



MOOCs E UNIVERSITÀ

Analisi HERe Aprile 2017

L'acronimo MOOC

- **Massive:**
 - Grande numero di studenti
 - Possibilità di modulare i corsi in base al numero di utenti, grazie all'utilizzo di strumenti web 2.0
- **Open:** gratuiti e ad accesso libero
- **Online:** caratteristica fondamentale dei MOOC
 - A differenza della didattica tradizionale, i corsi online MOOC permettono un'ampia interazione tra studenti → “two-way teaching”
 - Ciò permette di creare dataset utilizzabili per migliorare la qualità didattica (i.e. learning analytics).
- **Course:** cambiamento nel rapporto tradizionale studente-insegnante: quest'ultimo diventa una guida. Possibilità di studiare l'interazione tra le parti in modo più approfondito

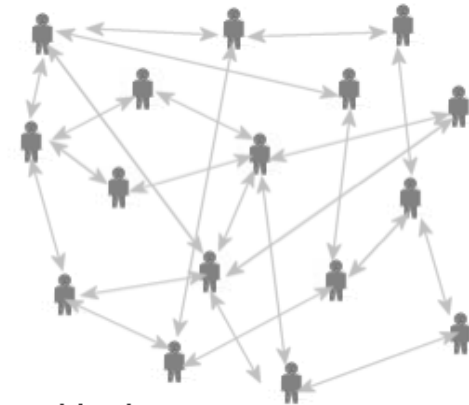
(Huan, 2015)

Valutazione tra pari e scalabilità

- Valutazione automatica della formazione e sistema di feedback sono elementi centrali della struttura dei corsi MOOC
 - Valutazione tra pari come metodo più ampiamente applicabile
 - Valutazione tra pari come mezzo efficace per promuovere l'apprendimento (tra i molti studi, v. Bouzidi & Jaillet, 2009)
 - Scetticismo riguardo all'affidabilità dei risultati della valutazione tra pari, ritenuti poco affidabili dagli studenti (e.g., Furman & Robinson, 2003)



this does not scale



this does

Learning analytics

- I MOOC innovano la didattica attraverso strumenti di “*data and learning analytics*” (Siemens & Long, 2011): nuove modalità di raccolta dati e loro utilizzo per modellare la didattica (Buckingham Shum et al., 2012)
- Interesse della dottrina per i *mass data* nel settore *e-learning*, sviluppato attraverso “*web log analysis data*” (e.g. Dunwell et al., 2012) come strumento per registrare le interazioni sociali, migliorare l’usabilità e l’apprendimento
 - Grazie alla ricerca, possibilità di progressi significativi nel *feedback modelling* dei corsi online, nel monitoraggio in tempo reale e nelle attività di supporto a partire da attività e interazioni (De Freitas, 2013)

Il dibattito sui MOOC (1/2)

- Obiettivo: cambiare le condizioni dell'apprendimento e democratizzare la conoscenza
- L'efficacia dei MOOC è ancora oggi oggetto di discussione. I risultati sugli utenti non sono confortanti (Banerjee & Duflo, 2014)
 - Forti aspettative e speculazioni sulla possibilità dei MOOC di trasformare la didattica e l'apprendimento e, più in generale, l'offerta di istruzione superiore (Gaebel, 2014)
 - Definizione ancora non chiara
 - Mancanza di pubblicazioni sui MOOC: *gap* significativo nella letteratura scientifica (Liyanagunawardena et al., 2012)
- Diverse opinioni in dottrina: MOOC come innovazione dirompente capace di cambiare radicalmente il settore *higher education*, specialmente rispetto al *business model* delle università vs. MOOC come mero esercizio di marketing per gli atenei di élite

Il dibattito sui MOOC (2/2)

- Nonostante le criticità, secondo un'opinione condivisa dai ricercatori, l'attivazione di piattaforme MOOC è alla base di nuove forme di business per le università, con forti implicazioni economiche (Yuan, 2013)
 - MOOC come segnale della capacità di innovazione delle istituzioni della *higher education*
- Queste ultime studiano i MOOC per comprendere i cambiamenti in atto nella didattica e nell'apprendimento
- Necessità di considerare le dinamiche istituzionali e sociali, e non solo gli aspetti tecnici, per gestire efficacemente il cambiamento verso una cittadinanza digitale consapevole (Hargittai, 2010)

Perchè un'istituzione dovrebbe investire nei MOOC?

1. Per ampliare il suo raggio d'azione e l'accesso alle sue attività didattiche;
2. Per costruire e mantenere un brand forte;
3. Per aumentare le entrate e ridurre i costi;
4. Per migliorare i risultati dell'apprendimento;
5. Per sperimentare un nuovo modello di didattica e apprendimento;
6. Per migliorare la ricerca in tema di didattica e apprendimento.

(Hollands et al., 2014)

- Possibilità di istituire nuovi dipartimenti con risorse diverse e nuovi processi al fine di **esplorare nuovi approcci educativi**, o di **estendere il target di mercato** a studenti che non possono frequentare l'università. (Yuan & Powell, 2013)

- Nonostante la **forte concorrenza** nel mercato della *higher education*, molte istituzioni si sono riunite per creare corsi MOOC, sviluppando **forme di collaborazione**.

(Marshall, 2013)

Il business dei MOOC

Possibilità di monetizzare il business dei MOOC attraverso:

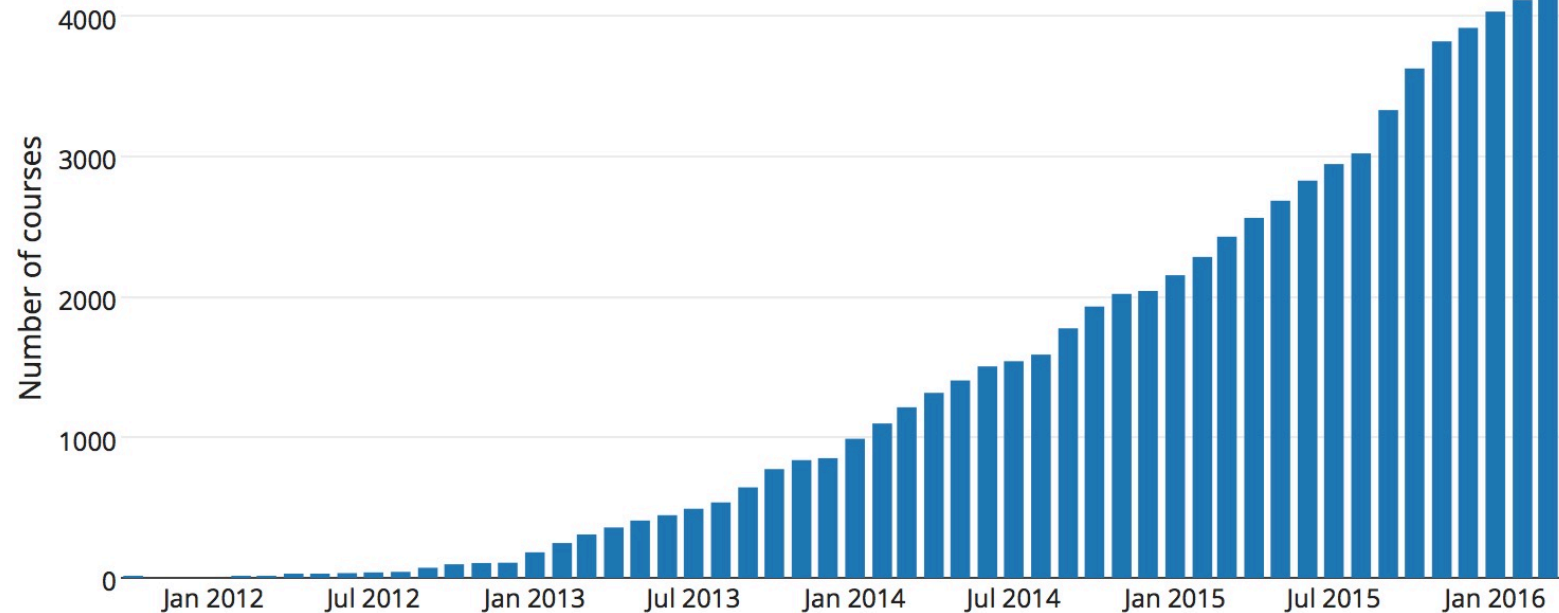
1. certification model;
2. freemium model;
3. advertising model;
4. job matching model;
5. subcontractor model.

(Belleflamme & Jacmin, 2014)

- Alcune università stanno sviluppando MOOC (**producers**), altre utilizzano MOOC sviluppati da altre istituzioni (**consumers**), altre ancora (poche) sono attive su entrambi i fronti. Alcuni atenei adottano un approccio “attendista”, altre hanno scelto di non impegnarsi formalmente in questa iniziativa, o non hanno docenti interessati a implementare corsi MOOC (Hollands & Tirthali, 2014)

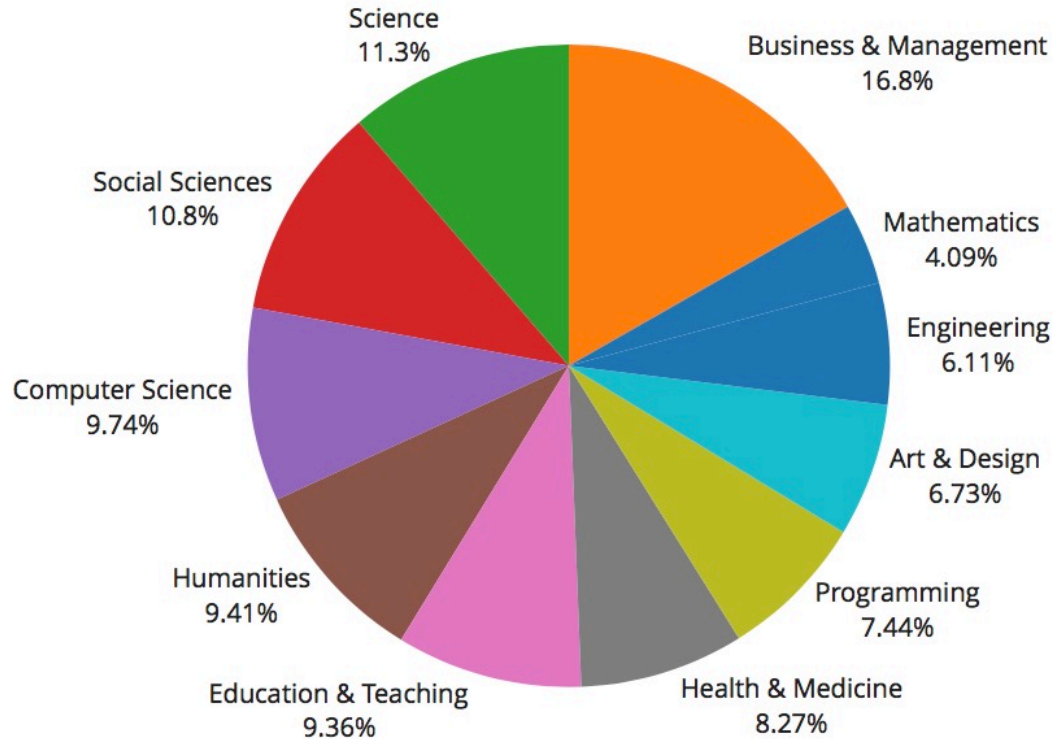
- Potenziale dirompente dei MOOC nelle istituzioni della *higher education* (e.g. Christensen & Weise, 2014) e nel democratizzare l'istruzione,
 - Rischio di creare un sistema duale, ove i MOOC rappresentano un'istruzione di seconda classe, aumentando le diseguaglianze nell'accesso all'apprendimento (e.g. Carver & Harrison, 2013)
- MOOC sportati a termine solo dai c.d. “educated few” (Emanuel, 2013).
 - Per futuri studi: investire nello sviluppo dei MOOC indirizzati soprattutto a coloro che già hanno un titolo di studio produce un aumento delle diseguaglianze?

Crescita dei MOOCs



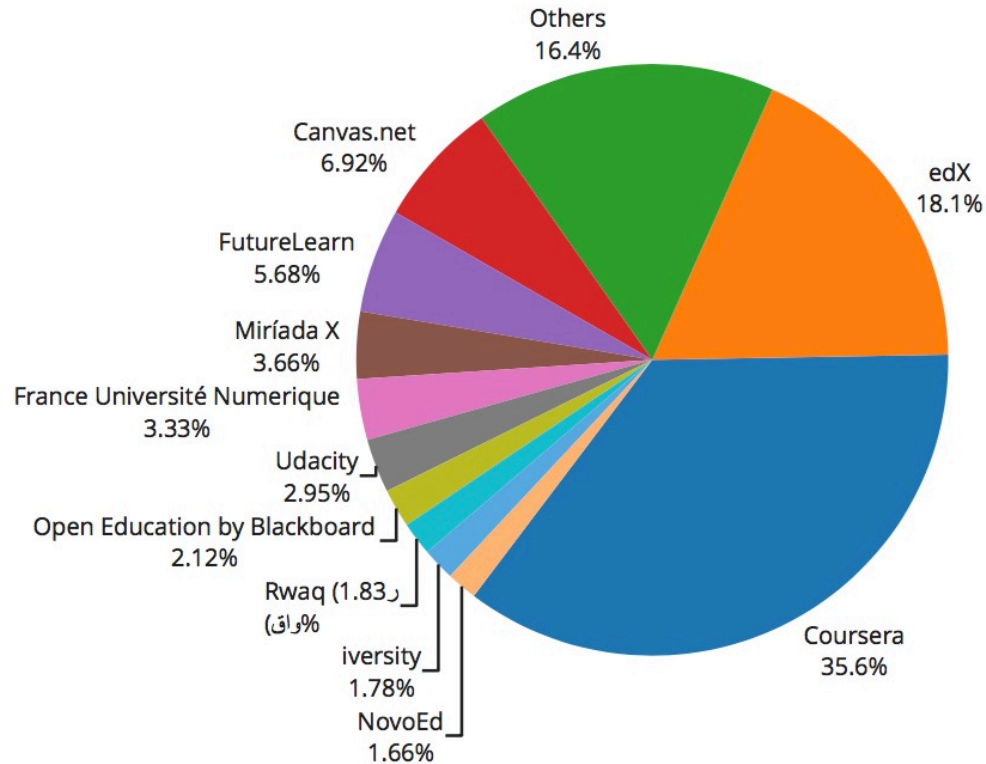
Fonte: Class Central (piattaforma che aggrega corsi online open access da siti web MOOC)

Ripartizione dei corsi per materia



Fonte: Class Central (piattaforma che aggrega corsi online open access da siti web MOOC)

Ripartizione dei corsi per piattaforma



Fonte: Class Central (piattaforma che aggrega corsi online open access da siti web MOOC)



MOOCs E UNIVERSITÀ

Flavio PORTA
Università degli Studi di Bergamo
flavio.porta@unibg.it