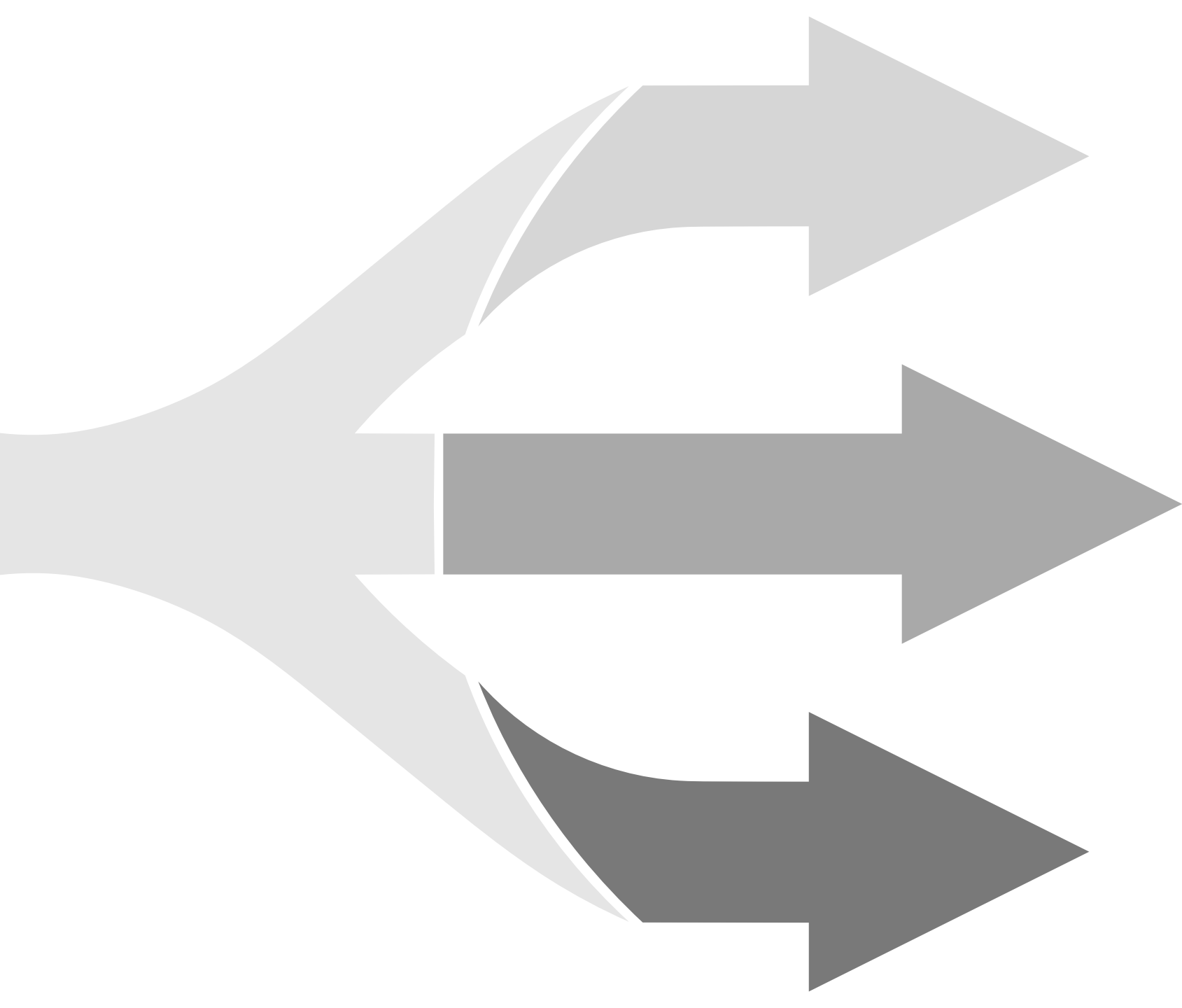


在线学习服务 职业技能等级证书

(2021年1.0版)



定义

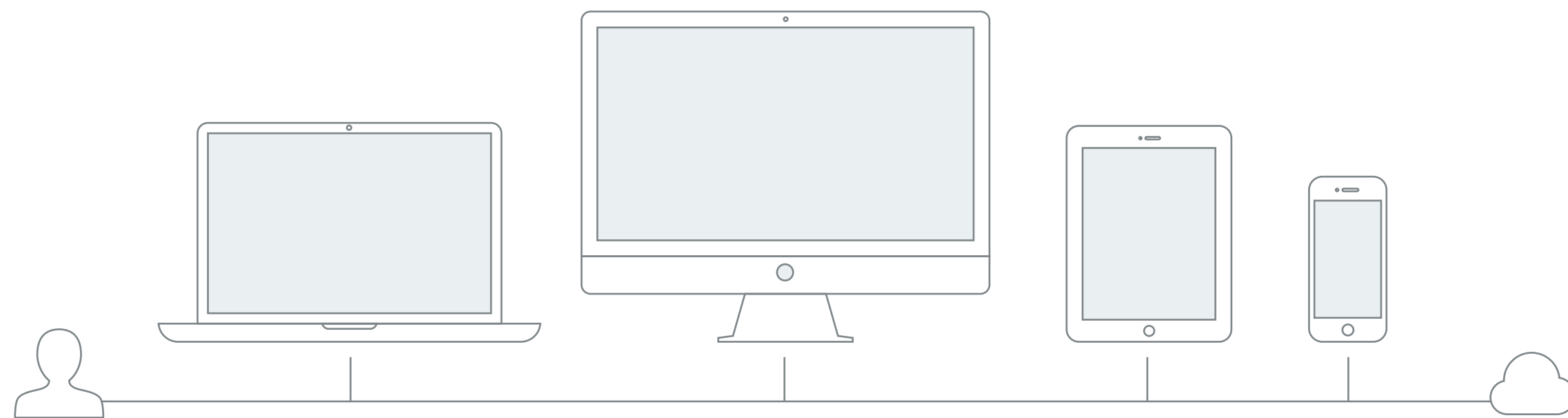
在线学习服务（教育部“在线学习服务”与人社部“在线学习服务师”的区别）
在线学习服务职业技能等级证书
在线学习服务职业技能等级标准

研究

在线学习服务“人才需求端”涵盖了特征差异巨大的两个市场
在线学习服务面向职业岗位群

架构

在线学习服务职业技能等级标准（2021年1.0版）架构
在线学习服务职业技能等级与学历叠加效应



在线学习^①服务^②，是指运用数字化平台（工具/方法），使在线学习者受益的一种有偿或无偿的服务行为。

在线学习服务兼具“事业性”（公共服务）和“产业性”（商业服务）双重属性，面向体制内学校及政府的教育信息化体现了“事业性”，而面向校外非学历培训且以营利为导向的企业、机构和组织的集合则体现出在线学习服务的“产业性”。在校教师，以及2020年人社部正式发布的新职业“在线学习服务师”，正是在线学习服务工作领域中的典型代表。

① 在线学习，指学习者利用网络学习环境（学界通常将网络学习资源、网上学习社区与网络学习平台合称为网络学习环境）获取数字化资源，与内容、教师和其他学习者进行交互，以增长知识、技能和经验的学习形式。

参考依据：中国社会科学出版社（2017年5月第1版）马志强著《在线学习评价研究与发展》、高等教育出版社（2011年版）袁克定著《在线学习与发展》

② 世界贸易组织 (WTO) 将教育归为服务业。服务业分为生产性服务业和生活性服务业。教育既属于生产性服务业，也属于生活性服务业。国家统计局发布的《生产性服务业统计分类（2019）》中，职业教育培训服务属于生产性服务业范畴；《生活性服务业统计分类（2019）》中，学生课外辅导等教育培训服务属于生活性服务业范畴。

参考依据：中华人民共和国商务部《中国服务贸易指南》、国家统计局《生产性服务业统计分类（2019）》、《生活性服务业统计分类（2019）》

教育部1+X（在线学习服务）与人社部“在线学习服务师”的**区别**



在线学习服务

指运用数字化平台（工具/方法），使在线学习者受益的一种有偿或无偿的服务行为。既包括基层业务人员面向学习者提供的服务（如在线学习服务师），也包括对服务战略的思考、对服务体验的设计、对服务流程的优化、对服务团队的管理，对服务效果的评测、对服务质量的保障等。

在线学习服务师

指运用数字化学习平台（工具），为学习者提供个性、精准、及时、有效的学习规划、学习指导、支持服务和评价反馈的人员。如“咨询顾问”、“课程顾问”、“学习顾问”、“助教”等服务类岗位。



在线学习服务职业技能等级证书，是人才供需的中间环节。

其背景起源于2019年2月13日，国务院办公厅颁布《国家职业教育改革实施方案》（简称“职教20条”）指明新时代职业教育改革发展的方向和举措，首次提出启动“1+X”证书制度试点工作；同年4月，教育部等四部门联合印发《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》（简称“1+X”）旨在促进我国技术技能人才培养培训和评价模式改革。2020年12月31日，教职所“职业技能等级证书信息管理服务平台”发布了“关于授权发布参与1+X证书制度试点的第四批职业教育培训评价组织及职业技能等级证书名单的通知”，在线学习服务职业技能等级证书位列第63位，该证书评价组织为“北京国人通教育科技有限公司”。

在线学习服务 职业技能等级标准

(2021年1.0版)

在线学习服务
职业技能等级证书

北京国人通教育科技有限公司 制定
2021年3月 发布

**在线学习服务职业技能等级标准，
隶属于该职业技能等级证书。**

在制定职业技能标准时，既要面对数字时代新型社会分工的复杂性，也须充分考虑用人单位人力资源结构的层次性、多样性与发展性，同时还要融合不同层次院校各类专业的教学规律和人才培养计划。



制定标准的顺序，不同于培养和认证人才的顺序。

培养职业技能时，为了帮助理解，学习者通常需要由简入难、自始至终、逐层递进地进行学习和锻炼。然而，评价组织制定职业技能等级标准时，则是以终为始，结合需求端的宏观（国家发展需求，如十四五规划）、中观（产业/行业发展需求，如在线教育行业）和微观（企事业单位用人需求，如某公司岗位招聘）层面逆向推导，从而明晰职业技能等级标准。

十四五

2021~2025

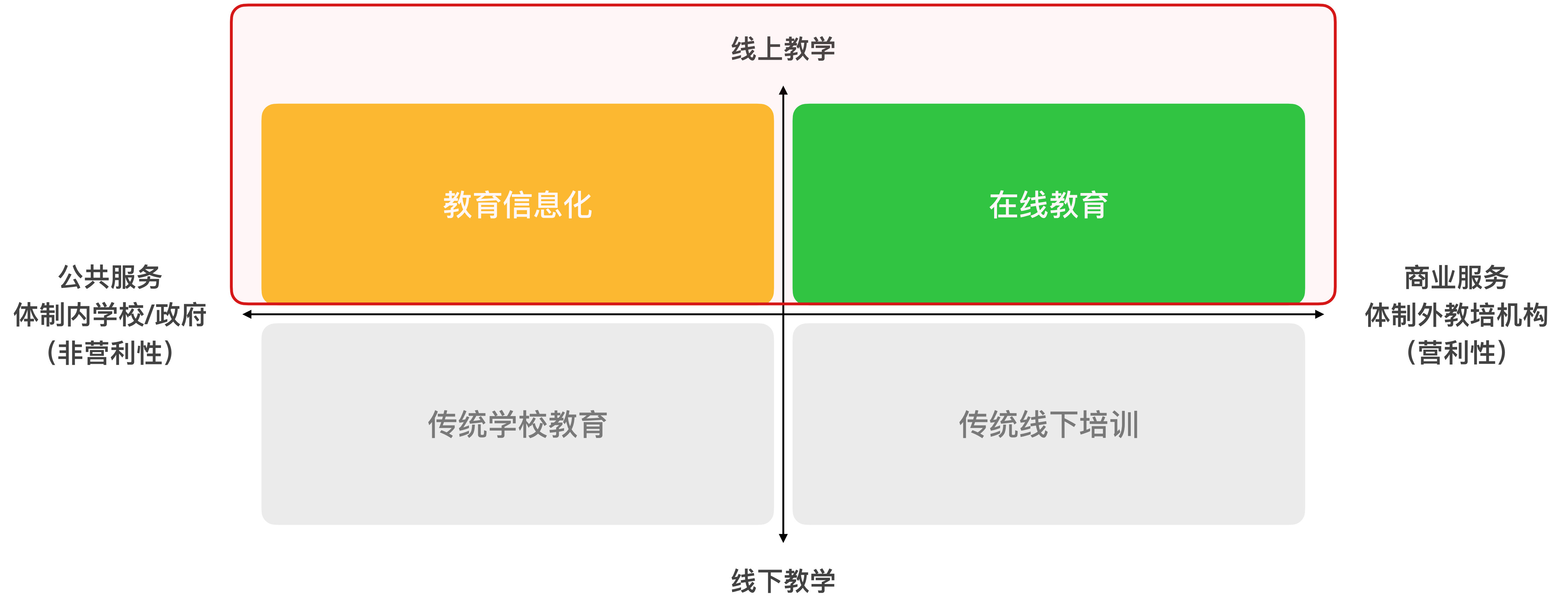
我国开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年

如何推动我国经济由高速增长阶段向高质量发展阶段转变？

人力资本提升具有决定性作用

人才需求端

在线学习服务范围界定



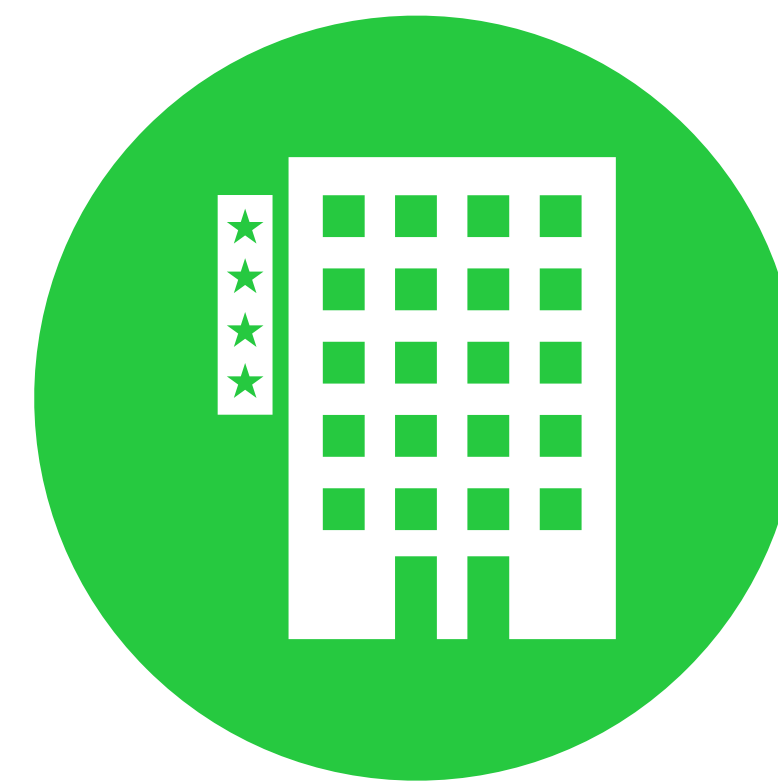
在线学习服务**需求端**涵盖了特征差异巨大的两个市场



面向校内 教育信息化市场

需求主体是体制内学校及相关政府部门
权威性强、话语权高，重视体系规范和管理

公共服务（非营利性）



面向校外 非学历培训市场

需求主体是以营利为导向的教培企业/机构
市场敏锐度高、创新性强、重视付费客户/用户转化及其成本降低

商业服务（营利性）



面向校内 教育信息化市场

需求主体是体制内学校及相关政府部门
权威性强、话语权高，重视体系规范和管理

公共服务（非营利性）



50.7万余所学校，包括本科院校、高职和中职院校、普通学校（中小学）和幼儿园



1600余万在校教师



面向校内 教育信息化市场

需求主体是体制内学校及相关政府部门
权威性强、话语权高，重视体系规范和管理

公共服务（非营利性）

不同教育阶段教育信息化的区别



高等教育信息化

教育经费来源：财政经费+自身事业收入。

核心诉求：共享优质资源；优化业务流程，提高管理运行效率，提高办学实力；提升师生信息化素养。

服务场景：以教育教学教研为主，涵盖学校管理、学习平台/教学资源/科研建设等方面，部分高校自主搭建云平台。

采购权力：自主采购权大，可自行委托第三方招标机构。

特点：服务重，渠道资源很重要，部分企业借助资本、合作方的优势积极拓展高校客户资源。



K12教育信息化

教育经费来源：公立学校为财政经费，民办学校主要是自有资金。

核心诉求：以应试教育为纲，以提升教学效果和中考升学率为目标。

服务场景：以服务教学为重点，涵盖教-学-练-测-评等方面，主打提升师生教与学的效率；学校管理、教学环境建设等方面也是主要应用场景。

采购权力：公立学校基本由政府统一采购，且流程复杂；民办学校预算和产品类别的自主决策高。

特点：渠道依赖性强，渠道网络布局能力核心竞争力之一，而各玩家多以区县为单位进行渠道网络构建。增值业务由学生家长买单，C端市场潜力巨大。



幼儿教育信息化

教育经费来源：公立幼儿园源于财政经费，民办幼儿园则源于园所的经营费用。

核心诉求：保证幼儿安全，寓教于乐，重视展示互动。

服务场景：以家校互动为核心，及时向家长传递园所及幼儿相关信息。

采购权力：民办幼儿园自主采购，公立幼儿园走招标流程。

特点：整体信息化程度低，渠道市场化特征明显。企业重视自身流量优势的挖掘与推广。（详情见例证：掌通家园）

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.9 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

来源：艾瑞咨询《2019中国教育信息化行业报告》

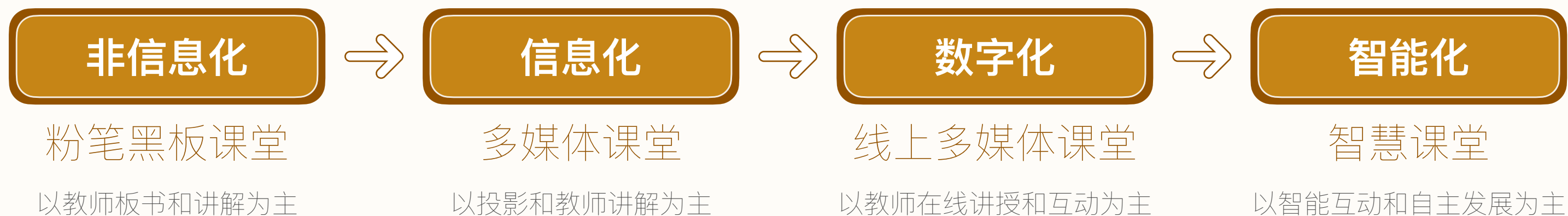


面向校内 教育信息化市场

需求主体是体制内学校及相关政府部门
权威性强、话语权高，重视体系规范和管理

公共服务（非营利性）

以中小学教育信息化为例，截止2019年10月，教育信息化和网络安全工作月报不再通报硬件普及进展数据，而是将工作重心转向提升教育信息化“软服务”的质量，助力中小教师在信息化教学过程中实现教育与技术的深度融合。



新时代教师应具备“在线学习服务”能力

- 在备课准备时，以在线学习咨询和学前指导服务为主；
- 在教学过程中，以在线学习督导和学习进度管理服务为主；
- 在评价诊断期，以在线学习成果考核和效果评估服务为主；

来源：艾瑞咨询《中国中小学教师信息化教学行为洞察2020》



面向校内 教育信息化市场

需求主体是体制内学校及相关政府部门
权威性强、话语权高，重视体系规范和管理

公共服务（非营利性）

为什么“新时代教师”应具备“在线学习服务”能力？ 如何培养这种能力？

北京市教育信息化转段升级推进策略研究指出：北京市将围绕《关于全面深化新时代教师队伍建设改革的意见》中“教师主动适应信息化、人工智能等新技术变革，积极有效开展教育教学”有关要求，根据《中小学教师教育技术能力标准（试行）》、《关于实施全国中小学教师信息技术应用能力提升工程 2.0 的意见》等政策文件，将教师信息技术应用能力培训纳入教师培训学分管理体系，形成教师信息素养培育培养与专业发展长效推进机制。

提升教师利用信息技术开展教育教学应用的能力和水平，推动师范生培养课程改革，**将信息化课程内容与教学能力纳入师范生培养课程体系（课证融合：《在线学习服务职业技能等级证书》与师范类专业课程的融合）**。将教师信息技术应用能力作为教育督导重要内容，逐步建立监测评价体系，定期对各区、各学校教师信息技术应用能力开展评估评价，提升对教师信息素养精准诊断、及时干预和个性化服务的能力和水平。

在线教育行业规模分析：增长势头稳健

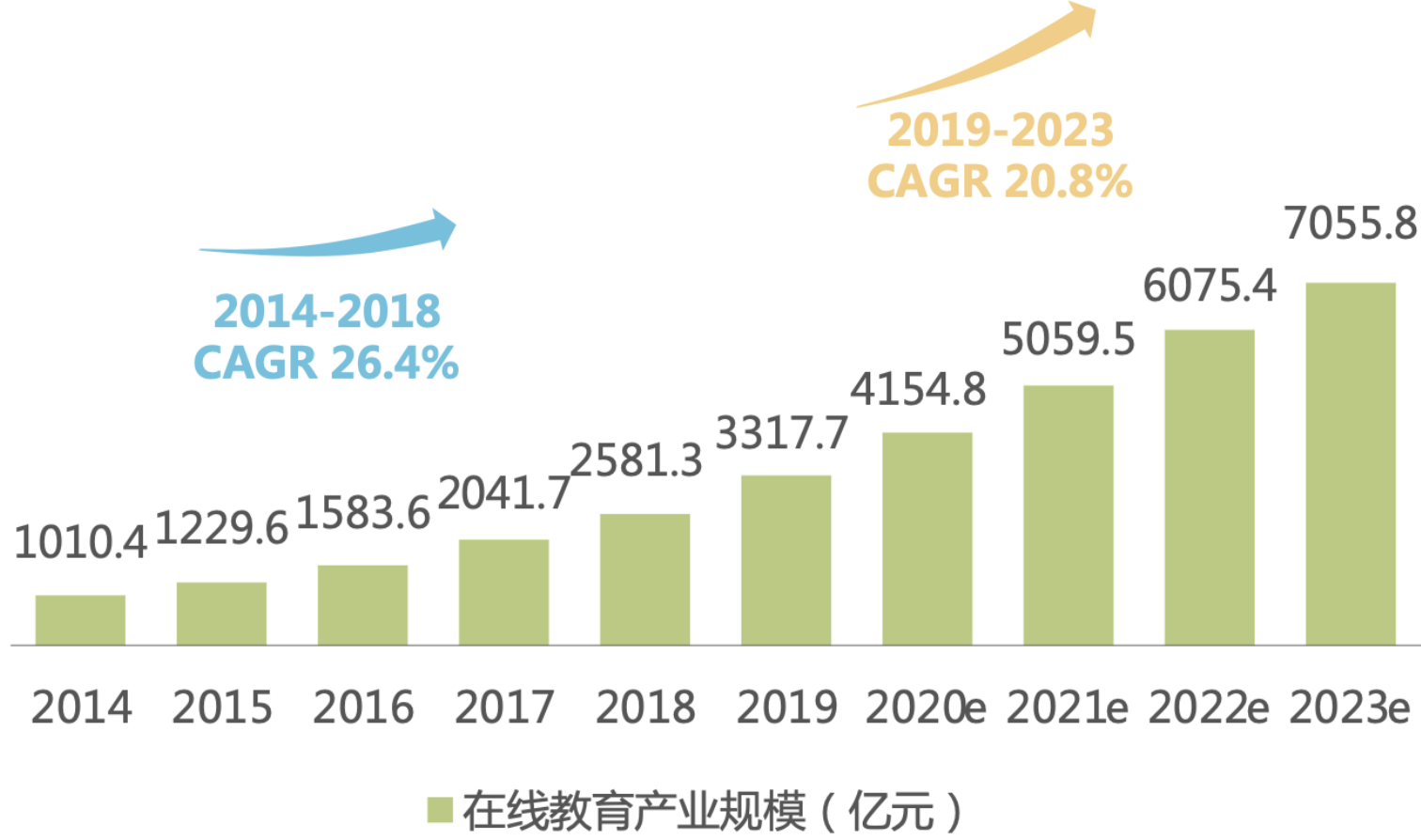


面向校外
非学历培训市场

需求主体是以营利为导向的教培企业/机构
市场敏锐度高、创新性强、重视付费客户/用户转化及其成本降低

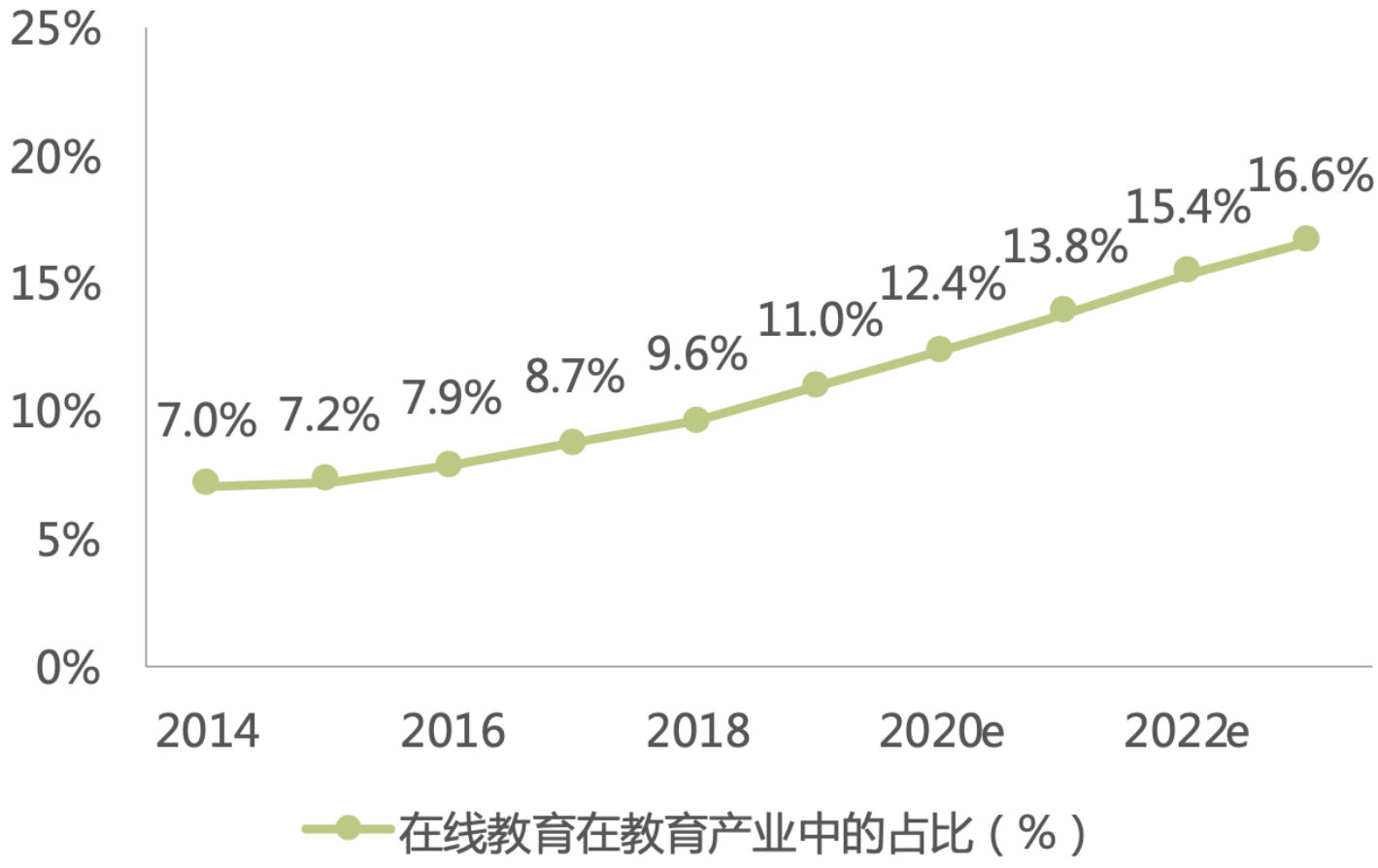
商业服务（营利性）

2014-2023年中国在线教育产业规模 (含终身教育)



注释：1) “在线教育产业规模”统计口径为在线教育平台的纯用户付费收入；2) “在线教育产业规模”统计口径包含早幼教、K12教育、成人非学历教育等细分领域。

2014-2023年中国在线教育产业规模在 教育产业中的占比 (含终身教育)



注释：1) “在线教育产业规模”统计口径为在线教育平台的纯用户付费收入；2) “在线教育产业规模”统计口径包含早幼教、K12教育、成人非学历教育等细分领域。

来源：艾瑞咨询《2020年中国终生教育行业研究报告》

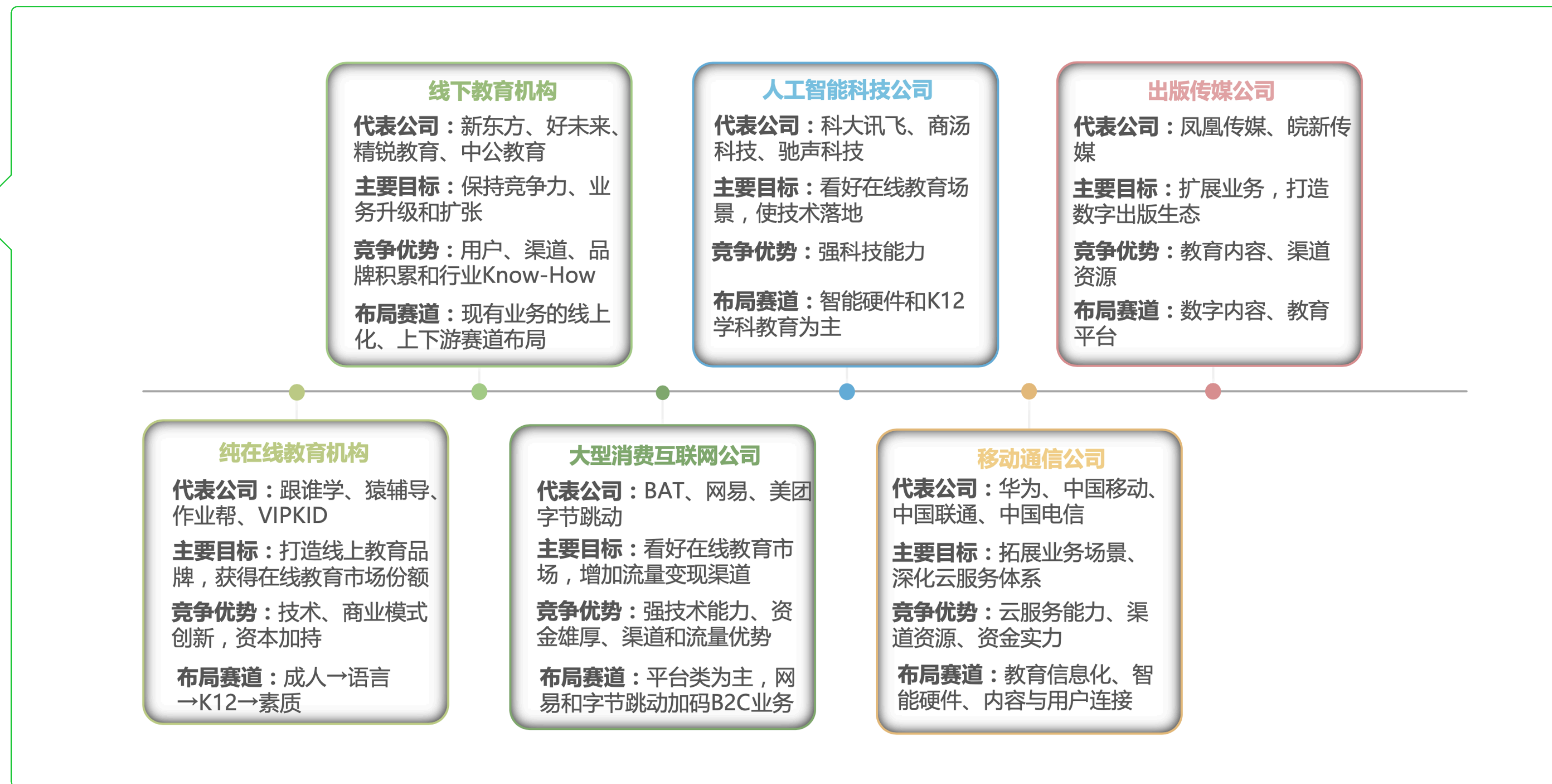
在线教育主要市场参与者类型与特征



面向校外 非学历培训市场

需求主体是以营利为导向的教培企业/机构
市场敏锐度高、创新性强、重视付费客户/用户转化及其成本降低

商业服务（营利性）



来源：艾瑞咨询《2020年中国在线教育行业研究报告》

风口上的在线教育，追捧与争议并存




面向校外 非学历培训市场


需求主体是以营利为导向的教培企业/机构
市场敏锐度高、创新性强、重视付费客户/用户转化及其成本降低

商业服务（营利性）


争议

 在线教育公司已成为广告平台的最主要客户，前10家公司广告投放额超百亿

高投放

 以K12在线教育公司为例，据艾瑞咨询统计，2019年已上市公司营收109亿元，营业亏损43.5亿元；2020年最新一期营业收入156亿元，营业亏损54.3亿元


高亏损

 行业利好更多成为头部利好，二八分化明显，2020年资本向在线教育行业累计输送的1034亿元中，80%都流向了头部的5家公司


马太效应

VS


追捧

 2020年教育行业累计融资1164亿元，其中在线教育行业累计融资金额1034亿元，占比89%

高融资

 以在线教育独角兽猿辅导为例，2020年估值翻倍，最新估值已达170亿美金

高估值

 在线教育公司业务体量高速增长，多家公司短期内跨越50亿营收门槛

高收入

来源：艾瑞咨询《2020年中国在线教育行业研究报告》

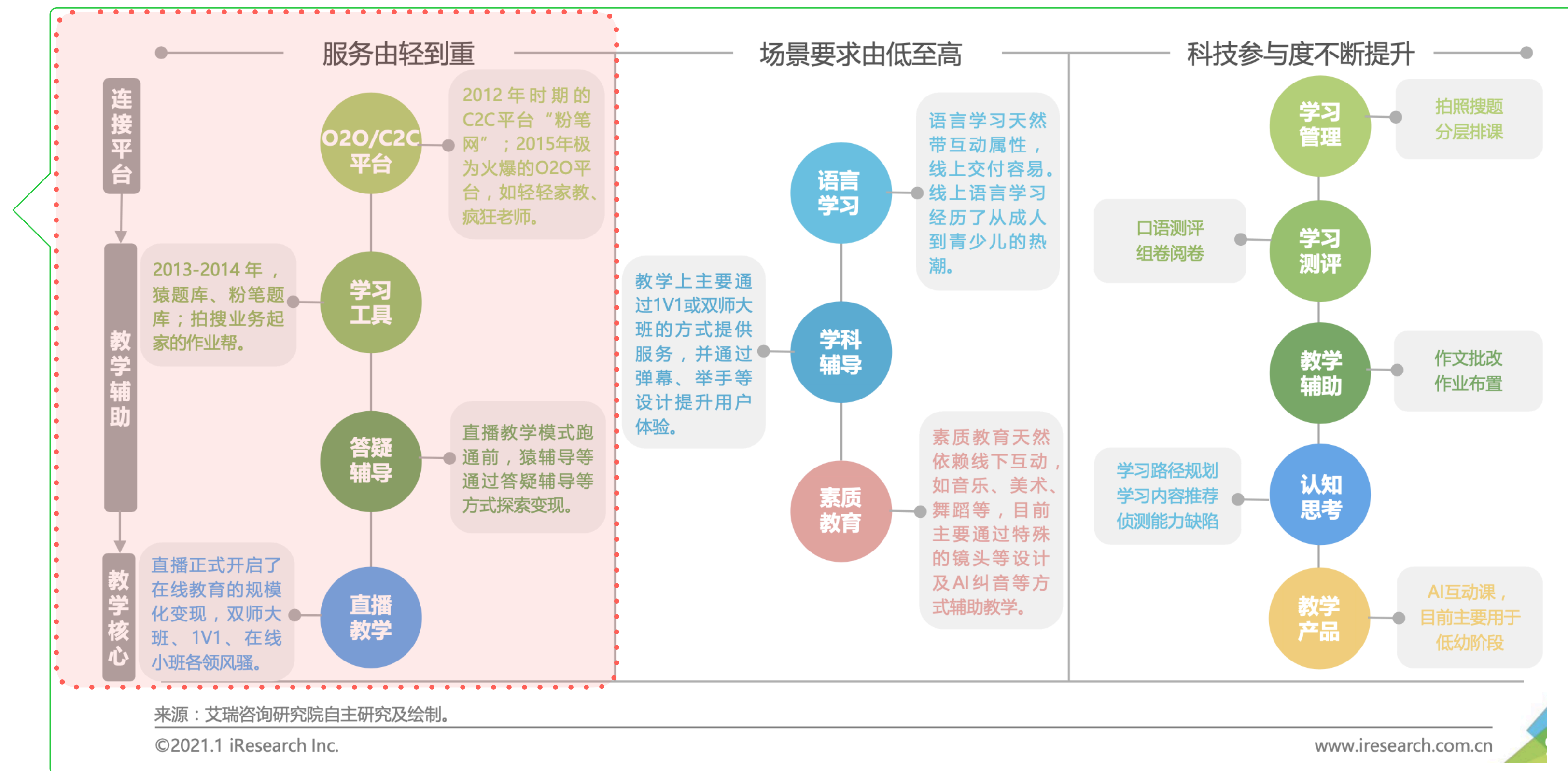


面向校外 非学历培训市场

需求主体是以营利为导向的教培企业/机构
市场敏锐度高、创新性强、重视付费客户/用户转化及其成本降低

商业服务（营利性）

在线教育产品发展趋势：服务由轻到重、场景要求由低至高、科技参与度不断提升



来源：艾瑞咨询《2020年中国在线教育行业研究报告》

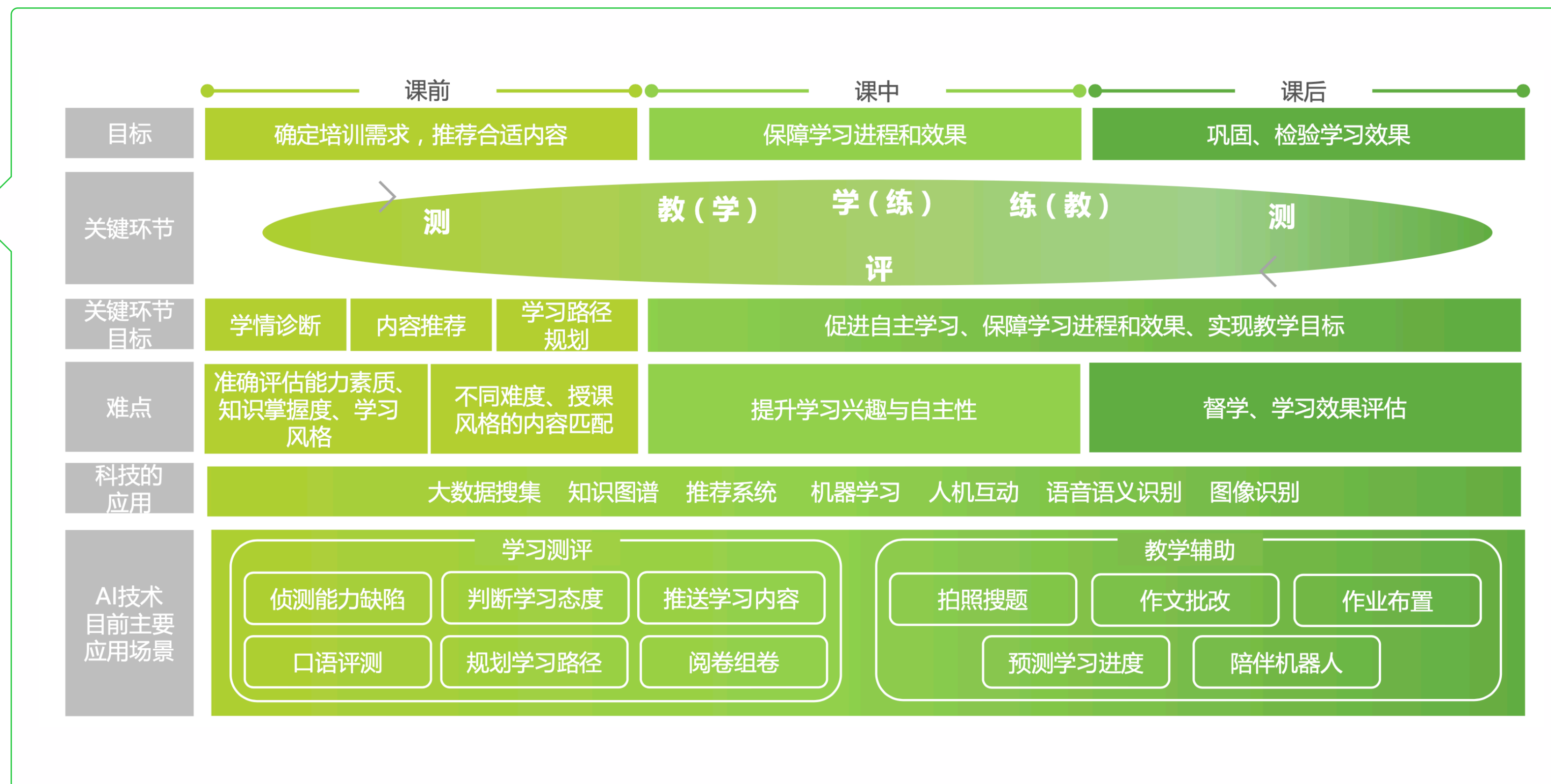


面向校外 非学历培训市场

需求主体是以营利为导向的教培企业/机构
市场敏锐度高、创新性强、重视付费客户/用户转化及其成本降低

商业服务（营利性）

教育服务核心环节



来源：艾瑞咨询、华为应用市场《2020中国移动应用趋势洞察白皮书-在线教育篇》



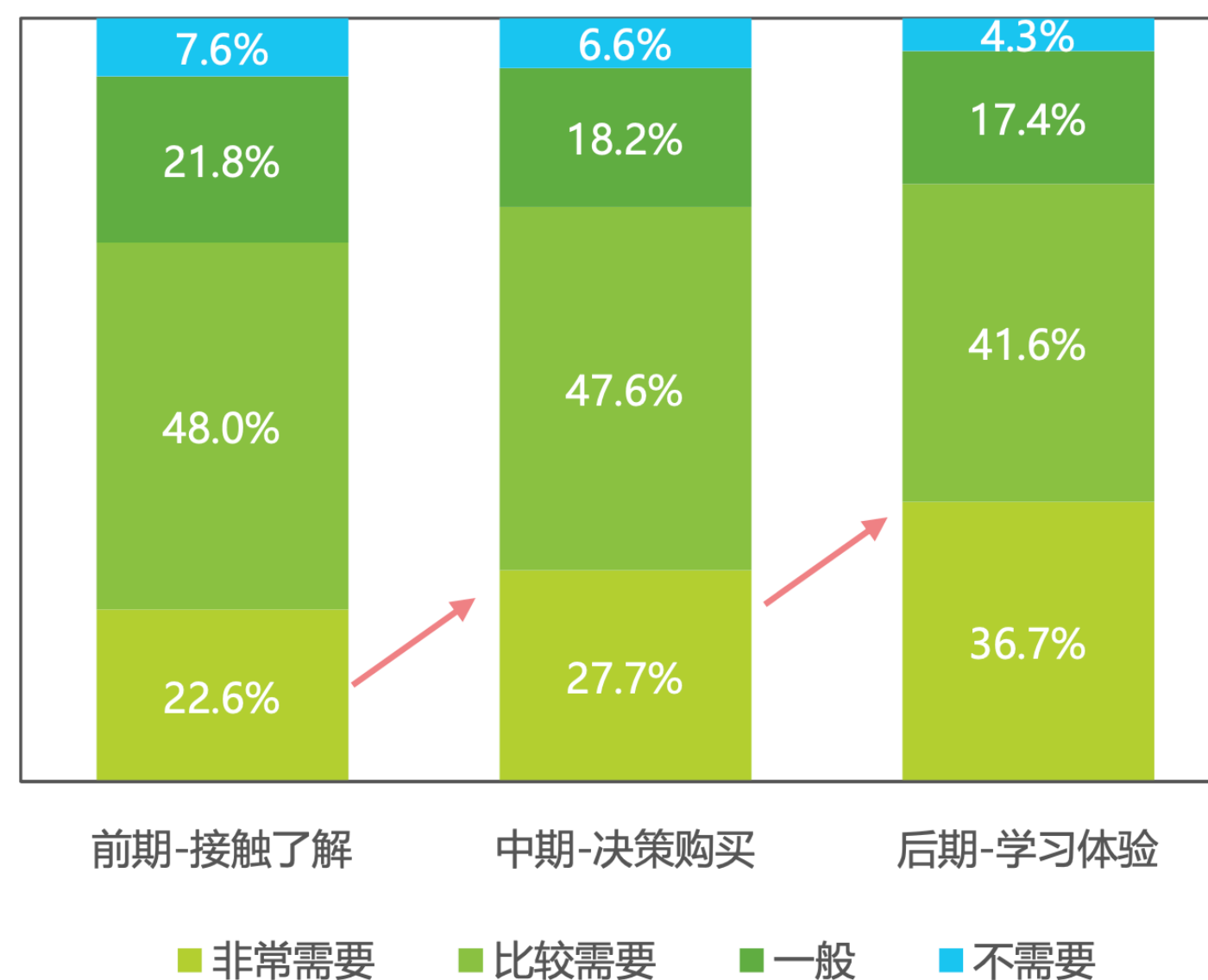
面向校外 非学历培训市场

需求主体是以营利为导向的教培企业/机构
市场敏锐度高、创新性强、重视付费客户/
用户转化及其成本降低

商业服务（营利性）

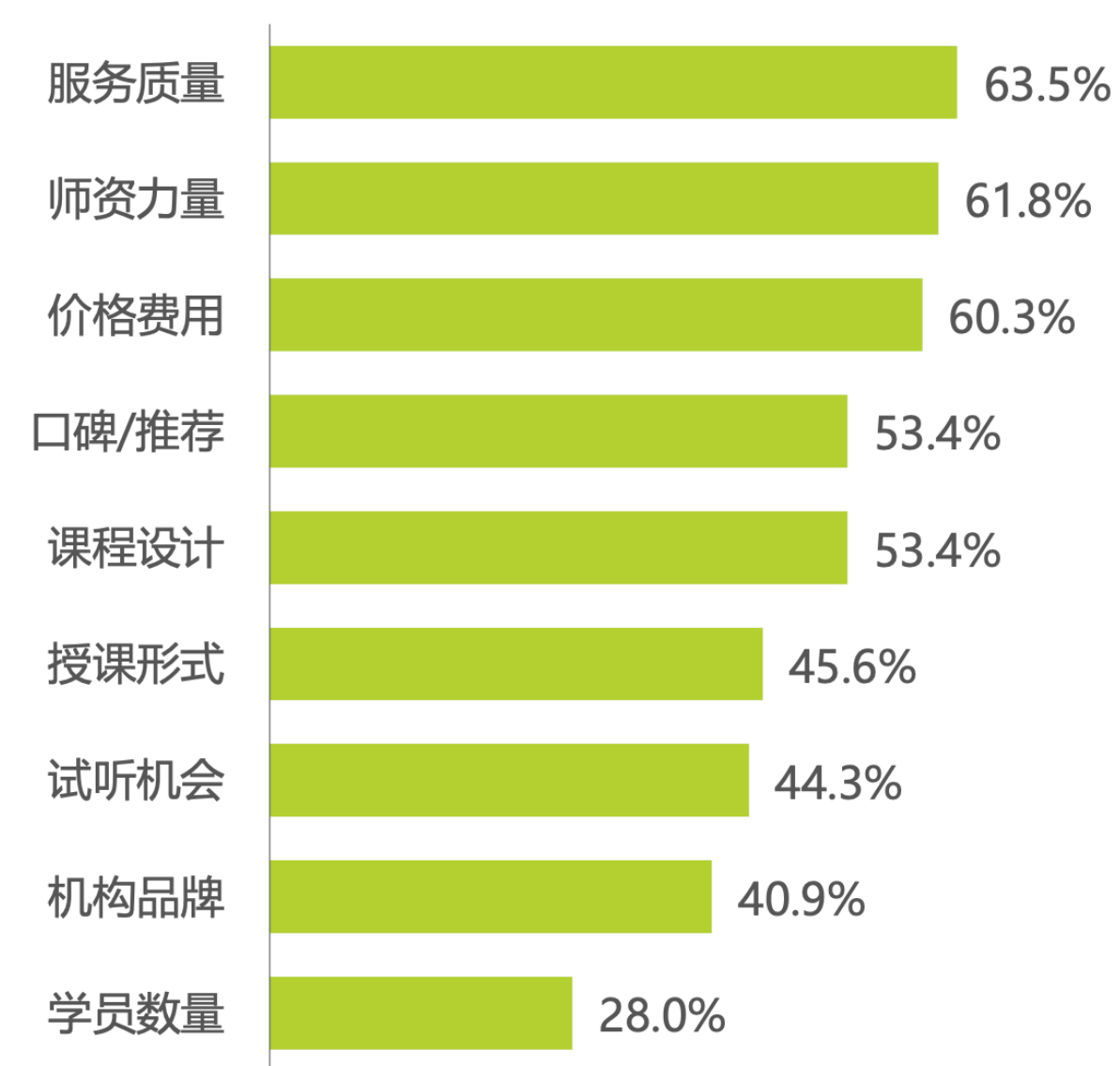
2020年中国在线教育用户对服务的需求度，以及选取服务时关注的因素

2020年中国在线教育用户对服务的需求度



样本：N=1023；于2020年8月在艾瑞iClick社区调研获得。

2020年中国在线教育用户选取服务时关注的因素



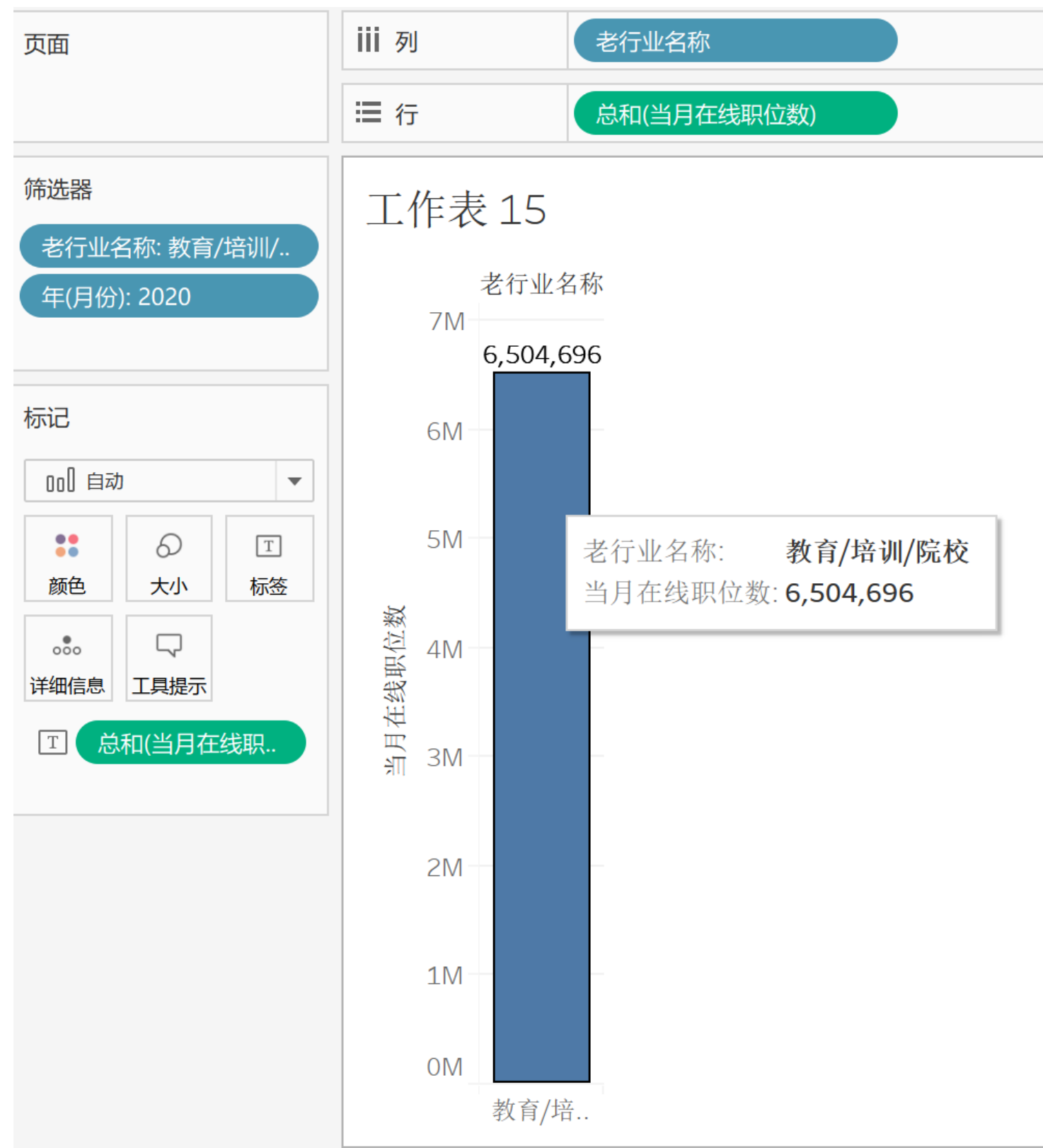
样本：N=1023；于2020年8月在艾瑞iClick社区调研获得。

来源：艾瑞咨询、华为应用市场《2020中国移动应用趋势洞察白皮书-在线教育篇》

在线学习服务面向**职业岗位（群）**



在线学习服务职业范围研究-智联招聘



来源：智联招聘

智联招聘2019-2020在线教育关键职位需求
(原始样本)

序号	职位所含关键词	在线职位数
1	课程顾问	988,423
2	班主任	218,578
3	助教	151,623
4	咨询师	142,909
5	课程销售	95,527
6	教学主管	55,411
7	培训师	30,366
8	学习管理师	28,751
9	学习顾问	19,764
10	辅导员	15,086
11	课程研发	10,393
12	副总	9,166
13	培训专员	7,175
14	教学总监	7,050
15	教学管理	5,998
16	教学助理	5,785
17	培训主管	5,700
18	教学督导	5,378
19	培训助理	4,851
20	学习督导	4,146
21	课程设计	3,962
22	咨询总监	3,920
23	小学辅导老师	3,439
24	线上教育	3,348
25	培训顾问	3,259
26	课程运营	1,558
27	学习进度主任	1,406
28	课后辅导老师	1,172
29	课程助理	1,016
在线职位数合计		1,835,160

注：按在线职位数降序排列

智联招聘2019-2020在线教育关键职位需求
(分类整理)

类别	职位所含关键词	在线职位数
咨询/销售	课程顾问	988,423
咨询/销售	咨询师	142,909
咨询/销售	课程销售	95,527
咨询/销售	线上教育	3,348
咨询/销售	培训顾问	3,259
咨询/销售类职位合计		1,233,466
教务/辅导	班主任	218,578
教务/辅导	助教	151,623
教务/辅导	培训师	30,366
教务/辅导	学习管理师	28,751
教务/辅导	学习顾问	19,764
教务/辅导	辅导员	15,086
教务/辅导	培训专员	7,175
教务/辅导	教学助理	5,785
教务/辅导	小学辅导老师	3,439
教务/辅导	学习进度主任	1,406
教务/辅导	课后辅导老师	1,172
教务/辅导	课程助理	1,016
教务/辅导类职位合计		489,012
管理/督导	教学主管	55,411
管理/督导	教学管理	5,998
管理/督导	培训主管	5,700
管理/督导	教学督导	5,378
管理/督导	学习督导	4,146
管理/督导类职位合计		76,633
内容/研发	课程研发	10,393
内容/研发	课程设计	3,962
内容/研发类职位合计		14,355
课程运营	课程运营	1,558
运营类职位合计		1,558
高管	副总	9,166
高管	教学总监	7,050
高管	咨询总监	3,920
高管类职位合计		20,136
在线职位数合计		1,835,160

从智联招聘2019-2020在线教育关键职位需求相关数据（非正式，仅供参考）来看，咨询/销售类岗位约占67%，督导/教务/辅导类岗位约占27%；行业招聘需求主要集中在这两个最基础的业务岗。

在线教育企业图谱



来源: 艾瑞咨询《2020年中国在线教育行业研究报告》

2019年，主要技术在中国教育中的渗透融合度




		1	2	3	4	5	技术成熟度	目前主要应用在教育中的场景	体制内-与各个学习阶段的渗透融合情况					体制外-与各个学习阶段的渗透融合情况			
技术渗透程度逐渐加深		1	2	3	4	5			幼儿园	小学	初中	高中	高等教育	幼儿园	小学	初中	高中
人工智能	计算机视觉	图像识别	★★★★★	拍照搜题、考试测评等			1	3	3	3	3	1	3	3	3	4	4
		文字识别	★★★★★	拍照搜题、考试测评、智能助教等			1	3	3	3	4	1	3	3	3	4	4
		人脸识别	★★★★★	考勤			1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3
	自然语言处理	语音识别	★★★★★	口语听力、考试测评、智能助教等			1	3	3	3	4	1	3	4	4	5	5
		语义识别	★★★	口语听力、考试测评、智能助教等			1	3	3	3	4	1	3	4	4	5	5
互动直播		★★★★	互动教学、答疑，监控等			1	1	1	1	2	1	3	3	4	5	5	
VR/AR		★★	沉浸式知识点的学习			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	

技术成熟度高，但教育应用程度低。目前主要应用在“练-测-评”环节，“教”的场景属性和沉浸感待提升。数据结构化程度低，不利于形成反馈机制。

来源：艾瑞咨询《2019中国教育信息化行业报告》

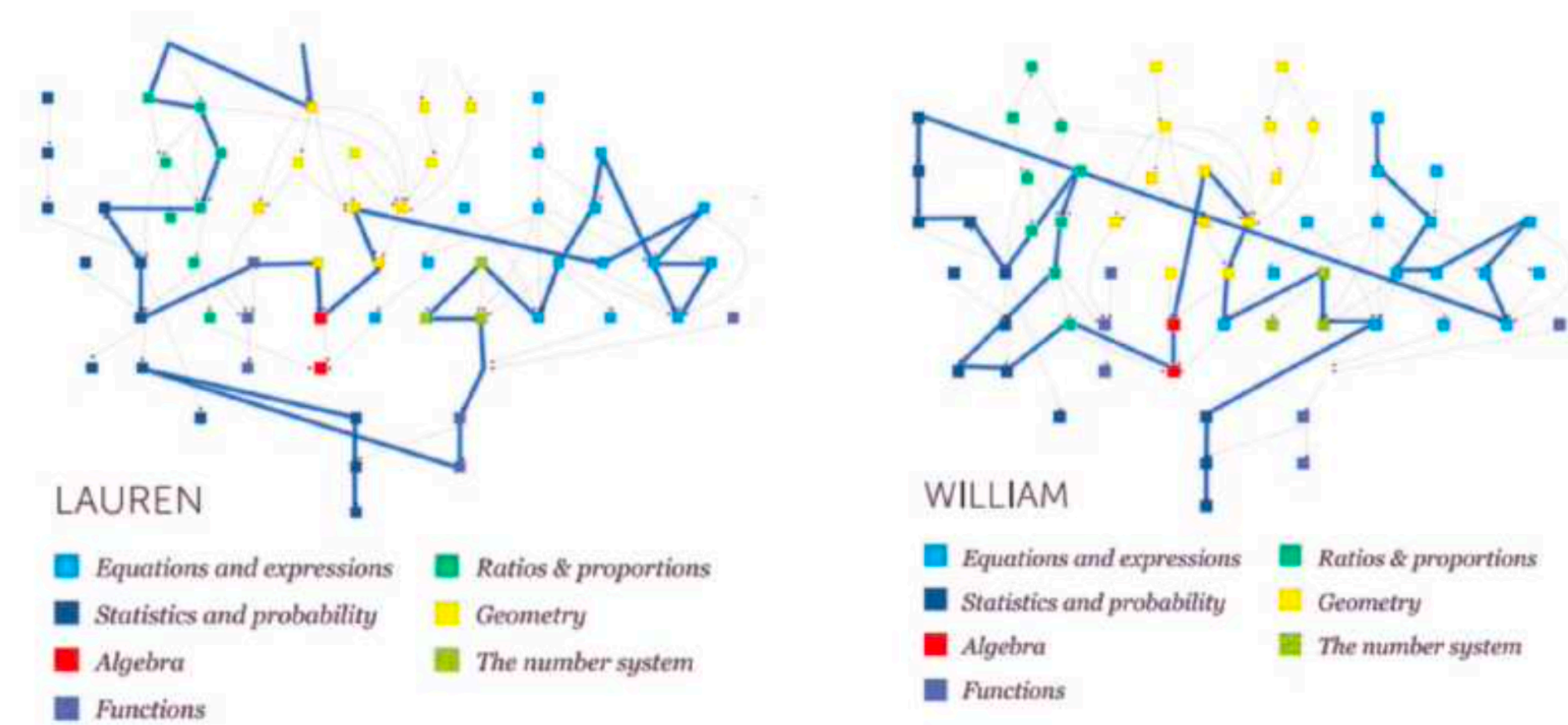
2020年，人工智能渗透到教育中的环节



来源：艾瑞咨询《2020年中国人工智能产业研究》

具体示例：

为学习者规划个性化学习路径

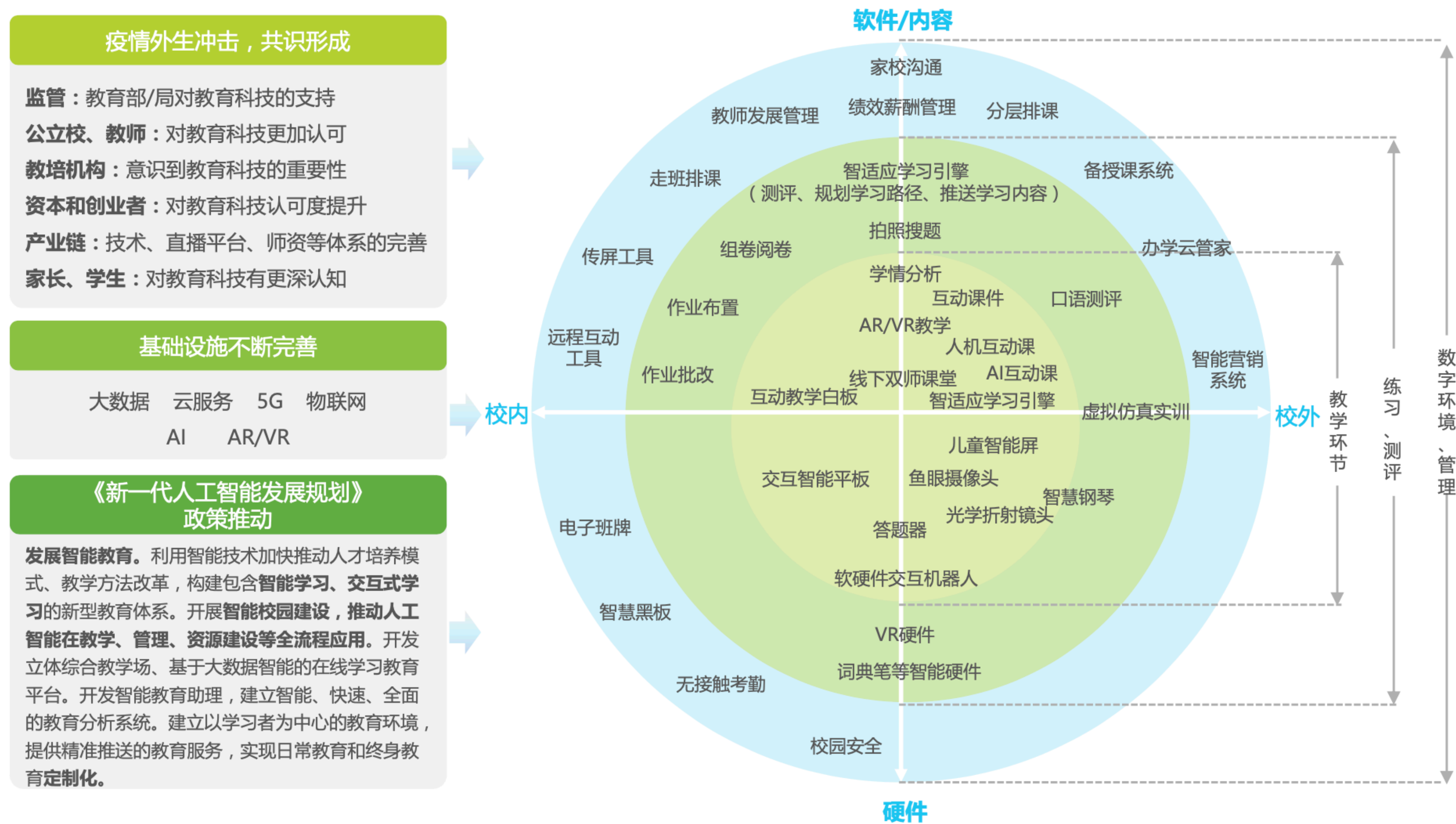


上图为Knewton推出的自适应课件Alta针对不同学生情况规划不同学习知识点与路径示意，针对国内K12学科辅导的松鼠AI等

来源：北京师范大学智慧学习研究院、腾讯研究院、腾讯教育《2019中国区域数字学习指数报告》

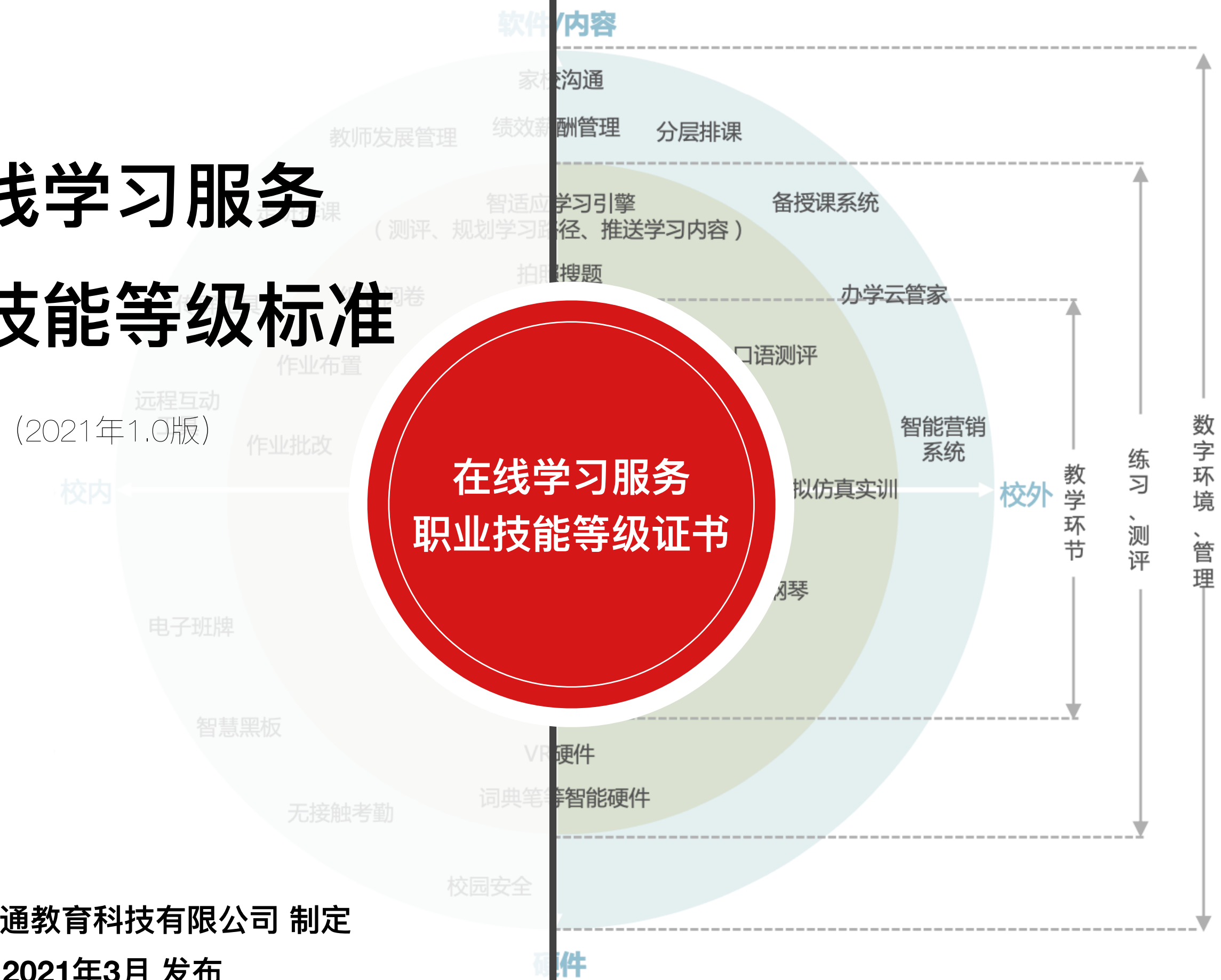
科技在教育领域持续纵深

从管理到教学，从职业培训、K12到素质教育，基础设施不断完善，共识逐步形成，科技持续纵深至教育的各个场景



来源：艾瑞咨询《2020年中国在线教育行业研究报告》

在线学习服务 职业技能等级标准



北京国人通教育科技有限公司 制定
2021年3月 发布

- 能否反映教育行业/企业最新技术技能发展水平?
- 能否适应不同教育领域或商业模式的差异?
- 能否符合不同层次院校教学规律?
- 能否赢得供需两端广泛认可?

在线学习服务职业技能等级标准（2021年1.0版） 架构概览

在线学习服务职业技能标准	初级	中级	高级
工作领域	<p>主要面向体制内的学校/政府、体制外的教育行业企业/机构，从事“以程序型在线学习服务为主，指导学习者学习”的各类工作岗位（群）。包括但不限于“课程顾问”、“课程咨询”、“课程销售”、“辅导老师”、“助教”、“班主任”、“学习顾问”和“学管师”等</p>	<p>主要面向体制内的学校/政府、体制外的教育行业企业/机构，从事“以经验型在线学习服务为主，指导学习者学习，并懂得质量测评和管理”的各类工作岗位（群）。包括但不限于“课程顾问/咨询/销售主管”、“教学督导”、“辅导老师主管”、“班组长”、“教务主管”和“管培生”等</p>	<p>主要面向体制内的学校/政府、体制外的教育行业企业/机构，从事“以专家型在线学习服务为主，指导学习者学习，并懂得服务设计、服务管理和服务创新”的各类工作岗位（群）。包括但不限于“资深课程顾问”、“高级咨询顾问”、“售前/售后服务经理”、“高级学习顾问”、“高级督导师”、“管培生”、“高级研究员”、“产品经理”、“服务体验设计师”等</p>
工作任务	<ul style="list-style-type: none"> 在线学习咨询服务 在线学习辅导服务 在线学习社群服务 	<ul style="list-style-type: none"> 教学督导 数智化教学辅导 质量测评 	<ul style="list-style-type: none"> 服务管理 服务设计 服务创新
职业技能要求	共50个技能点，详见《标准》	共43个技能点，详见《标准》	共38个技能点，详见《标准》

标准在架构设计和等级划分上主要考虑以下三点：

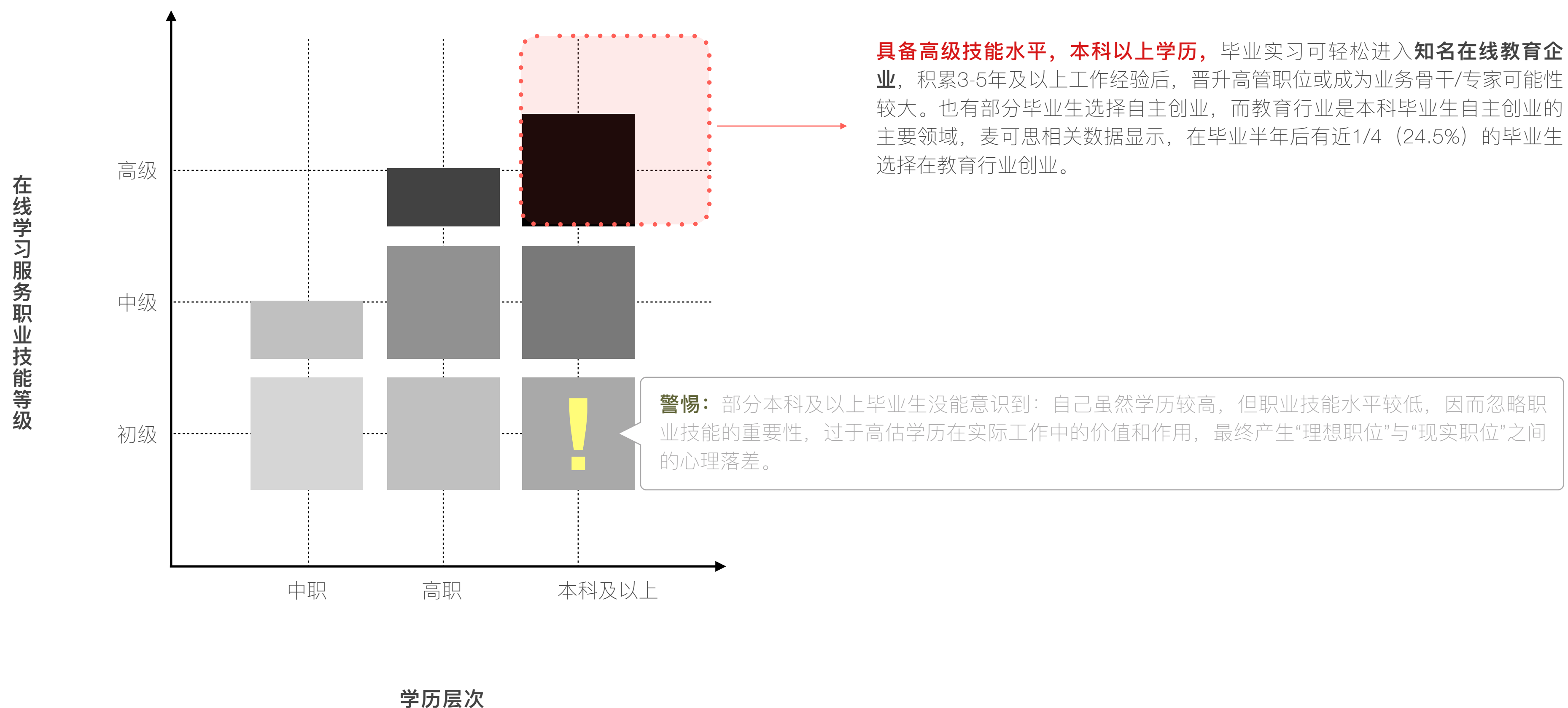
与岗位（群）层级相对应（初级职员到高级职员），每个工作领域都是一个可就业的最小技能单元。如“初级”第1个“工作领域”为“在线学习咨询服务”，适合“课程咨询”、“学习顾问”等岗位（群），以此类推；

与技术复杂程度和技能熟练程度相适应（从生手、熟手到专家），具体以“需求分析”为例，初级“在线学习咨询服务”侧重于针对学习者个人的“学习需求分析”，属于定性研究；中级则在定性研究的基础上增加了定量研究任务，即质量测评中的“学情数据分析”；到了高级，应理解人工智能技术原理，通过用户研究与智能数据分析得出有助于管理、设计和创新的结论，持续改进，不断提升服务体验；

与“1”的层次相衔接（从中职、高职、到本科），目前看来，虽然大中型在线教育企事业单位相关岗位员工实际以本科学历居多，但是中、小、微企业“课程销售”与“在线客服”岗位并不排斥真正具备专业技能的高/中职学生。另外，这可能也将是解决在线教育行业人员流动性居高不下及相关问题的有效方式之一：以学历层次和职业技能等级叠加效应，适当干预毕业生心理预期，使其不因过高或过低的自我评估而盲目试错，导致频繁跳槽。

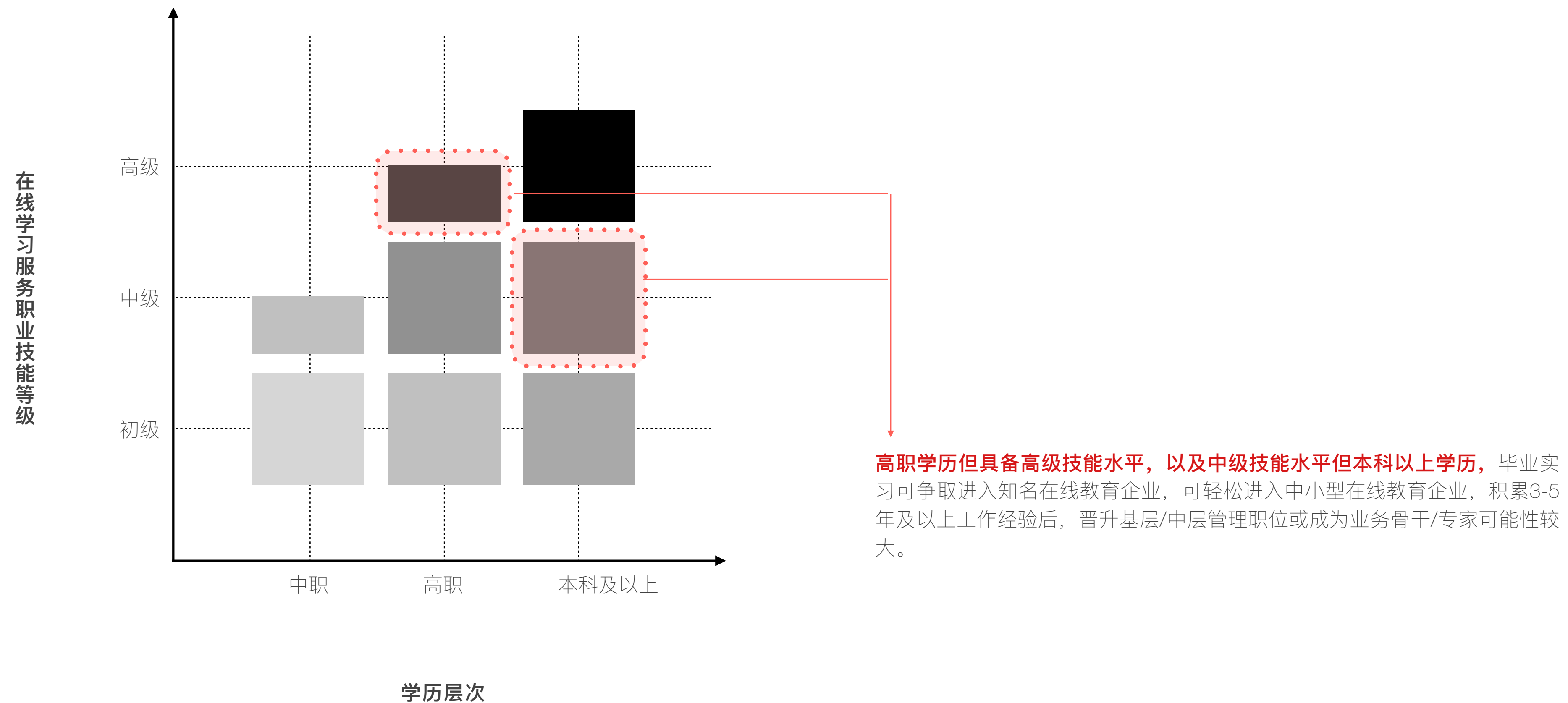
在线学习服务职业技能等级与学历叠加效应

参考依据：社会科学文献出版社就业蓝皮书《2020年中国本科生就业报告》



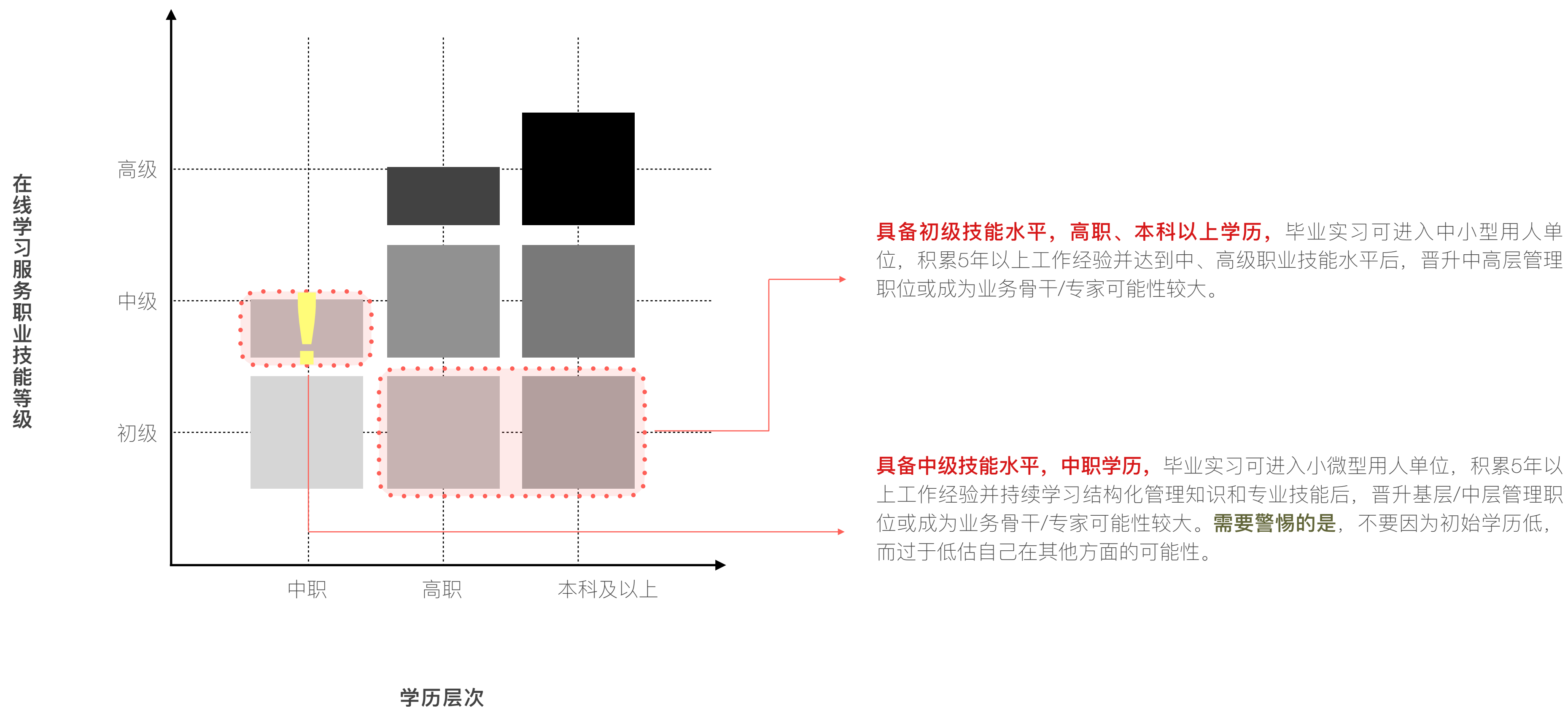
在线学习服务职业技能等级与学历叠加效应

参考依据：社会科学文献出版社就业蓝皮书《2020年中国本科生就业报告》、《2020年中国高职生就业报告》



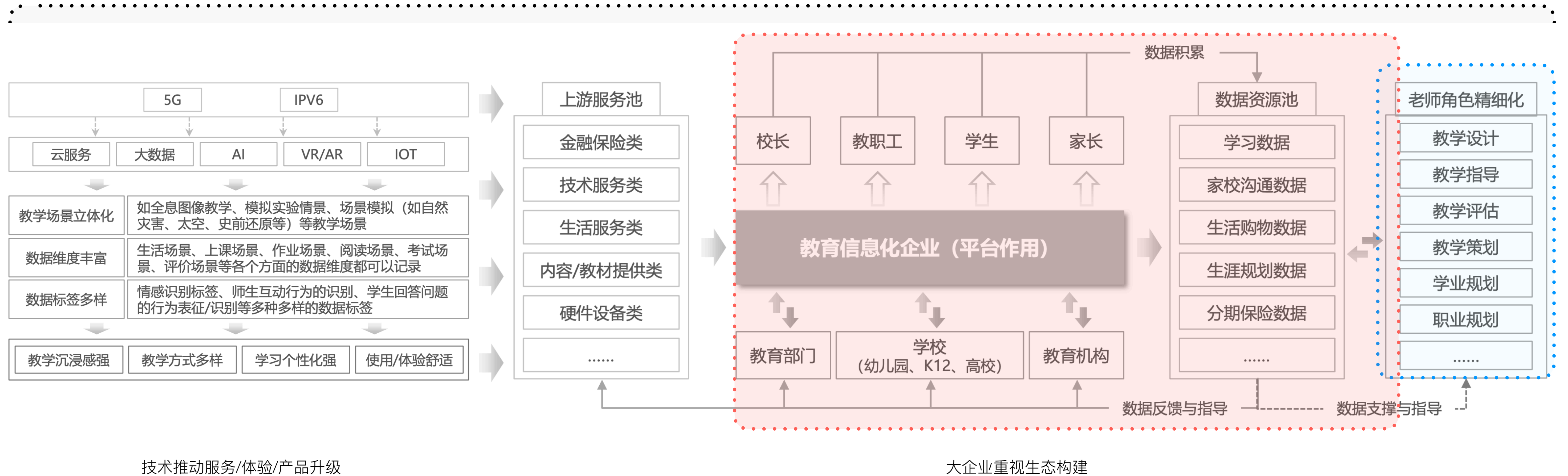
在线学习服务职业技能等级与学历叠加效应

参考依据：社会科学文献出版社就业蓝皮书《2020年中国本科生就业报告》、《2020年中国高职生就业报告》

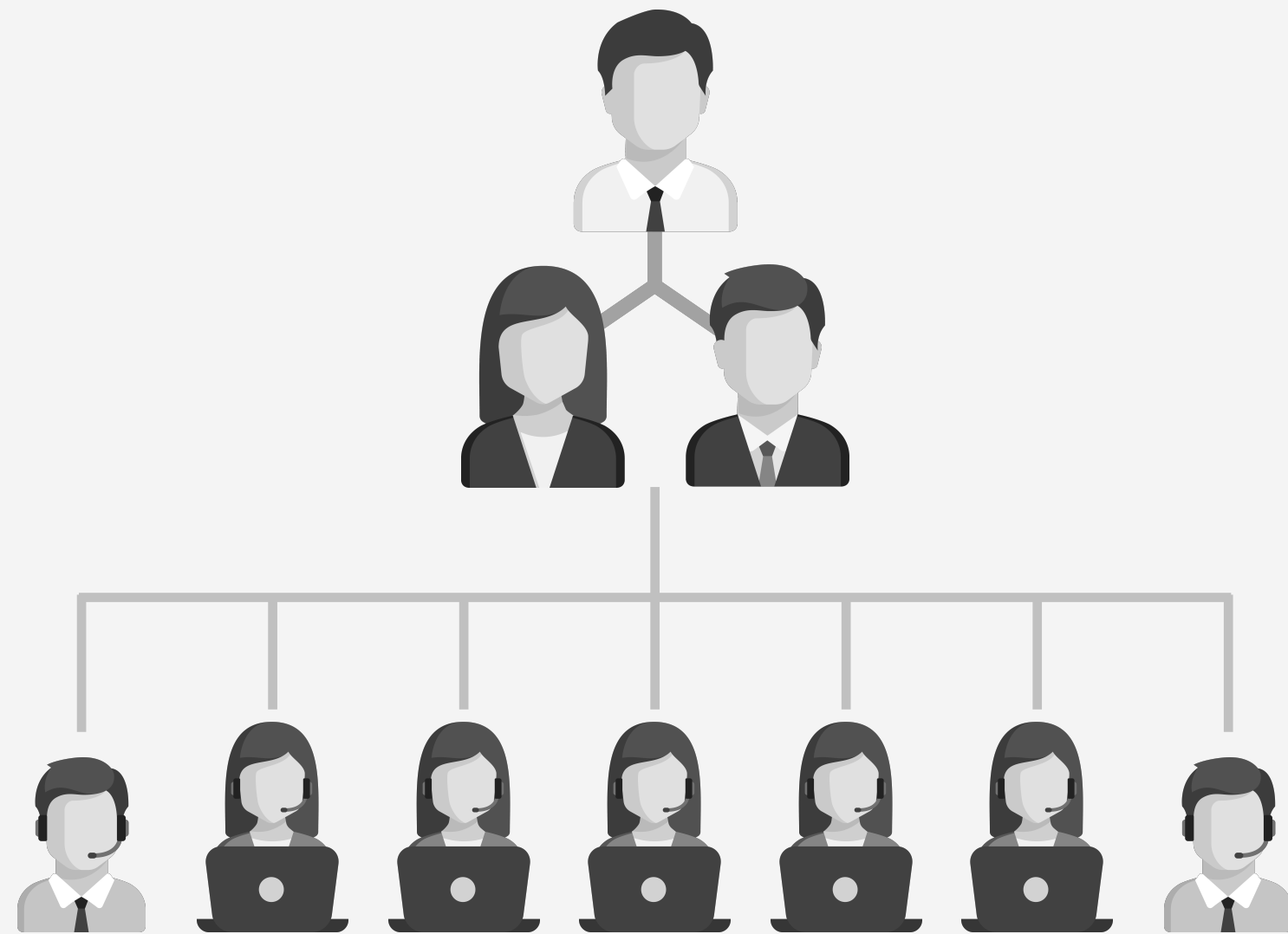


示例：“在线学习服务职业技能等级要求”在大企业中的应用

高级侧重于服务战略思考与体系规划；中级侧重于服务组织与管理；初级侧重于执行精细化分工任务



“在线学习服务职业技能等级证书” 与大企业职位层级的对应关系



高级侧重于服务战略思考与体系规划；

与之对应的职位有“高级产品经理（服务体验）”、“服务总监”、“咨询总监”等

中级侧重于服务组织与管理；

与之对应的职位有“教学服务主管/经理”、“产品经理（服务体验方向）”等

初级侧重于执行精细化分工任务；

与之对应的职位有“课程咨询”、“学习顾问助教”、“助教”等

2019联合国教科文组织发起“教育的未来”新倡议

不同地区、机构有各自特点，但能明显发现两个关键同性特点：

一是“教育”的视角越来越向“学习”转变，教育必须回归到“以学习者为中心”

二是重视科技与教育的深度融合，**以中国为例，全国在线学习指数与GDP的基本分布特征一致**，如下图所示



在线学习服务
大有可为

左图为“数字学习城市热力图”
来源于“中国区域数字学习指数报告2019”
该报告编制人为“北京师范大学智慧学习
研究院”、“腾讯研究院”、“腾讯教育”
编制时间为2019年12月



在线学习服务职业技能等级证书