

O e-learningu w odcinkach (cz.3). Jaka przyszłość e-learningu?

Kategoria: Edukacja, Kultura i Sport

Opublikowano: czwartek, 26, kwiecień 2012 00:00

Rafał Rudka

Odłony: 1937

Obszary, które zdaniem wiceprezesa TestByNet mają największy potencjał rozwoju, to takie, gdzie występują liczne zespoły sprzedażowe, gdzie występuje bezpośredni kontakt sprzedawca - klient, czyli np. bankowość, farmacja, ubezpieczenia. Drugim obszarem są sytuacje gdy występuje duża motywacja do podniesienia swojej wiedzy - np.: szkolenia językowe. W tych sytuacjach uczestnicy są gotowi samodzielnie opłacać takie szkolenia (wg raportu E-learning trends robi to ok. 24% użytkowników). Jakie więc perspektywy rozwoju ma e-learning w Polsce?

- Z naszych doświadczeń wynika, że obecnie najszybciej rozwija się część związana ze szkoleniami biznesowymi, szczególnie tam, gdzie wchodzi w rachubę zaznajomienie się rozproszonych zespołów sprzedażowych z obszerną wiedzą produktową i sprzedażową. Takim biznesem jest np. farmacja i szkolenie zespołów przedstawicieli farmaceutyczno medycznych, gdzie duże zastosowanie ma implementacja blendedlearningu (połączenia szkolenia z wykorzystaniem interaktywnych prezentacji na odległość ze szkoleniem stacjonarnym). To jest obszar, który zdiagnozowaliśmy w firmie TestByNet jako najbardziej perspektywiczny. Elementem ograniczającym ogólnospołeczny rozwój e-learningu jest poczucie, że wszystko co jest w sieci jest za darmo, więc e-learning też powinien taki być... W efekcie aż 60% osób deklarujących korzystanie z e-learningu deklaruje, że korzysta ze źródeł darmowych, a to jak łatwo się domyśleć nie może iść z jakością w parze.

Pytany o to na ile na skuteczność e-learningu, wpływ ma dobór odpowiednich rozwiązań technicznych, a na ile raczej umiejętność pokonywania barier mentalnych, oporów przed tą formą nauki wiceprezes TestbyNet odpowiada, że odpowiedź powinna zawierać oba te elementy, gdzie oba są równie istotne. - *Z jednej strony bariery mentalne są bardzo silne i dlatego wydaje się, że ze względu na te obawy tylko 12% użytkowników internetu deklaruje korzystanie z e-learningu. Drugim elementem jest jakość oferowanych usług. Aby e-learning był atrakcyjny powinien być jak najbardziej interaktywny, zawierający elementy grywalizacji, ale to jest możliwe w sytuacji gdy użytkownicy będą gotowi zapłacić za jakość, choćby taką jaką oferuje TestByNet, czy inne platformy autorskie na rynku – mówi Marcin Wilk. Nadziej napawa go fakt, że jeśli ktoś już skorzystał z kursów elearningowych to spełniał on jego oczekiwania aż w 80% (wg raportu E-learning trends)*

O tym, że jakość kursów e-learningowych jest ważna mówi również Agnieszka Chrzęszcz, Zastępca Dyrektora Centrum e-Learningu AGH. Podkreśla jednocześnie rolę dopasowania formy kursów do treści. - *Wszystko zależy od tego, do kogo kierujemy materiały edukacyjne i jaki jest cel tych zajęć. Nie każdy kurs musi być multimedialny, stworzony przy użyciu zaawansowanej technologii. Często dużo istotniejsza niż forma - jest merytoryczna treść materiałów. Co nie znaczy, że atrakcyjna forma nie jest również potrzebna. Kolejną rzeczą jest łatwa dostępność kursów. W związku z czym sferą, która będzie się, jej zdaniem na pewno w przyszłości szybko rozwijać będzie np. mobilny dostęp do e-learningu. Istotne zmiany może spowodować wchodzenie na rynek e-podręczników.*

W sumie jednak, jak dotychczas nasze doświadczenia z e-learningiem wydają się być dosyć skromne. Szybki rozwój specjalistycznych serwisów ukierunkowanych szczególnie na wspieranie przedsiębiorczości zawdzięczamy w ostatnich latach w głównej mierze inicjatywom współfinansowanym z funduszy europejskich. Niezłe rozwijała się też sfera usług związanych z nauką języków obcych. Jednocześnie mniej rozwinięte niż w Europie Zachodniej czy w Stanach Zjednoczonych są w Polsce te dwa kierunki, które tam stanowią najważniejszą część rynku - szkolenie pracowników w dużych korporacjach oraz systemy e-learningowe tworzone przez wyższe uczelnie. O tym jak szybko rosną te segmenty rynku świadczy to, że budżety dużych firm na te cele wzrosły w 2010 r. o ok. 30% w porównaniu z poprzednim rokiem, a e-learning stał się drugą pod względem popularności metodą

O e-learningu w odcinkach (cz.3). Jaka przyszłość e-learningu?

Kategoria: Edukacja, Kultura i Sport

Opublikowano: czwartek, 26, kwiecień 2012 00:00

Rafał Rudka

Odsłony: 1937

szkoleniową (po szkoleniu z trenerem). Światowy rynek e-learningu wyceniany jest na około 50 miliardów euro (dane za raportem E-learning trends 2011).

W Polsce tego typu boom na rynku jest jeszcze przed nami. O ile w przypadku firm można spodziewać się, że zmiany mogą być stosunkowo szybkie – takie rozwiązania wprowadzane będą przez obecne w Polsce międzynarodowe korporacje (do pewnego stopnia już widać ich zapowiedzi, takie jak chociażby coraz powszechniejsze webcasty, np. otwarte dla uczestników z zewnątrz konferencje i warsztaty organizowane w sieci przez Deloitte), o tyle rozwój akademickiego e-learningu na razie stoi pod znakiem zapytania. To czy i jak szybko będzie się on rozwijał będzie głównie zależało od tego czy polskie uczelnie wykażą się w tej dziedzinie wystarczającą otwartością i zdecydują się w e-learning zainwestować.

Źródło: www.pi.gov.pl, autor: Krzysztof Orłowski