

RADIOGRAFÍA

El 'e-learning' gana cada vez más adeptos

La flexibilidad horaria y geográfica, el uso de metodologías interactivas, las instituciones profesionalizadas y el seguimiento tutorizado de los alumnos han propiciado que este sector no pare de crecer

En España, según los últimos datos del Ministerio de Educación, algo más de 122.000 alumnos estudian Bachillerato y Formación Profesional sin ir a clase. En lo referente a la educación superior (grado y posgrado), hay 228.500 matriculados en universidades no presenciales. Al otro lado están los que sí se sientan en pupitres: 1.364.000 y 1.300.000, respectivamente.

Estas cifras oficiales no filtran lo suficiente como para saber exactamente cuántos estudiantes optan por la formación *online* en España, pero ajustan el foco para ponerle datos a este sector. Hay que sumar, además, a los que usan internet para estudiar idiomas, cursos específicos, títulos propios y *moocs* (masivos y en abierto), entre otras opciones.

Un estudio de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR), elaborado por Gad3, recoge que el segmento *online* en el estudio de grados ha aumentado un 5%, mientras que en el de másteres el incremento es mucho más significativo y alcanza el 26%. Según este mismo informe, desde el año 2000 la formación por internet ha crecido un 900% a nivel mundial y el futuro, dice, presenta números halagüeños.

TENDENCIAS

En concreto, adelanta que para el presente curso escolar, los másteres *online* supondrán el 26% del mercado español y que en sólo cinco años, el *e-learning* moverá en to-

MAR MUÑIZ

do el mundo algo más de 200 billones de euros. La presencia del móvil adquirirá gran protagonismo y su uso con fines formativos crecerá hasta un 36%.

«La tendencia del mercado actual es de aumento en el número de alumnos que estudian *online*», afirma Rubén González Crespo, director de la Escuela Superior de Ingeniería y Tecnología de la UNIR, universidad privada y 100% *online*. «La oferta académica es cada vez más cercana a la empresa y la relevancia de los títulos entre alumnos nacionales e internacionales es cada vez mayor. Por otro lado, las universidades tradicionales están animándose a salir al mercado virtual y a aumentar su catálogo formativo en esta línea», añade.

Frente a los que pudieron creer que el crecimiento de la formación

profesional, su carácter global y la evolución de las tecnologías de la información», añade Sancha.

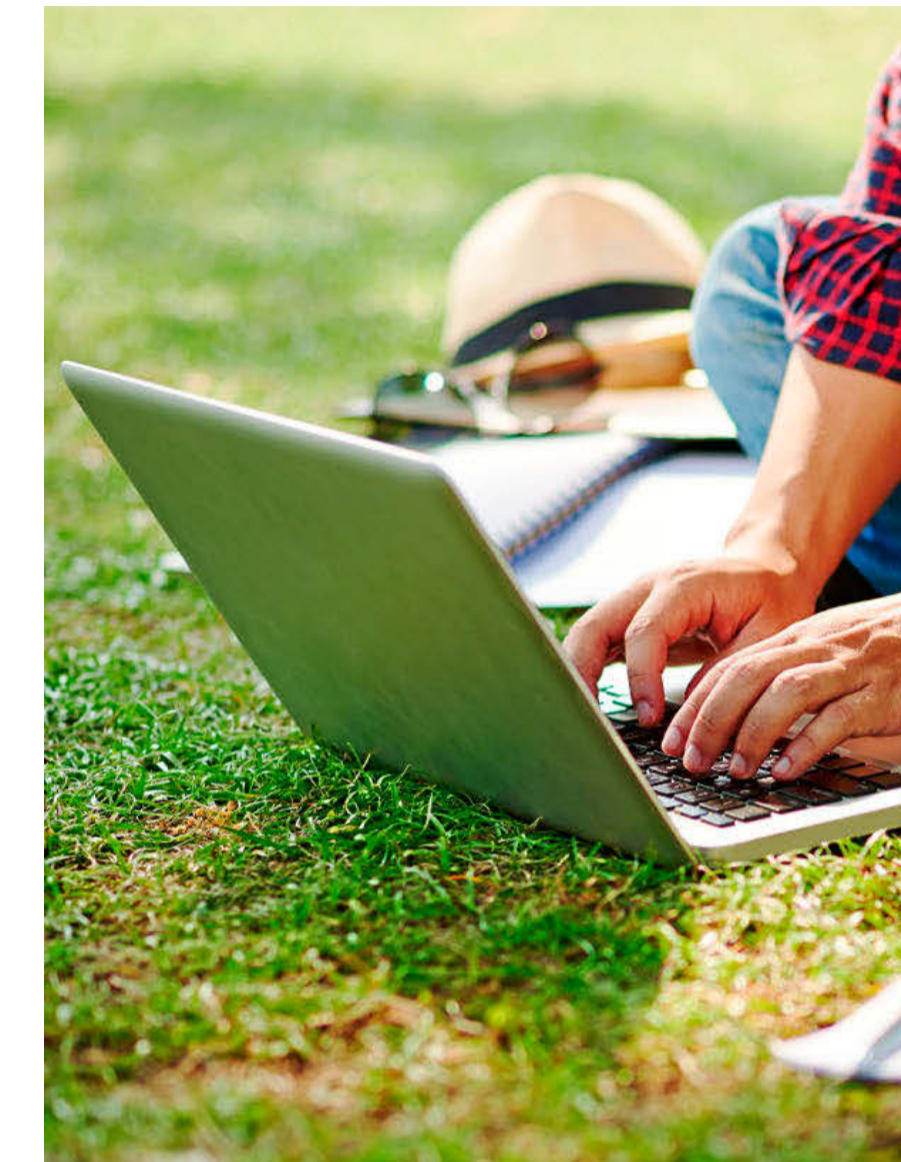
Esta vía para formarse, además, «cubre un perfil de alumno que difícilmente podría estudiar de otra manera», dice González. De hecho, la edad media de los estudiantes de la UNIR alcanza los 34 años. «Es evidente que la oferta y la demanda *online* aumentarán cada vez más, pero creo que cierto tipo de formación seguirá siendo presencial, sobre todo en el perfil más joven del alumnado y en la enseñanza más experimental», matiza.

HERRAMIENTAS

Joost Van Nispen, presidente del ICEM, Instituto de Economía Digital de ESIC, añade: «El futuro está en la digitalización de la formación, que no es lo mismo que la formación *online*. La formación convencional está incorporando herramientas digitales, como vídeos y *webinars*, y estamos en un momento de convergencia. En el futuro el *blended learning* [semipresencial] será la norma».

La formación a través de internet se vehicula a través de herramientas que están en constante evolución. Los LMS (Learning Management System) son, precisamente, plataformas creadas para la gestión óptima del aprendizaje *online*. «Algunos integran áreas de debate, bibliotecas con recursos digitales, espacios colaborativos donde trabajar en grupo y/o herramientas para realizar videoconferencias sincrónicas con multitud de participantes», explica Sancha, de OBS Business School.

A estos instrumentos básicos se añaden todas las posibilidades que



PRESTIGIO. Los expertos dicen que, aunque algunos rankings educativos no la contemplan aún, la formación 'online' tiene tanto prestigio como la convencional gracias a sus programas, a su metodología y a las competencias de sus alumnos (trabajo en entornos globales, en equipo, multidioma, etc.). / DRAGON IMAGES

Según OBS Business School, en dos años el 50% de la educación superior será 'online'

online era una burbuja, las previsiones apuntan lo contrario: «Es el futuro en una sociedad global y cada vez más avanzada tecnológicamente. Un estudio realizado por OBS Business School estima que en dos años el 50% de la educación superior se impartirá con metodología 100% *online*», dice Cristina Sancha, directora académica del Área de Sistemas y Operaciones de OBS Business School.

«Las razones? «La facilidad para compaginar formación y vida pro-

ofrece la nube. «Los grandes fabricantes de *software* ya tienen sus herramientas para trabajar de manera colaborativa (procesadores de texto, hojas de cálculo, retoque de imagen, desarrollo web, programación, gestión empresarial, simuladores...), por lo que las posibilidades del trabajo descentralizado y la formación deslocalizada son cada vez mayores», añade González Crespo, de la UNIR.

El recorrido de la formación *online* en España ronda las dos déca-

das. «En 1994 nació la UOC (Universitat Oberta de Catalunya), que no sólo fue pionera en España sino en el mundo. Desde entonces, ha habido muchas transformaciones», explica el director del eLearn Center de la UOC, Lluís Pastor.

En su opinión, la evolución en las herramientas marca la diferencia entre unas instituciones educativas y otras: «Hay algunos que siguen haciendo materiales en Pdf y hacen cursos de seguimiento al alumno basados en el registro de



Tu universidad **online**

Grados y Másteres oficiales

HASTA UN **20% DE DESCUENTO**

www.ui1.es



ÚLTIMAS PLAZAS // // Más información en www.ui1.es

Universidad Isabel I



Programas 'in company' adaptados a cada empresa

Si una de las ventajas indiscutibles de la formación 'online' es la total flexibilidad de horarios y lugar de aprendizaje, las empresas han visto en ella una vía óptima para formar a sus empleados. Joost Van Nispen, presidente del Instituto de Economía

Digital de la escuela de negocios ESIC, explica: «Este tipo de formación es eficiente y transportable. Si una compañía, con 20 oficinas en cinco países del mundo, tuviera que recurrir a la formación presencial, sería muy caro y muy difícil». Por

eso, las instituciones educativas tienen divisiones exclusivas con programas dirigidos sólo al segmento de la formación 'in company', una vía de negocio clave para ellas. «Tenemos un fondo de conocimientos basados

en contenidos y metodologías que podemos adaptar a las necesidades específicas de una empresa y hacerle un traje totalmente a medida. Además, está la ventaja de que podemos facilitar la formación en idiomas diferentes», añade.

su paso página a página. Esto es muy anticuado y se hacía antes. Es como leerse un manual en pantalla», explica Pastor. «Otros se han quedado en las clases magistrales grabadas en vídeo que ponen a disposición de los estudiantes. Los centros vanguardistas tampoco están ya en ese punto», dice.

La clave, a su juicio, pasa por la reingeniería de la educación. «En la era de la información, no podemos repetir lo que la universidad empezó a hacer en el siglo XI». Por eso, el profesor no debe irradiar información, porque esta está ya re-

de la seguridad en el acceso a la universidad mediante móvil», explica Rubén González Crespo.

Por su parte, desde la UOC apuestan también por la creación de contenidos: «Tenemos una editorial con 18.000 títulos cuyos textos están pensados para ayudar a transmitir conocimientos. No son *power points*. También hemos puesto en marcha una productora audiovisual con más de 2.000 programas de televisión. Lo hacemos de un modo profesional y casi industrial. Hemos hecho de la formación *online* un auténtico sector productivo», dice Lluís Pastor, de la UOC.

Según datos del Ministerio de Educación, la tasa global de abandono y cambio de estudio en grados es del 35% en universidades presenciales y del 70% en no presenciales. Con respecto a los másteres, las cifras son

un 28% y un 60%, respectivamente.

Que el estudiante no abandone su formación es vital para las instituciones del sector. «Ponemos al alumno en el centro sobre todo con la ayuda del análisis de datos. Apostamos totalmente por su seguimiento individualizado», dice Joos Van Nispen, de ESIC. «En las buenas plataformas es posible monitorizar su evolución. Así, si vemos que un alumno repite tres veces una lectura y luego no contesta bien a una pregunta relacionada, podemos sugerir otras lecturas y ejercicios a través de un tutor digital. En esto juega un papel fundamental la inteligencia artificial», concluye.

«En el caso específico de la formación *online* de posgrado, que es la que ofrecemos en OBS Business School, el riesgo de abandono es mayor por el perfil profesional de nuestros alumnos. La mayor parte tiene un perfil directivo y combina sus estudios con responsabilidades laborales y/o familiares», dice Cristina Sancha. «Por eso, contamos con la figura del *program manager*, un tutor que realiza un seguimiento del rendimiento del alumno. Esto nos permite identificar posibles casos de abandono y gestionarlos con el tiempo necesario para garantizar que el alumno pueda completar sus estudios de manera satisfactoria», explica.

Dos retos clave hoy son optimizar el acceso a través del móvil y los tutores digitales

cogida en manuales, artículos, webs... «El profesor es un *coach* que sigue a cada estudiante, le ayuda en su aprendizaje y le evalúa, no con exámenes, sino con tareas que demuestran lo que sabes hacer», explica el director del eLearn Center de la UOC.

Otro de los cambios fundamentales lo constituye el lugar de aprendizaje. «Con los LMS el sitio para aprender es donde está el estudiante, y a él puede acceder con el móvil, el ordenador, la tableta...».

DIFERENCIACIÓN

Desde esa perspectiva, los centros especializados en formación *online* mueven ficha para innovar en sus herramientas y diferenciarse de sus competidores en el sector. Optimizar la adaptación a los *smartphones* y mejorar el reconocimiento de la identidad de los alumnos son otros retos en los que se está invirtiendo.

«Una de las líneas de investigación clave de la UNIR es TEL (Technology enhanced learning), con el que hemos desarrollado tutores virtuales, sistemas de recomendación de itinerarios de formación y sistemas de interacción en entornos virtuales a través de entornos inmersivos. Dos ejemplos son el Museo Virtual, en el que los alumnos de Bellas Artes pueden exponer sus obras digitales, y la mejora



TELVA & YO
studio

moda & belleza

informacion@escuelaunidadeditorial.es
Tel. 91 443 51 67
inscripción online:
www.escuelaunidadeditorial.es

cursos online 2017

- Coaching de estilo y Personal Shopper
Inicio del curso: 3 de octubre
- Organización y Gestión de Eventos de Moda
Inicio del curso: 9 de octubre
- Coolhunting digital y análisis de tendencias
Inicio del curso: 16 de octubre

Tu pasión...
tu profesión

ESCUELA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DE UNIDAD EDITORIAL

CEU
Universidad San Pablo