанском языке, на *FUN*<sup>7</sup> — на французском, на *XuetangX*<sup>8</sup> — на китайском, на НПОО — на русском. Субъектами национального рынка выступают производители онлайн-курсов одной или нескольких стран с одним и тем же государственным языком и потребители онлайн-курсов, которые являются носителями этого языка. Создание и развитие национальных платформ, как правило, подчинено локальным целям. Например, одной из задач платформы FUN является распространение образовательных продуктов французских провайдеров.

В зависимости от того, на каком рынке MOOK — международном или национальном — действуют провайдеры разных стран, можно выделить две поведенческие стратегии по созданию и продвижению онлайн-курсов. При определении стратегии поведения на рынке использовались следующие источники:

- официальные сайты ведущих платформ (для оценки стратегии поведения страны на рынке MOOK через ее провайдеров, которые размещают MOOK на онлайн-платформах);
- официальные сайты национальных платформ, на которых размещаются MOOK;
- статьи и отчеты, посвященные описанию действий провайдеров страны на рынке MOOK (при поиске статей и отчетов использовались такие ключевые слова, как «MOOK», «онлайн-курс», «платформа», «развивающаяся страна», «развивающаяся страна», а также названия стран);
- официальные документы, в которых закреплена стратегия поведения страны (ее провайдеров) на рынке MOOK.

Первая стратегия предполагает позиционирование и продвижение страны на международном рынке MOOK посредством создания и размещения онлайн-курсов на платформах, пользователями которых являются граждане разных стран мира.

<sup>6</sup> <https://miriadax.net/cursos>

<sup>7</sup> <https://www.fun-mooc.fr/about>

<sup>8</sup> <http://www.xuetangx.com/global>

К ведущим международным провайдерам можно отнести крупные американские платформы *edX* и *Coursera*, которые сотрудничают с организациями/вузами из других стран<sup>9</sup> и на долю которых приходится наибольшая численность слушателей из разных стран<sup>10</sup>. Вторая стратегия — это продвижение онлайн-образования на внутреннем рынке для решения локальных задач. Для ее реализации могут использоваться национальные платформы и/или ресурсы ведущих провайдеров. Например, на европейском пространстве MOOK используются для обеспечения социальной инклюзии, для развития языковых и предпринимательских навыков<sup>11</sup>, особое внимание здесь уделяется формированию у мигрантов навыков, которые позволят им получить доступ к рынку труда<sup>12</sup>.

Первую стратегию применяют в основном страны азиатского региона (Малайзия, Южная Корея, Япония), ряд европейских стран (Дания, Швеция, Нидерланды и Италия), а также арабские страны (Египет и Саудовская Аравия). В рамках данной стратегии создаются онлайн-курсы на международном языке (английском) по разным предметным областям, включая курсы по дисциплинам из образовательных программ, и MOOK, посвященные истории страны, ее культурным особенностям и изучению языка. Например, университеты Южной Кореи размещают на международных платформах англоязычные курсы по изучению корейского языка для начинающих («Учим говорить по-корейски-1» — *Learn to Speak Korean-1*), MOOK по корейской истории и политике («Современная история Кореи: освобождение, война и ядерные амбиции» — *Modern Korean History: Liberation, War and Nuclear Ambitions*)<sup>13</sup>. Университеты Японии разработали MOOK о японской культуре («Введение в японские субкультуры» — *An Introduction to Japanese Subcultures*, «Визуализируя послевоенный Токио» — *Visualizing Postwar Tokyo*), а также курс об особенностях поступления в японские университеты и обучения в них («Обучение в японских университетах» — *Studying in Japanese Universities*)<sup>14</sup>.

Стратегия развития национальной системы образования через создание и распространение MOOK своих университетов на ведущих платформах может закрепляться на государ-

---

<sup>9</sup> Например, платформа Coursera заключила партнерские отношения со 164 учебными заведениями из 29 стран: <https://www.coursera.org/about/partners>

<sup>10</sup> На конец 2017 г. совокупная аудитория Coursera и edX достигла 44 млн пользователей: <https://www.class-central.com/report/moocs-stats-and-trends-2017/>

<sup>11</sup> <https://eadtu.eu/about-eadtu/about-eadtu>

<sup>12</sup> <https://moonliteproject.eu/>

<sup>13</sup> <https://www.mooc-list.com/tags/korea>

<sup>14</sup> <https://www.mooc-list.com/tags/japan>

ственном уровне. Например, в Малайзии Министерство высшего образования в 2015 г. разработало стратегию создания и поддержки онлайн-курсов, целью которой является повышение узнаваемости бренда страны в глобальном пространстве [Al-Atabi, 2013; Fadzil, Latif, Munira, 2015]. Она рассчитана на десятилетний период (с 2015 по 2025 г.), в течение которого должна быть создана инфраструктура, подготовлены кадры и разработаны модели действий, необходимые для успешного выхода на международный рынок онлайн-образования. Согласно данной стратегии на первом этапе определяются ключевые сферы, в которых предполагается создание MOOK высокого качества, устанавливаются партнерства с ведущими платформами, определяются свободные ниши и организуется национальный центр по электронному обучению, отвечающий за координацию создания MOOK и их продвижение на платформах [Ministry of Education Malaysia, 2015]. Кроме того, на данном этапе разрабатываются учебные программы для подготовки кадров, которые будут создавать и поддерживать MOOK, и формируются процедуры перезачета результатов MOOK для их интеграции в учебные планы. На втором этапе создаются MOOK в выбранных ключевых областях. Правительство Малайзии ждет от каждого университета не менее 15 онлайн-курсов для размещения на ведущих платформах [Ibid.]. Сегодня на платформе *OpenLearning*<sup>15</sup> пользователям уже доступны такие узкоспециализированные курсы на английском языке от малайзийских вузов, как «Налогообложение в Малайзии» (*Malaysian Taxation*), «Морская архитектура и кораблестроение» (*Naval Architecture and Ship Building*)<sup>16</sup>. На третьем этапе происходит оценка прогресса в реализации стратегии и внесение в нее при необходимости корректив. Министерство высшего образования Малайзии рассчитывает на то, что создание специализированных MOOK и заполнение свободных ниш на ведущих платформах позволит, во-первых, увеличить к 2022 г. долю иностранных студентов среди слушателей малайзийских MOOK до 30%, во-вторых, получить признание малайзийской системы высшего образования и добиться ее вхождения в топ-200 рейтинга *Webometrics*<sup>17</sup>, в-третьих, сократить денежные затраты на создание курсов и получить поддержку от самих провайдеров [Ibid.].

Вторая стратегия поведения на рынке MOOK нацелена на решение внутренних задач государства, при этом могут использоваться национальные платформы или ресурсы ведущих

<sup>15</sup> Платформа *OpenLearning* — австралийский провайдер открытых онлайн-курсов, на ней размещаются преимущественно курсы от австралийских и малайзийских университетов.

<sup>16</sup> <https://www.openlearning.com/malaysiamoocs>

<sup>17</sup> <http://www.webometrics.info/>

провайдеров — при отсутствии финансовых и технических возможностей для обеспечения функционирования собственных платформ. Появление национальной платформы вовсе не приводит автоматически к исчезновению онлайн-курсов университетов данной страны с ведущих платформ, вузы продолжают позиционировать себя в международном пространстве и готовить курсы на иностранном языке для зарубежной аудитории. Размещают свои онлайн-курсы и на международных, и на национальных платформах, в частности, Великобритания, Франция, Китай, Индия и Россия. На национальных платформах прежде всего выкладываются MOOK, записанные на государственном языке и соответствующие определенным требованиям, предъявляемым к тематике и формату. Как правило, тематика онлайн-курсов диктуется запросами национального рынка труда и спросом со стороны абитуриентов и студентов. Например, большинство онлайн-курсов, выкладываемых на китайской платформе *XuetangX*<sup>18</sup> на китайском языке, посвящены инженерным наукам [Shen et al., 2016]: инженерные специальности наиболее востребованы учащимися в университетах Китая [Hong, 2015].

В некоторых странах разрабатываются государственные стратегии формирования и развития национальных платформ. Пример — единая стратегия по созданию и размещению онлайн-курсов на индийской платформе *SWAYAM*<sup>19</sup>, подготовленная департаментом высшего образования Министерства развития человеческих ресурсов Индии в 2017 г. Отличительной чертой стратегии является создание академического совета, который рассматривает заявки на создание онлайн-курсов. Министерство назначает национальных координаторов, ответственных за создание MOOK для разных уровней образования. Например, Консорциум по образовательным взаимодействиям занимается созданием онлайн-курсов для уровня бакалавриата, а к функциям Национального совета по исследованиям в области образования относится создание онлайн-курсов для школьного уровня. На платформе *SWAYAM* представлены MOOK, являющиеся частью образовательных программ и обязательные для студентов, а также MOOK, направленные на развитие дополнительных профессиональных навыков, которые предлагаются всем заинтересованным пользователям и не являются обязательными к изучению.

Страны, не располагающие ресурсами для создания и поддержания национальных платформ, используют возможности ведущих платформ, на которых вузы выкладывают MOOK на национальном языке. К ведущим провайдерам для размещения

---

<sup>18</sup> <https://www.xuetangx.com/>

<sup>19</sup> <https://swayam.gov.in/>

онлайн-курсов на национальном языке обращаются страны Латинской Америки (Бразилия, Чили, Колумбия, Аргентина, Мексика), Норвегия и Турция. Например, норвежские университеты для продвижения собственных МООК используют в основном ресурсы английского провайдера *FutureLearn*<sup>20</sup>. В Норвегии государство финансирует лишь выполнение локальных запросов в области МООК со стороны вузов и их студентов, поэтому все МООК от университетов Норвегии создаются на норвежском языке и предоставляются учащимся бесплатно с возможностью их зачета в учебном плане при условии положительной оценки по итогам прохождения курса [Kjeldstad et al., 2014]. Таким образом страна использует МООК в учебном процессе своих вузов, не вкладывая финансовые ресурсы в создание национальной платформы.

Российские вузы и организации размещают собственные онлайн-курсы как на ведущих платформах, так и на национальных. На Национальной платформе открытого образования на начало 2018 г. размещено 259 курсов. На ведущих платформах — *Coursera* и *edX* от учреждений России представлено 256 МООК, из которых только 25% записано на иностранном языке. При этом количество онлайн-курсов от российских провайдеров, выкладываемых на ведущих платформах, стабильно растет. Если в 2017 г. пользователям *Coursera* и *edX* предлагались 48 МООК на английском языке, то в начале 2018 г. — уже 63.

Далее мы анализируем международный рынок МООК с двух позиций: 1) позиционирование стран на международном рынке; 2) объем предложения, т. е. тематическая наполненность, на данном рынке. Для анализа будут использоваться две базы данных, собранные авторами на основе открытых источников на ведущих платформах и на *Class Central*.

## **2. Позиционирование страны на международном рынке МООК**

Для оценки позиционирования страны на международном рынке МООК мы сформировали базу данных по нескольким ключевым объективным характеристикам онлайн-курсов, используя открытые данные двух ведущих платформ — *Coursera* и *edX* — на начало 2018 г. В базу вошли следующие характеристики: организация или учебное заведение, выпустившие МООК; страна, к которой они относятся; количество МООК в расчете на организацию/вуз; количество МООК на негосударственном языке; количество курсов по литературе, культуре и истории, количество специализаций и *MicroMasters*. Позиционирование страны на международном рынке МООК в данном случае мы оцениваем через поведение ее организаций или учебных заведений,

<sup>20</sup> <https://www.mooc-list.com/countries/norway>

которые размещают курсы на ведущих онлайн-платформах. В базу вошли 234 организации и учебных заведения из 33 стран и 4 международные организации: *Amnesty International*, *Open Education Consortium*, Всемирный банк, Международный валютный фонд. Общее число MOOK составило 4209 курсов. В среднем на одну страну приходится 7 организаций или учебных заведений, размещающих свои MOOK на ведущих онлайн-платформах. Максимальное количество организаций/вузов, вовлеченных в создание онлайн-курсов на международных платформах, отмечается в США: 95, минимальное — 1 организация/вуз — в 7 странах (Турция, ЮАР, Исландия, Египет, Гватемала, Саудовская Аравия и Новая Зеландия). Во всех странах вузы в большей степени вовлечены в производство MOOK, чем частные организации. Так, на платформах *Coursera* и *edX* в создании собственных онлайн-курсов участвуют 185 учебных заведений и 43 организации. В России наравне с вузами на платформе *Coursera* представлены такие организации, как *Yandex* и Корпоративный университет Сбербанка. Как правило, организации производят MOOK по той тематике, в которой являются специалистами («Банковское дело и финансы» от Корпоративного университета Сбербанка), либо создают курсы совместно с учебными заведениями (специализация «Машинное обучение и анализ данных» от *Yandex* и Московского физико-технического института).

В среднем на страну приходится 127 MOOK. Максимальный показатель у США — более 2 тыс. курсов, что составляет 52% всех MOOK. На втором и третьем месте по числу MOOK находятся Россия и Китай, при этом количество курсов от организаций и вузов этих стран практически в 10 раз меньше, чем от США. Минимальное количество MOOK создала Исландия — только один курс.

Ближайшими конкурентами России на международном рынке MOOK являются Китай, Австралия, Нидерланды и Испания. Россия опережает их по количеству курсов (256 MOOK) и числу организаций/вузов, выпускающих MOOK (13 организаций/вузов занимаются производством онлайн-курсов), однако уступает Китаю, Австралии и Нидерландам по количеству MOOK, записанных на английском языке. Среди российских MOOK на иностранных языках представлены 25%, среди китайских — 42%.

подавляющее большинство стран записывают MOOK в основном на государственном языке: 79% доступных онлайн-курсов созданы для его носителей. Страны Латинской Америки предлагают MOOK на испанском (Аргентина, Чили, Мексика) и португальском (Бразилия). Англоговорящие страны (Англия, Канада, Индия, Австралия, ЮАР) не выпускают онлайн-курсы ни на каких языках, кроме английского. Помимо учебных онлайн-курсов эти страны создают MOOK для изучения культуры

и истории собственной страны («Коренная Канада» — *Indigenous Canada* от Альбертского университета, «Понимание австралийской системы здравоохранения» — *Understanding the Australian Health Care System* от Квинслендского университета) и других государств («Мао сейчас: о китайском марксизме» — *Mao to Now: On Chinese Marxism* от Университета Ньюкасл, Австралия).

Некоторые страны, в частности Китай, Россия, США, записывают МООК не только на государственном языке, но и на иностранных языках. Китай и Россия в качестве иностранного языка для МООК выбирают, как правило, английский. Большинство англоязычных курсов, созданных в Китае, посвящены китайской культуре и традициям, а также изучению китайского языка. Российские организации и вузы не представляют в англоязычном сегменте МООК такой тематики. Онлайн-курсы по истории России (например, «Санкт-Петербург — столица империи Петра I» от НИУ ВШЭ), литературе («Читаем русскую классику вместе. М. Булгаков „Мастер и Маргарита“» от НИУ ТГУ) и изучению русского языка («Зарисовки о Сибири. Город Томск: курс русского языка для иностранцев» от НИУ ТГУ) русскоязычные.

Несмотря на то что подавляющее число МООК от организаций/вузов США представлены на английском языке, эта страна лидирует по числу используемых при создании онлайн-курсов иностранных языков. Например, Музей современного искусства, Йельский университет и Университет штата Пенсильвания предлагают МООК на китайском, Калифорнийский университет в Ирвайне — на украинском, Северо-Западный университет — на арабском, Университет Доун — на испанском. Университеты США активно занимают свободные ниши, создавая англоязычные МООК о других странах: «Сосуществование в средневековой Испании: евреи, христиане и мусульмане» (*Coexistence in Medieval Spain: Jews, Christians, and Muslims*) от Системы университетов штата Колорадо, «Чудеса Древнего Египта» (*Wonders of Ancient Egypt*) от Пенсильванского университета, «История России: от Ленина до Путина» (*Russian History: From Lenin to Putin*) от Калифорнийского университета в Санта-Крузе.

Английский язык наиболее популярен у европейских и азиатских государств в качестве средства позиционирования на международных платформах. Англоязычные МООК производят Дания, Швеция, Нидерланды, Бельгия и Германия, а также Сингапур, Южная Корея и Япония. Эти государства создают достаточно много МООК, посвященных собственной истории, литературе и культуре. Например, «Скандинавское кино и телевидение» (*Scandinavian Film and Television*) от Копенгагенского университета (Дания), «Озеленение экономики: уроки из Скандинавии» (*Greening the Economy: Lessons from Scandinavia*) от Лундского университета (Швеция), «Понимание корейской политики» (*Understanding Korean Politics*) от Университета Ёнсе

(Южная Корея), «Обучение в японских университетах» (*Studying at Japanese Universities*) от Токийского университета (Япония).

Лидером по количеству MOOK от одной организации/вуза являются США (табл. 1). Наибольшее число MOOK принадлежит компании Microsoft — 176 онлайн-курсов. Самым активным провайдером MOOK за пределами США является НИУ ВШЭ, который разместил 81 онлайн-курс на платформе *Coursera*, 43% из них записаны на английском языке.

Отличительной чертой университетов — лидеров по числу MOOK является наличие онлайн-курсов, посвященных не только культуре собственной страны, но и зарубежной истории и культуре. Например, Массачусетский технологический институт предлагает курс по истории Японии — «Визуализация Японии (1850–1930-е годы): вестернизация, протест, современность» (*Visualizing Japan (1850s–1930s): Westernization, Protest, Modernity*). НИУ ВШЭ создал курс «Религии и общество в Китае» (*Religions and Society in China*). Гарвардский университет предлагает курс «Весна Стравинского: модернизм, балет и беспорядки» (*Stravinsky's Rite of Spring: Modernism, Ballet, and Riots*). Как правило, лидеры среди провайдеров MOOK выбирают одну платформу для размещения собственных курсов: Microsoft, Массачусетский технологический институт, Гарвардский университет используют ресурсы *edX*, НИУ ВШЭ — *Coursera*, и только Пенсильванский университет присутствует на двух платформах.

Используя данные, собранные на ведущих онлайн-платформах, мы классифицировали страны, выпускающие собственные онлайн-курсы на международный рынок MOOK, в соответствии с их позиционированием. Для создания классификации был применен кластерный анализ методом *k*-средних с заданным числом кластеров. Для формирования кластеров использованы следующие переменные: 1) число организаций/вузов, создающих MOOK; 2) число MOOK; 3) число MOOK на иностранном языке; 4) число специализаций и *MicroMasters*. Остальные переменные из базы данных не были включены в анализ, так как не вносили значимого вклада в формирование кластеров. В результате кластерного анализа выделены 4 группы стран (конечные центры кластеров см. в табл. 2). Первый кластер представлен одной страной — США, которые являются лидером данной отрасли. На США приходится наибольшее число провайдеров MOOK, онлайн-курсов, специализаций и *MicroMasters*. На одну организацию/вуз из США, присутствующую на международных онлайн-платформах, в среднем приходится по 23 онлайн-курса, что сопоставимо с общим количеством MOOK от таких стран, как Италия, Гватемала или Чили.

Во втором кластере находятся страны, которые активно вовлечены в создание собственных MOOK, — Китай, Нидерланды

Таблица 1. Лидеры среди провайдеров MOOK

Провайдер	Страна	Количество MOOK	Платформа
Microsoft	США	176	edX
Массачусетский технологический институт	США	138	edX
Гарвардский университет	США	112	edX
Пенсильванский университет	США	82	Coursera, edX
НИУ «Высшая школа экономики»	Россия	81	Coursera

ды и Россия. В странах данного кластера в среднем создателями онлайн-курсов являются 11 организаций/вузов. В среднем на каждую страну приходится 221 MOOK. Отличительной чертой второго кластера является создание MOOK как на государственном, так и на иностранном языке. Организации/вузы из Китая, Нидерландов и России ориентированы не только на потребителей в своей стране, но и на международную аудиторию. Курсы на иностранном языке составляют около половины всех MOOK, выпускаемых провайдерами этих стран (по этому показателю данные страны превосходят даже лидера отрасли — США, где на MOOK, созданные на негосударственном языке, приходится только 5%).

Третий кластер включает 6 стран: Австралия, Испания, Канада, Мексика, Франция и Швейцария. Они меньше, чем страны двух первых кластеров, представлены на международных платформах. В среднем на одну страну из третьего кластера приходится 7 провайдеров и 119 MOOK. Позиционирование этих стран на международных платформах отличается ориентацией на национальный рынок: подавляющее большинство курсов от организаций/вузов этих 6 стран (83%) созданы на государственном языке.

В четвертый кластер вошли 23 государства: Аргентина, Бельгия, Бразилия, Великобритания, Гватемала, Германия, Дания, Египет, Израиль, Индия, Италия, Исландия, Колумбия, Новая Зеландия, Саудовская Аравия, Сингапур, Тайвань, Турция, Чили, Швеция, ЮАР, Южная Корея и Япония. Общая для них характеристика позиционирования на международном рынке MOOK — низкая вовлеченность в производство онлайн-курсов. В среднем на каждую страну из этого кластера приходится 27 онлайн-курсов и одна специализация/*MicroMasters*, которые выпускают 3 организации/вуза. Эти показатели существенно ниже, чем в странах первого, второго и третьего кластеров, что позволяет квалифицировать рассматриваемые страны как неактивных участников международного рынка MOOK.

Таблица 2. Конечные центры четырех кластеров

Среднее значение для кластера	Кластер			
	1	2	3	4
Число организаций/вузов, создающих MOOK	95	11	7	3
Число MOOK	2179	221	119	27
Число MOOK на иностранном языке	111	100	20	14
Число специализаций и MicroMasters	159	8	7	1

Тематическую наполненность международного рынка MOOK мы оцениваем на основании аналитических данных, представленных в отчетах по MOOK от *Class Central*, а также списка онлайн-курсов, размещенных на таких крупных платформах, как *Coursera* и *edX*. Согласно отчетам *Class Central* за 2012–2017 гг., международный рынок MOOK стабильно растет. Так, наблюдается постепенное увеличение количества предлагаемых курсов формата MOOK, количества вузов и организаций, выпускающих онлайн-курсы, и численности слушателей, которые регистрируются на эти курсы. Если по состоянию на 2012 г. на онлайн-платформах было размещено 250 курсов, то к концу 2017 г. их количество увеличилось почти в 38 раз и составило 9400 MOOK (рис. 1). На 2016 и 2017 гг. приходится наибольший прирост числа MOOK (по сравнению с 2015 г., в 2016 г. количество онлайн-курсов выросло на 2650, в 2017 г. прирост курсов по отношению к предыдущему году составил 2550).

Общая численность слушателей, зарегистрированных на MOOK, увеличилась в 2017 г. по сравнению с 2012 г. в 40 раз (рис. 2). Наибольший прирост приходится также на 2016 и 2017 гг.: 48 млн человек.

Среди онлайн-курсов, представленных на ведущих платформах, значительную часть составляют посвященные IT-технологиям, компьютерным наукам, анализу данных, а также правилам ведения бизнеса (рис. 3) — 38% в 2017 г. Эти предметные области являются неизменными лидерами по представленности на платформах с 2015 по 2017 г. (в 2014 г. курсов по гуманитарным наукам было больше, чем курсов по компьютерным наукам и бизнесу) и отличаются ускоренным ростом. Наибольший прирост курсов по ведению бизнеса приходится на 2016 г.: по сравнению с 2015 г. на 615 курсов. Для компьютерных наук таким годом стал 2017-й, когда количество курсов данной направленности выросло на 669 единиц по сравнению с предыдущим годом. Превазирование онлайн-курсов, относящихся именно к этим предметным областям, легко объяснимо: во-пер-

### 3. Тематическая наполненность международного рынка MOOK

Рис. 1. Динамика количества МООК на международных платформах с 2012 по 2017 г.

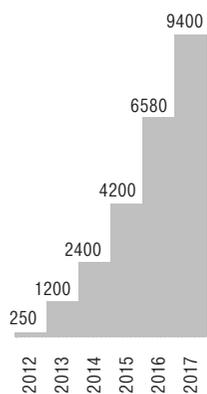
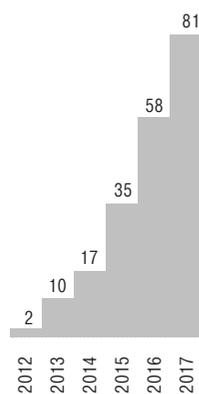


Рис. 2. Динамика численности слушателей, зарегистрированных на МООК, с 2012 по 2017 г. (млн человек)

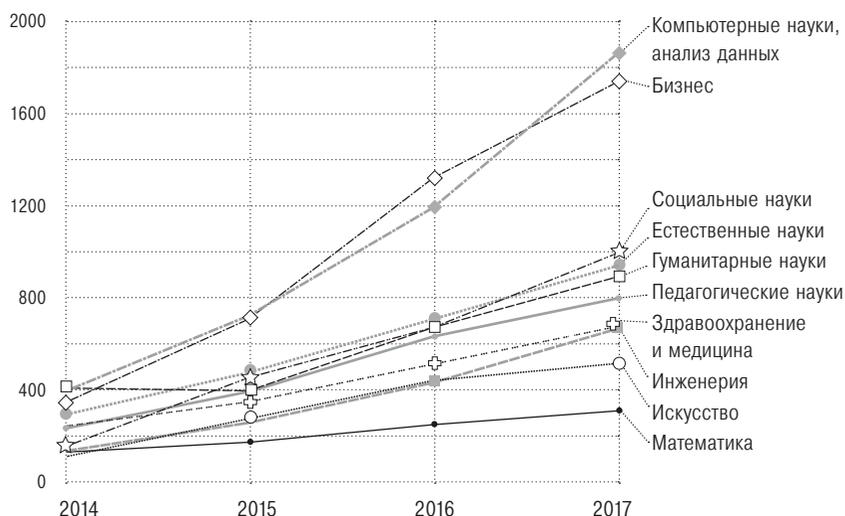


вых, такие курсы могут относительно легко конвертироваться в онлайн-формат [Patru, Balaji, 2016], во-вторых, согласно данным департамента труда США<sup>21</sup>, IT-индустрия является динамично развивающейся сферой, и сегодня на мировом рынке труда наблюдается большой спрос на программистов и специалистов, работающих с большими объемами данных. Таким образом, потребности рынка труда определяют предложение на рынке МООК, а рынок труда диктует необходимость постоянного переучивания сотрудников, особенно в сфере компьютерных наук. Благодаря онлайн-обучению такое переучивание стало менее трудозатратным и более универсальным. Разные университеты часто предлагают схожие по содержанию МООК, так что пользователи онлайн-платформ сталкиваются с высокой насыщенностью рынка онлайн-курсов по рассматриваемым темам. Слушателю, интересующемуся компьютерными науками, на выбор предлагается, например, 40 курсов по кибербезопасности и 45 курсов по алгоритмам данных.

Наименее представлены на международном рынке МООК курсы по математике, искусству, педагогическим наукам, здравоохранению и медицине. В 2017 г. на долю всех этих предметных областей в сумме приходилось около 25% курсов. При этом количество курсов по математике к 2017 г. не догнало количество курсов по компьютерным наукам, которое было зафиксировано на 2014 г. Если число курсов по компьютерным наукам

<sup>21</sup> <https://www.dol.gov/>

Рис. 3. Динамика количества МООК в разных предметных областях с 2014 по 2017 г.



в период с 2014 по 2017 г. выросло более чем на 1000, то число курсов по математике — на 180. В 2014 г. количество курсов по математике и по инженерному делу было одинаковым (по 130 курсов), а к 2017 г. прирост числа МООК по инженерному делу превысил прирост числа МООК по математике в 3 раза. Количество курсов в таких областях, как искусство, гуманитарные науки, здравоохранение и медицина, за период с 2014 по 2017 г. выросло не более чем на 500 курсов в каждой. В инженерном деле, педагогических науках, естественных науках, социальных науках, компьютерных науках и бизнесе рост превысил 500 курсов в течение четырех лет.

МООК, посвященные гуманитарным наукам, составляли в 2017 г. около 9,5% всех курсов, которые были размещены на международных платформах. При этом доля курсов по истории, культуре и литературе разных стран мира не превышает 7% общей численности курсов (из них 3% записаны на английском языке<sup>22</sup>). Большинство таких курсов (около 65%) посвящены культуре, литературе и истории страны — автора курса. Выбор курсов по изучению иностранных языков весьма ограничен. В основном на платформах выложены курсы по изучению английского языка — от базового до продвинутого уров-

<sup>22</sup> Для анализа использовалась база данных по количеству курсов разных тематик в разрезе по странам и организациям, собранная авторами в начале 2018 г. с двух ведущих онлайн-платформ (*Coursera, edX*).

ня. Кроме того, можно найти курсы, направленные на развитие отдельных навыков владения английским языком: говорение, восприятие речи на слух, правила пунктуации. Курс по изучению английского для карьерного роста (*English for Career Development*) вошел в десятку наиболее популярных в 2017 г. Некоторые курсы сопровождаются субтитрами на китайском или испанском, что повышает спрос со стороны аудитории, слабо владеющей английским языком. Второй по популярности после английского — китайский язык. Курсов по изучению китайского языка в несколько раз меньше, чем по английскому, тем не менее слушатели могут подобрать курс, соответствующий их уровню подготовки и отвечающий целям и задачам, которые они ставят перед собой. Постепенно на платформах появляются и курсы по изучению других иностранных языков — испанского, португальского, французского, итальянского, однако их доля не может конкурировать с предложением по изучению английского языка. Курсы по изучению русского и голландского языков представлены в единичном формате.

Согласно аналитике на платформе *Class Central*, во всех предметных областях можно выделить курсы начального уровня, которые, как правило, носят ознакомительный характер, и курсы продвинутого уровня. Большинство курсов посвящены передовым отраслям науки и техники и наиболее актуальным проблемам современности. Курсы по естественным и техническим наукам прежде всего касаются таких отраслей, как робототехника, энергетика и нанотехнологии. Появляются курсы, в которых освещаются проблемы глобального изменения климата, экологии и общей ответственности за благополучие планеты. В медицине и биологии к изучению предлагаются курсы по генетике, биоинформатике и биотехнологиям. Отдельную группу составляют MOOC, направленные на формирование навыков здорового образа жизни.

Также на платформах появляются курсы, которые посвящены «вызовам современности». Например, сразу после американских выборов 2016 г. Мичиганский университет разработал курс «Ложные новости, факты, альтернативные факты» (*Fake News, Facts, and Alternative Facts*)<sup>23</sup>, задача которого — научить отличать достоверные сведения от сфабрикованных новостей, а также применять критический анализ к оценке поступающей информации. Курс «Здравоохранение: уроки эболы» (*Global Health — The Lessons of Ebola*)<sup>24</sup>, создателем которого является

<sup>23</sup> <https://www.edx.org/course/fake-news-facts-alternative-facts-michiganx-teachout-2x>

<sup>24</sup> <https://www.edx.org/course/global-health-lessons-ebola-usmx-umuc-gbh100x>

Университет Мэриленда в Балтиморе, рассказывает о современных проблемах здравоохранения, вирусах *Zika*, *Ebola*, а также о роли международных организаций в охране здоровья населения.

В 2017 г. самыми популярными были названы онлайн-курсы по машинному обучению, криптовалютам и нейросетям<sup>25</sup>. Также в число лидеров по количеству зарегистрированных слушателей вошли курсы, направленные на развитие навыков самостоятельного обучения. Например, курс «Как научиться учиться» (*Learning How to Learn: Powerful Mental Tools to Help You Master Tough Subjects*)<sup>26</sup>, разработанный Калифорнийским университетом в Сан-Диего, собрал более одного миллиона слушателей. Также большой популярностью пользуются курсы, участники которых могут получить практические рекомендации по ведению бизнеса, и курсы, стимулирующие креативные идеи и направленные на создание инновационных проектов. Так, например, курс «Развитие инновационных идей для создания новых компаний: первые шаги предпринимателя» (*Developing Innovative Ideas for New Companies: The First Step in Entrepreneurship*)<sup>27</sup> от Университета Мэриленда в Колледж-парк стал вторым по популярности, на него зарегистрировались более 730 тыс. человек. Приведенные примеры показывают, что большую аудиторию собирают курсы, представленные в единичном формате и ориентированные на решение наиболее актуальных проблем современности.

На ведущих платформах, *Coursera* и *edX*, выложены в совокупности более 4 тыс. курсов, тем не менее есть темы, по которым курсов для иностранной аудитории создано явно недостаточно. В рамках данной работы мы не можем ответить на вопрос, почему курсов по одним направлениям значительно меньше, чем по другим. Возможно, эти различия обусловлены схемами монетизации и спросом на курсы определенной тематики. Например, из аналитики *Class Central* следует, что, осуществляя поиск MOOC, слушатели чаще всего набирают в поисковике слова, которые относятся к сфере компьютерных наук, например «машинное обучение», «анализ данных», «глубинное обучение», «язык *SQL*», «*Python*». Эти ключевые слова популярны в течение всего срока существования данного агрегатора. Достаточно частотны также запросы в сфере изучения иностранных языков (английского, испанского, французского), математики (статистика), искусства (фотография, дизайн). На этом основании мы считаем возможным выделить на международных платформах свободные ниши. Впол-

---

<sup>25</sup> <https://blog.coursera.org/year-review-10-popular-courses-2017/>

<sup>26</sup> <https://www.coursera.org/learn/learning-how-to-learn>

<sup>27</sup> <https://www.coursera.org/learn/innovative-ideas>

не вероятно, что спрос на онлайн-курсы по данным темам будет не таким высоким, как на курсы по компьютерным наукам<sup>28</sup>. К свободным нишам можно отнести следующие три: 1) курсы по математике, здравоохранению и медицине; 2) курсы по специфике конкретных стран (например, курсы по законодательству и налогообложению, курсы по культуре и общественному устройству); 3) курсы по изучению иностранных языков.

#### **4. Оценка потенциального спроса на курсы в свободных нишах**

Потенциальный спрос на MOOK в свободных нишах можно оценить как прямым, так и косвенным способом. Прямой способ представляет собой опрос потенциальных потребителей MOOK, косвенный — получение информации о популярности курсов на схожую тему от других провайдеров и оценку численности потенциальных слушателей по косвенным признакам (например, по популярности изучения русского языка у иностранной аудитории). Потенциальными потребителями курсов от российских провайдеров являются: 1) международные акторы (студенты зарубежных университетов, граждане других государств, желающие расширить свой кругозор и/или подготовиться к поездке); 2) российское государство как агент, заинтересованный в популяризации своей истории и культуры.

Оценим косвенным способом возможную популярность курсов от российских вузов/организаций в трех выделенных свободных нишах на международном рынке MOOK. Оценка произведена на основании анализа учебных программ вузов России, которые пользуются спросом у иностранных студентов, по полученным из доступных источников материалам об образовательных программах зарубежных вузов, а также с учетом спектра MOOK, представленных на ведущих зарубежных платформах. В дальнейшем необходимо организовать опрос потенциальных потребителей этих курсов для более точного определения уровня спроса на MOOK от российских вузов у международных акторов.

##### **4.1. Курсы по математике и медицине**

MOOK по данным темам могут быть востребованы как иностранными студентами, обучающимися на естественнонаучных, математических и медицинских направлениях подготовки (именно они наиболее популярны у иностранных студентов, проходящих обучение в университетах России [НИУ ВШЭ, 2016]), так и университетами, которые могут купить эти курсы для обучения своих студентов. Экспорт этих MOOK позволит российским вузам

<sup>28</sup> Для того чтобы оценить спрос на такие MOOK, нужно проанализировать портрет участников подобных курсов, уже выложенных на международных платформах. Однако доступа к таким данным нет.

не только увеличить прибыль от продаж в международном сегменте онлайн-образования и повысить долю иностранных студентов, осваивающих учебные дисциплины онлайн, но и привлечь их на свои очные программы, продвигая посредством MOOK качество образования и методику преподавания в вузах России. MOOK в данных предметных областях могут быть организованы в виде связанной специализации (для *Coursera*) или в виде программы *MicroMasters* (для *edX*), которая позволит слушателям проходить часть программы в онлайн-формате, а часть — очно на площадках вузов.

Согласно прогнозам исследователей, с развитием науки и техники спрос на программы высшего образования будет расти, особенно в странах Азии. Ожидается, что только в Индии к 2025 г. число абитуриентов составит 40 млн и MOOK могут стать одним из способов удовлетворения растущего спроса на высшее образование [Kjeldstad et al., 2014]. Вузы ряда европейских и азиатских стран — России, Финляндии, Германии, Малайзии, Индии — официально декларируют возможность включения онлайн-курсов зарубежных университетов в образовательный план с последующим зачетом кредитных единиц. Поэтому интеграция MOOK в образовательный процесс может рассматриваться как способ решения проблемы недостаточного финансирования и нехватки качественных учебных курсов [Климентьев, Климентьева, 2015].

На международных платформах доля курсов, посвященных культуре, литературе и истории конкретных стран, не превышает 7% (3% из них записаны на английском языке). Причем большую их часть составляют курсы, разработанные в США и посвященные США и Китаю. Российские вузы могли бы предложить группы MOOK на иностранном языке по истории России (Российской империи, СССР, постсоветского периода), по русской литературе (например, по произведениям русских писателей, получивших признание за рубежом), жизнеописания известных русских ученых и композиторов, а также онлайн-курсы, посвященные коренным народам России. Если эту нишу не займут российские организации и вузы, то университеты других стран могут предложить свои курсы по данной тематике. Так, курсы по изучению Индии были разработаны университетами США и Австралии. Например, на *Coursera* представлены онлайн-курсы «Важность Индии» (*Importance of India*) от Университета штата Огайо и «Современная Индия» (*Contemporary India*) от Университета Мельбурна.

MOOK российских вузов по культуре, литературе и истории России могут быть востребованы зарубежными университетами и иностранными студентами, обучающимися по направлению «славистика». Например, в США существуют по меньшей мере

#### 4.2. Курсы по специфике конкретных стран

37 магистерских программ<sup>29</sup> по данному направлению, а в Великобритании, Австрии, Германии, Венгрии и других странах есть научные центры, которые занимаются изучением истории, литературы, филологии славянских стран. Несмотря на потенциальный спрос на изучение славистики и русской культуры в мире, это направление представлено всего лишь несколькими MOOK от НИУ ВШЭ и ТГУ, и большая часть из них записана на русском языке. Онлайн-курсы от российских университетов по данной тематике могут также привлечь внимание иностранных граждан, у которых есть русские корни, или тех, кому интересно познакомиться с культурой и историей России. Кроме того, для увеличения потока туристов и иностранных студентов вузы России могли бы предложить международной аудитории курсы по российским регионам и городам.

Иностранному студенту важно показать не только какие курсы читаются в российских вузах, но и как организован процесс поступления в российские университеты, какие требования предъявляются к абитуриенту. Не случайно на международных платформах зарубежные университеты размещают MOOK, посвященные практическим вопросам и рекомендациям по поступлению в высшие учебные заведения. Например, на Coursera представлены несколько курсов, созданных в США и Японии, по процедуре поступления в их вузы, по выбору программ обучения и заполнению разных форм на поступление. Правительство Российской Федерации реализует программу привлечения иностранных граждан на обучение в российские образовательные организации в рамках квотного набора, однако возможности международных платформ в этих целях не используются.

#### 4.3. Курсы по изучению иностранного языка

Университеты России могут предложить рынку онлайн-образования курсы для изучения русского языка начального, среднего и продвинутого уровней, курсы для усвоения отдельных аспектов языка, например, MOOK по грамматике, по стилистике<sup>30</sup>. Спрос на такие курсы могут предъявлять зарубежные университеты и их студенты, преимущественно обучающиеся по направлению «Славистика». Интересы к курсам по изучению русского языка можно ожидать от студентов Китая, Польши, США и Германии, так как именно в этих странах в 2010/2011 учебном году была наибольшая в абсолютном выражении численность учащихся, осваивающих русский язык, и больше всего вузов, предлагающих программы по его изучению [Арефьев, 2015]. Кроме

<sup>29</sup> Американская ассоциация преподавателей славистики и восточноевропейских языков: [http://www.aatseel.org/graduate\\_programs](http://www.aatseel.org/graduate_programs)

<sup>30</sup> Сегодня только один из российских вузов — ТГУ предлагает на платформе Coursera два курса по изучению русского языка, и оба для продвинутого уровня.

того, спрос на такие курсы могут предъявлять сотрудники зарубежных организаций, имеющие связи с российскими компаниями и/или свой бизнес в России, а также все желающие изучать русский язык. Создание и поддержание функционирования онлайн-курсов по изучению русского языка как иностранного важно для популяризации русского языка, так как число владеющих им с каждым годом падает. Так, по данным на 2010 г. численность владеющих русским языком в мире составила около 260 млн человек — это на 10% меньше по сравнению с 2004 г. и на 20% меньше по сравнению с 1990 г. [Там же].

Анализ рынка МООК свидетельствует об интенсивном росте числа производителей и провайдеров МООК, а также численности слушателей онлайн-курсов. Миллионы людей по всему миру испытывают потребность в высококачественном доступном образовании и ищут возможности для профессионального и личностного роста, поэтому ведущие страны мира активно включились в гонку онлайн-образования. Размещение МООК российских вузов на иностранном языке на международном рынке МООК позволит России решить ряд культурно-политических и экономических задач. Международные платформы можно рассматривать как средство популяризации собственной культуры, как возможность привлечь внимание к своей истории, к современным научным и техническим разработкам. Онлайн-курсы могут использоваться и для извлечения экономических выгод. Прямой выгодой от создания и размещения онлайн-курсов на международных платформах являются доходы от продаж сертификатов и лицензий на использование контента МООК, а косвенной — увеличение туристического потока, привлечение большего числа иностранных студентов на обучение в вузах России. Сегодня большинство онлайн-курсов российских вузов представлено на русском языке, что снижает их рыночный потенциал и сокращает возможность привлечения внешних потребителей, не владеющих русским языком.

## 5. Заключение

В ходе анализа международного рынка МООК были выделены свободные ниши и очерчены перспективы их заполнения российскими курсами. Университетам России целесообразно создавать следующие онлайн-курсы на английском языке:

- курсы по математике и медицине;
- курсы о русской культуре, истории, искусстве и литературе, о русских ученых и композиторах, о народах и регионах/городах России;
- курсы русского языка как иностранного;
- курсы по поступлению в российские университеты для иностранных абитуриентов;

- курсы, способствующие пониманию экономической и политической ситуации в современной России, для зарубежных организаций, ведущих/планирующих свой бизнес в России.

В данной работе для определения потенциального спроса на онлайн-курсы российских университетов со стороны международных агентов использовались косвенные данные. Для получения объективных показателей необходимо провести дополнительное исследование спроса на рынке МООК, в рамках которого анализировались бы данные с платформ о популярности курсов указанных тематик, портреты слушателей, которые их выбирают, информация о прибыли от продажи сертификатов, а также результаты опросов потенциальных потребителей онлайн-курсов.

## Литература

1. Айнутдинова И. Н., Айнутдинова К. А. (2017) Массовые открытые онлайн-курсы (МООК) как драйверы развития дистанционного образования в университетах России // Р. А. Валеева (ред.) Подготовка педагога основного общего образования: вызовы времени и стратегии реализации: сб. науч. трудов. Казань: Отечество. <http://dspace.kpfu.ru/xmlui/handle/net/117091/>
2. Арефьев А. Л. (2015) Русский язык в мире: прошлое, настоящее, будущее // Слово.ру: Балтийский акцент. № 4. С. 7–21.
3. НИУ ВШЭ (2016) Академическая мобильность иностранных студентов в России. Факты образования. № 7. М.: Изд. дом ВШЭ.
4. Климентьев Д. Д., Климентьева В. В. (2015) Оптимизация академических образовательных программ российских вузов за счет использования массовых открытых онлайн-курсов // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. № 4 (14). С. 22–27.
5. Крохмаль Л. А. (2017) К вопросу о формировании национальных открытых онлайн-образовательных платформ // Globus'. Мультидисциплинарный сборник научных публикаций. С. 26–31.
6. Al Atabi M. (2013) Entrepreneurship: The First MOOC in Malaysia // Proceedings of the Sixth Conference of MIT's Learning International Networks Consortium (LINC) (June 16th–19th, 2013, MIT, Cambridge, Massachusetts). P. 1–5.
7. Belanger Y., Thornton J. (2013) Bioelectricity: A Quantitative Approach. Duke University's First MOOC. [https://dukespace.lib.duke.edu/dspace/bitstream/handle/10161/6216/Duke\\_Bioelectricity\\_MOOC\\_Fall2012.pdf](https://dukespace.lib.duke.edu/dspace/bitstream/handle/10161/6216/Duke_Bioelectricity_MOOC_Fall2012.pdf)
8. Chuang I., Ho A. (2016) HarvardX and MITx: Four Years of Open Online Courses — Fall 2012–Summer 2016. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2889436](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2889436)
9. Fadzil M., Latif L., Munira T. (2015) MOOCs in Malaysia: A Preliminary Case Study // Proceedings of the E-ASEM Forum: Renewing the Lifelong Learning Agenda for the Future (10–11 March, 2015, Bali, Indonesia). P. 1–17.
10. Government of India, Ministry of Human Resource Development, Department of Higher Education (2017) Guidelines for Developing Online Courses for SWAYAM. [http://www.sakshat.ac.in/officeDocumentUploaded/27-06-2017/Guidelines\\_SWAYAM.pdf](http://www.sakshat.ac.in/officeDocumentUploaded/27-06-2017/Guidelines_SWAYAM.pdf)

11. Hollands F. (2014) Why Do Institutions Offer MOOCs? // Journal of Asynchronous Learning Network. Vol. 18. No 3. P. 1–20.
12. Hollands F., Tirthali D. (2014) MOOCs: Expectations and Reality. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED547237.pdf>
13. Hong Y. (2015) Engineering Education in China // Proceedings of the 18th International Conference of Interactive Collaborative Learning (20–24 September, 2015, Florence, Italy). Florence: Curran Associates.
14. Kizilcec R., Saltarelli A., Reich J., Cohen G. (2017) Closing Global Achievement Gaps in MOOCs // Science. Vol. 355. No 6322. P. 251–252.
15. Kjeldstad B. et al. (2014) MOOCs for Norway: New Digital Learning Methods in Higher Education. <https://oerknowledgecloud.org/content/moocs-norway-new-digital-learningmethods-higher-education>
16. Ministry of Education Malaysia (2015) The Malaysia Education Blueprint 2015–2025 (Higher Education). [http://www.kooperation-international.de/uploads/media/3.\\_Malaysia\\_Education\\_Blueprint\\_2015–2025\\_\\_Higher\\_Education\\_\\_.pdf](http://www.kooperation-international.de/uploads/media/3._Malaysia_Education_Blueprint_2015–2025__Higher_Education__.pdf)
17. Patru M., Balaji V. (eds) (2016) Making Sense of MOOCs: A Guide for Policy-Makers in Developing Countries. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002451/245122E.pdf>
18. Shen J., Ye M., Wang Y., Zhao Y. (2016) Massive Open Online Course (MOOC) in China: Status Quo, Opportunities, and Challenges // Proceedings of the 7th IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON) (11–13, 2016, Abu Dhabi the United Arab Emirates). P. 1106–1108.

## The MOOC Market: Prospects for Russia

Authors **Tatiana Semenova**

Junior Research Fellow, Centre of Sociology of Higher Education, Institute of Education, National Research University Higher School of Economics. E-mail: tsemenova@hse.ru

**Ksenia Vilkova**

Intern Researcher, Centre of Sociology of Higher Education, Institute of Education, National Research University Higher School of Economics. E-mail: ka-vilkova@edu.hse.ru

**Irina Shcheglova**

Analyst, Centre of Sociology of Higher Education, Institute of Education, National Research University Higher School of Economics. E-mail: ishcheglova@hse.ru

Address: 20 Myasnitskaya Str., 101000 Moscow, Russian Federation.

**Abstract** As massive open online courses (MOOC) rapidly invaded the education services market at the beginning of the 21st century, a new trend emerged in global education. In the era of globalization and digitization, MOOC acts as an efficient tool to promote universities in the international educational arena, popularize national cultures, and raise additional funds. This is why a lot of countries, including Russia, have entered the race for online courses. Despite all the focus on MOOC in global education, the proportion of studies analyzing the MOOC market and the prospects for MOOCs in the Russian context is rather small. This article mainly seeks to describe the MOOC market and behavioral patterns of MOOC providers in the international and national online education markets, and to classify MOOC players based on open source data collected from online platforms. As a conclusion, platform data analysis findings are used to identify vacant niches in the MOOC market, and possible avenues of Russian providers' development in the international segment are assessed. Several data sources were used to solve the study objectives: articles, reports, official MOOC-related documents, information from online platform websites, a body of quantitative data collected from two leading online platforms, and a base of quantitative data from the Class Central aggregator, which contains information on MOOCs offered by several major online platforms.

**Keywords** online education, massive open online courses (MOOC), online platform, promotion strategy.

- References**
- Al Atabi M. (2013) Entrepreneurship: The First MOOC in Malaysia. *Proceedings of the Sixth Conference of MIT's Learning International Networks Consortium (LINC) (June 16th–19th, 2013, MIT, Cambridge, Massachusetts)*, pp. 1–5.
  - Arefyev A. (2015) Russkiy yazyk v mire: proshloe, nastoyashchee, budushchee [The Russian Language in the World: The Past, Present, and Future]. *Slovo.ru: The Baltic Accent*, no 4, pp. 7–21.
  - Aynutdinova I., Aynutdinova K. (2017) Massovye otkrytye onlayn-kursy (MOOC) kak drayvery razvitiya distantsionnogo obrazovaniya v universitetakh Rossii [Massive Open Online Courses (MOOC) as a Driver for Distance Learning in Russian Universities]. *Podgotovka pedagoga osnovnogo obshchego obrazovaniya: vyzovy vremeni i strategii realizatsii. Sb. nauch. trudov* [Train-

- ing a General Education Teacher: Challenges of Our Time and Implementation Strategies. Collection of Research Papers] (ed. R. Valeeva), Kazan: Otechestvo. Available at: <http://dspace.kpfu.ru/xmlui/handle/net/117091/> (accessed 8 April 2018).
- Belanger Y., Thornton J. (2013) *Bioelectricity: A Quantitative Approach*. Duke University's First MOOC. Available at: [https://dukespace.lib.duke.edu/dspace/bitstream/handle/10161/6216/Duke\\_Bioelectricity\\_MOOC\\_Fall2012.pdf](https://dukespace.lib.duke.edu/dspace/bitstream/handle/10161/6216/Duke_Bioelectricity_MOOC_Fall2012.pdf) (accessed 8 April 2018).
- Chuang I., Ho A. (2016) *HarvardX and MITx: Four Years of Open Online Courses—Fall 2012—Summer 2016*. Available at: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2889436](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2889436) (accessed 8 April 2018).
- Fadzil M., Latif L., Munira T. (2015) MOOCs in Malaysia: A Preliminary Case Study. Proceedings of the *E-ASEM Forum: Renewing the Lifelong Learning Agenda for the Future (10–11 March, 2015, Bali, Indonesia)*, pp. 1–17.
- Government of India, Ministry of Human Resource SDevelopment, Department of Higher Education (2017) *Guidelines for Developing Online Courses for SWAYAM*. Available at: [http://www.sakshat.ac.in/officeDocumentUpload-ed/27-06-2017/Guidelines\\_SWAYAM.pdf](http://www.sakshat.ac.in/officeDocumentUpload-ed/27-06-2017/Guidelines_SWAYAM.pdf) (accessed 8 April 2018).
- Hollands F. (2014) Why Do Institutions Offer MOOCs? *Journal of Asynchronous Learning Network*, vol. 18, no 3, pp. 1–20.
- Hollands F., Tirthali D. (2014) *MOOCs: Expectations and Reality*. Available at: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED547237.pdf> (accessed 8 April 2018).
- Hong Y. (2015) *Engineering Education in China*. Paper presented at the 18th International Conference of Interactive Collaborative Learning (20–24 September, 2015, Florence, Italy). Florence: Curran Associates.
- Kizilcec R., Saltarelli A., Reich J., Cohen G. (2017) Closing Global Achievement Gaps in MOOCs. *Science*, vol. 355, no 6322, pp. 251–252.
- Kjeldstad B. et al. (2014) *MOOCs for Norway: New Digital Learning Methods in Higher Education*. Available at: <https://oerknowledgecloud.org/content/moocs-norway-new-digital-learningmethods-higher-education> (accessed 8 April 2018).
- Klimentyev D., Klimentyeva V. (2015) Optimizatsiya akademicheskikh obrazovatelnykh programm rossiyskikh vuzov za schet ispolzovaniya massovykh otkrytykh onlayn-kursov [Optimization of Russian Higher Education Academic Programs by Means of Massive Open Online Courses]. *Vestnik Permskogo natsionalnogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Problemy yazykoznanija i pedagogiki*, no 4 (14), pp. 22–27.
- Krokhmal L. (2017) K voprosu o formirovanii natsionalnykh otkrytykh onlaynovykh obrazovatelnykh platform [Revisiting the Development of National Open Online Education Platforms]. *Globus. Multidistsiplinarny sbornik nauchnykh publikatsiy*, pp. 26–31.
- Ministry of Education Malaysia (2015) *The Malaysia Education Blueprint 2015–2025 (Higher Education)*. Available at: [http://www.kooperation-international.de/uploads/media/3\\_Malaysia\\_Education\\_Blueprint\\_2015-2025\\_Higher\\_Education\\_.pdf](http://www.kooperation-international.de/uploads/media/3_Malaysia_Education_Blueprint_2015-2025_Higher_Education_.pdf) (accessed 8 April 2018).
- National Research University Higher School of Economics (2016) *Akademicheskaya mobilnost inostrannykh studentov v Rossii* [Academic Mobility of Foreign Students in Russia]. *Fakty obrazovaniya*, no 7.
- Patru M., Balaji V. (eds) (2016) *Making Sense of MOOCs: A Guide for Policy-Makers in Developing Countries*. Available at: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002451/245122E.pdf> (accessed 8 April 2018).
- Shen J., Ye M., Wang Y., Zhao Y. (2016) Massive Open Online Course (MOOC) in China: Status Quo, Opportunities, and Challenges. Proceedings of the *7th IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON) (11–13, 2016, Abu Dhabi the United Arab Emirates)*, pp. 1106–1108.