



CRITERIOS DE EVALUACION DE PLATAFORMAS Y TECNOLOGIAS PARA LA FORMACION VIRTUAL

Autor: Tomás Iriondo

Organización: GAIA

Resumen Ejecutivo

La Formación Virtual da paso a una nueva era en el mundo de la educación.

El objeto del presente informe es recopilar el estado del arte sobre la Formación Virtual y elaborar un análisis de las tecnologías y metodologías existentes para este nuevo entorno de aprendizaje. Como resultado de este análisis, se diseñará un modelo de referencia para la puesta en marcha de actuaciones de Formación Virtual, identificando los medios técnico-didácticos que la soportan: plataformas, contenidos digitales, herramientas, estándares y servicios.

Para esta labor se ha desarrollado una primera parte destinada a presentar la Formación Virtual, sus características, condicionantes y situación, para en una segunda parte, desarrollar las pautas a considerar ante el reto de lanzar un programa de Formación Virtual, identificando los diferentes actores que en el intervienen.

Finalmente, se recogen una serie de anexos donde se amplía información referente a determinados agentes específicos: plataformas, estándares, herramientas, etc.

Introducción

Desde el nacimiento de Internet se ha venido trabajando en el lanzamiento de nuevos servicios telemáticos, que utilizando este nuevo canal de comunicación, permitan obtener mejoras competitivas para la prestación de servicios que en su forma tradicional "real o presencial", tienen limitaciones de tiempo y espacio.

La formación no ha quedado al margen de esta reflexión, por lo que en los últimos años se ha trabajado en la elaboración de metodologías, plataformas, herramientas, y servicios que posibiliten una enseñanza y capacitación más eficaz y personalizada para cada ciudadano. Durante este proceso, se han investigado y desarrollado múltiples formatos y modelos que adecuan la formación al entorno Internet, y mejoran las prestaciones de los servicios, cursos y contenidos al cliente final.



La creciente proliferación de tecnologías para la Formación Virtual (plataformas, herramientas de autor, servicios, etc.) conlleva una desorientación para las personas y organizaciones que desean disponer de soluciones telemáticas para su capacitación. También se ven afectadas por esta desestandarización las organizaciones que identifican oportunidades de negocio en la prestación de servicios de Formación Virtual.

Es por ello necesario establecer criterios para la evaluación de las tecnologías que nos ayuden a seleccionar las alternativas más acordes con los intereses y objetivos identificados. La aplicación de estos criterios posibilita al usuario conocer las opciones existentes y seleccionar la que mejor se adecue al proyecto a desarrollar.

Por otro lado estos conceptos permiten a los desarrolladores de plataformas identificar nuevas áreas de mejora que perfeccionen la solución creada en función de los mercados objetivo a los que se dirigen.

También se evidencian tendencias en la aplicación de la Formación Virtual identificando algunas de las soluciones de mercado existentes a nivel internacional.

Otra área de estudio muy importante son las tecnologías vinculadas al desarrollo del contenido dentro de las plataformas virtuales "digitalización del conocimiento", etapa del proceso de prestación del servicio de Formación Virtual que condiciona la calidad y reconocimiento del servicio, y su evolución en el tiempo. Una preocupación creciente de los desarrolladores de contenidos, es la necesidad de crear productos que sean multiplataforma, es decir que puedan albergarse en distintos entornos/servicios sin necesidad de adecuar-actualizar la información al entorno.

Formación Virtual

Definición

Se define por **Formación Virtual: al uso de las tecnologías (Internet, ordenadores, televisión, radio, ...)** como soporte al proceso de aprendizaje de las personas, donde estas, de forma no presencial, adquieren un protagonismo adicional por ser parte interactiva del proceso de aprendizaje.

El alumno accede a los tutores, materiales educativos, y demás información necesaria en su proceso de aprendizaje, a través de la tecnología, lo que le proporciona una independencia del tiempo y lugar desde el que se accede a la misma.

Algunos aspectos que caracterizan a la Formación Virtual son:

- La estructuración de la información en formato digital, uso intensivo de la multimedia.
- La experimentación a través de los recursos tecnológicos: laboratorios virtuales, prácticas, bibliotecas on-line, etc.
- La personalización del proceso formativo (tiempo, ritmos, ejercicios, ...).
- La evaluación y seguimiento, no presencial, del alumno.
- La adquisición de conocimientos mediante prácticas y simuladores.



Es por ello que la Formación Virtual precisa de un cambio frente a los modelos de aprendizaje tradicionales (presenciales), que incorpore las características del uso de las redes y la capacitación de las personas para la participación en este nuevo formato

Los agentes principales que intervienen dentro de la Formación Virtual son:

- ❑ El alumno, usuario remoto del servicio.
- ❑ El administrador del servicio, quien gestiona los recursos existentes y la distribución de los mismos.
- ❑ El tutor, que orienta y apoya al alumno de forma remota y personalizada.
- ❑ Los desarrolladores y prestadores del conocimiento o materia a impartir, quienes han plasmado sus conocimientos y saber hacer en un formato digital.

Fundamentos

- ❑ El alumno debe disponer de mecanismos para obtener una formación interactiva, aplicada y personalizada.
- ❑ También debe de disponer de herramientas que le generen referentes con la realidad del conocimiento adquirido (vídeo streaming, evaluación de habilidades, mejores prácticas, simuladores, acceso a documentación y bases bibliográficas, opción de participación en grupos de discusión y asistencia de expertos o referencias externas).
- ❑ El programa ha de ser adaptable y personalizable al alumno, por lo que los tiempos, prácticas, ejercicios, evaluaciones, pueden variar en función del perfil del alumno.
- ❑ El servicio se ha de prestar de forma ininterrumpida en un formato de 24 horas por 365 días.
- ❑ Debe implementar herramientas de monitorización y evaluación remota del alumno por parte de los tutores y administradores del servicio.
- ❑ Debe de proporcionar herramientas de interacción entre alumnos, y/o con grupos de discusión, expertos, etc.
- ❑ Debe de mostrar de forma gráfica e hipertexto, la información ofrecida.
- ❑ Debe de recoger las aportaciones de los alumnos durante el proceso formativo. Captar y compartir el capital intelectual.
- ❑ Debe reducir los costes del proceso de aprendizaje.
- ❑ Debe simultanear un número elevado de alumnos.



- ❑ Debe de cubrir las expectativas generadas, e ilusionar a los participantes. Debe de medir la efectividad y eficacia del proceso de aprendizaje.
- ❑ Debe ser independiente de las tecnologías. Sistemas abiertos y compatibles.
- ❑ El servicio formativo debe ser homologado, tanto en sus contenidos como en el proceso formativo.

Beneficios y Limitaciones

Beneficios

- ❑ Complementa la formación presencial.
- ❑ Genera nuevas oportunidades de creación de riqueza.
- ❑ Amplia el público objetivo.
- ❑ Reduce los costes de impartición.
- ❑ Reduce la brecha digital o diferencias socio-económicas entre países.
- ❑ Universaliza conocimientos y metodologías.
- ❑ Proporciona nuevas oportunidades de mejora personal y profesional a los alumnos.
- ❑ Reduce el tiempo de aprendizaje de las personas.
- ❑ Amplía considerablemente el material de trabajo y las fuentes de información.
- ❑ Genera cultura corporativa.
- ❑ Estructura y recoge el conocimiento Know-How existente.
- ❑ Apoya y sostiene el desarrollo de la Sociedad de la Información.
- ❑ Mejora las actitudes de las personas: retención, flexibilidad, destreza mental, comprensión, etc.

Limitaciones

- ❑ Existen barreras psicológicas, de tipo tecnológico, provocadas por el nuevo canal de comunicación y el uso de los equipos informáticos.
- ❑ Existen barreras culturales por falta de conocimiento de los modelos de Formación Virtual y la ruptura que estos suponen frente a la formación tradicional.
- ❑ Falta de formación de los educadores en Formación Virtual y sus modelos de implementación.
- ❑ Existen prejuicios y aptitudes contrarias sobre los modelos de compartición de la propiedad intelectual.



- ❑ Legislación incipiente sobre derechos y responsabilidades de los servicios telemáticos (fiscalidad, derechos de autor, criminalidad, etc.).
- ❑ Infraestructuras deficientes con accesos lentos y caros. Deficiente capilaridad de las redes. Banda estrecha.
- ❑ Falta de medios en hogares. Parque de ordenadores escaso y obsoleto con poca conectividad a Internet.
- ❑ Baja presencia de la teleformación en los hábitos formativos locales. Escasa experiencia y bajo prestigio social sobre su valía y efectividad.
- ❑ Escasos contenidos digitales de calidad. La oferta es muy limitada y no existe material para formaciones avanzadas específicas.
- ❑ Numerosas experiencias negativas de Formación Virtual originadas por enfoques basados en los modelos presenciales, donde no se trabaja la motivación del alumno, ni el esfuerzo personal, lo que conlleva a la percepción de soledad y aburrimiento por parte de este.
- ❑ Pobre oferta tecnológica nacional con gran dependencia de soluciones exteriores.
- ❑ Falta de formación y conocimiento en los prescriptores de la Formación Virtual de las organizaciones.

<u>PROS</u>	CONTRAS
Personalización del servicio. El alumno elige la dedicación a cada uno de los módulos del programa formativo, el horario y el lugar desde el que accede al servicio.	La falta de interacción entre el profesor y el alumno de forma presencial hace que algunos alumnos entiendan el temario como un estándar poco flexible.
Amortización de la inversión. Una vez generados los contenidos y establecidas las infraestructuras, el coste de impartición es sustancialmente inferior al de la formación presencial.	El coste inicial de creación de contenidos y generación de infraestructuras es muy superior al de la impartición de un único curso. Por lo tanto, si no va existir repetición del mismo, no procedería el esfuerzo de digitalización y creación de la infraestructura.
Coste de acceso. No se producen pérdidas de tiempo, ni gastos por motivo de desplazamiento o acceso al curso.	No se obtiene un aislamiento forzado, como en el caso de la formación presencial, por tanto el alumno está sujeto a distracciones (teléfono, interrupciones, ...).
Mercado Público-Objetivo. El número de potenciales alumnos del curso se multiplica de forma exponencial. Está muy condicionado a los lenguajes en los que se imparta.	Los contenidos están muy adaptados al propio entorno en el que se desarrollan, y focalizados a colectivos reducidos, pudiendo llegar a reforzarse las habilidades de éstos.
Genera cultura y hábito de trabajo remoto (teletrabajo), lo que supone un mayor número de oportunidades personales y profesionales. Modeliza la Gestión.	Pérdida de contacto personal y algunas percepciones sensoriales. Minoración del feedback.



Mercado

Situación de Mercado

Si analizamos la situación en el Estado, la cifra actual de mercado se cifra en torno a los 100-150 Millones de Euros.

El principal mercado actual de la Formación Virtual está en las empresas.

Actualmente en España, según un informe realizado por Global Estrategias, el 15% de las empresas utilizan formación on-line, estando previsto aumentar hasta un 60% en los próximos años.

El 65% de la Formación Virtual está previsto sea subcontratación externa a la propia organización, por lo que han de proliferar los servicios y contenidos existentes.

El primer estudio de formación on-line realizado en España revela también que menos de un 20% de las empresas no se han planteado incluir la Formación Virtual en sus planes de futuro.

Los modelos propuestos para la integración de la Formación Virtual en las organizaciones son a través del desarrollo de la intranet/campus que soporte los cursos on-line. Infraestructuras que en las organizaciones actualmente se utilizan, preferentemente, como herramientas de comunicación.

En la actualidad el mercado de los contenidos está dividido en dos grandes áreas con porcentajes de penetración similares: 50% Tecnologías de la Información y 50% Materias no Técnicas, de las cuales las Tecnologías de la Información ocupan una mayor presencia en la Formación Virtual. Principalmente por su vinculación con el medio y por la rápida obsolescencia del conocimiento.

El 43% de las empresas encuestadas manifiestan haber utilizado de forma puntual cursos virtuales para dar respuesta a problemas como: la dispersión de personal, la incompatibilidad de horarios y la reducción del periodo formativo.

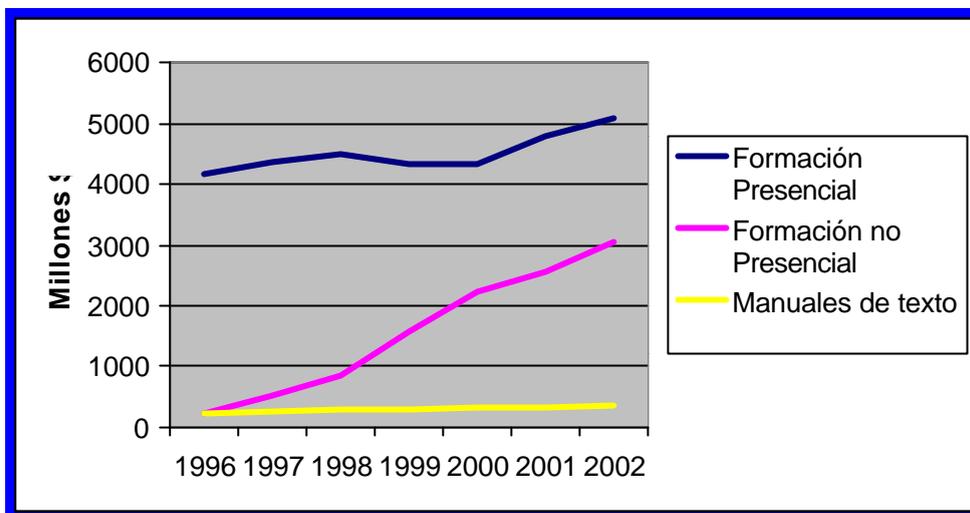
A nivel internacional, son los Estados Unidos y los Países Escandinavos los mayores consumidores de la Formación Virtual. Coincidiendo este dato con el mayor % de penetración de Internet y equipos informáticos por habitante.

Si analizamos el mercado Norteamericano, está previsto que anualmente se doble el negocio entorno a la Formación Virtual. Alcanzándose en el año 2003 la previsión de 11,3 Billones de Dólares.

El mercado Europeo actual se cifra en 1.250 Millones de Euros.

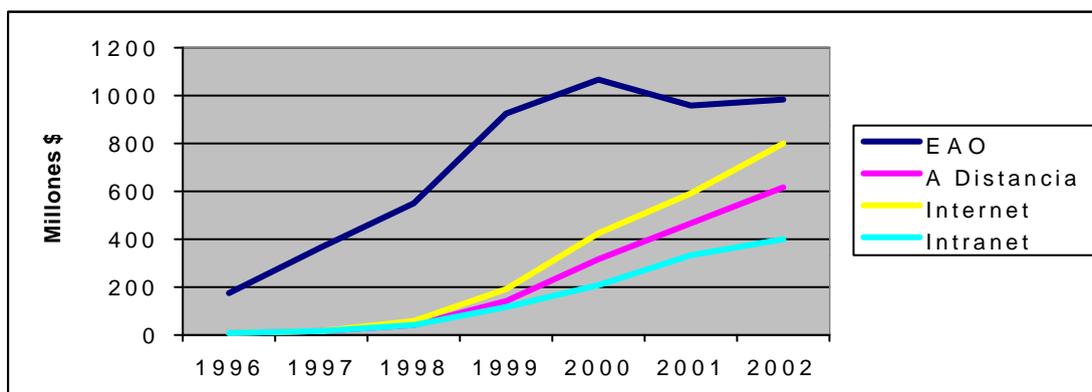
El mercado Latinoamericano se cifra entorno a los 1.100 Millones de Euros, de los cuales prácticamente el 50% se corresponden al mercado mexicano como país más desarrollado en el uso de la Formación Virtual.

Volumen de negocio (millones de ~\$) en Europa por estrategia de formación empleada



FUENTE: SRI Consulting and WR Hambrecht+Co.

Volumen de negocio (millones de ~\$) en Europa por método de formación empleado



FUENTE: SRI Consulting and WR Hambrecht+Co.

Perspectivas de Mercado

La tendencia creciente en la oferta de servicios telemáticos existentes en la red Internet, confirman el claro posicionamiento de la Formación Virtual como una de las tres principales áreas de negocio en Internet. Es por ello que en los próximos años van a proliferar la oferta de plataformas, servicios, contenidos y estándares, hasta alcanzarse una regulación en el mercado.

También se confirma la tendencia de que el gran mercado de la Formación Virtual, a corto y medio plazo, proviene del sector empresarial, formación continua, quedando como segunda fuerza de mercado la formación reglada, orientada a entorno ciudadano. A largo plazo, está previsto crezca la compartición de contenidos entre ambos mercados, lo que ya está ocasionando el posicionamiento

de empresas en la oferta de formación reglada y la aparición de instituciones educativas de carácter empresarial, quienes competirán por el mercado de la formación tradicional, tanto en reglada como en continua.

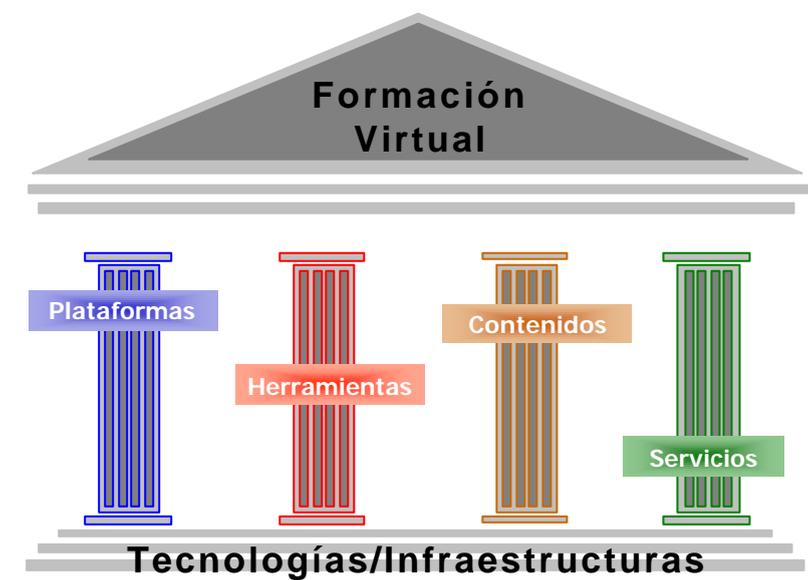
Según un estudio realizado por Gartner Group, los estándares, las infraestructuras y los servicios quedarán clarificados para mediados-finales del 2003, convirtiéndose a partir de esta fecha la labor de creación de contenidos digitales como el único protagonista de la Formación Virtual.

Con respecto al mercado Europeo, se prevé que para el año 2004, el mercado alcance un volumen de 5.000 Millones de Euros. Tan sólo en España, y según la Asociación Española de Formación on-line, está previsto que se supere la cifra de los 700 Millones de Euros en el año 2005.

Modelo de Referencia

La proyección de la Formación Virtual está condicionada por la evolución de las infraestructuras y las tecnologías que las soportan, es decir, se precisa de unos condicionantes de ancho de banda, calidad del canal de comunicación, interfaces usuario-máquina, equipos informáticos y tecnología de back-office para poder ofertar servicios de Formación Virtual.

La metodología propuesta para la implementación de un modelo de referencia que ayude a la toma de decisiones a organizaciones prestadoras de servicios de Formación Virtual, desarrolladores de plataformas, facilitadores o prescriptores de formación, desarrolladores de contenidos, y usuarios, se basa en el análisis y selección de los fundamentos que afectan a los cuatro principales factores que inciden en la idoneidad-calidad del servicio.



- ❑ **Plataformas (*aplicación informática que administra la impartición de la formación y el albergue de los contenidos*)**. Es esencial que el servicio esté basado en una plataforma que permita administrar e interraccionar usuarios, tutores y contenidos de manera que pueda ser evaluada la impartición del curso tanto de forma individual como agregada. Dentro de estas plataformas han de analizarse aspectos como la funcionalidad, el sistema pedagógico implementado, las tecnologías utilizadas (multimedia, video streaming, etc.), la combinación de modalidades síncronas y asíncronas en la impartición de los contenidos, la vinculación con herramientas de autor y posibilidad de generación propia de contenidos, los contenidos disponibles adecuados a la plataforma, las posibilidades de particularización y adaptación de los entornos a las especificidades de cada cliente, la fiabilidad y seguridad técnica del entorno, la existencia de servicios de mantenimiento y atención al cliente, la compatibilidad y uso de sistemas abiertos, la solvencia y solidez de la empresa desarrolladora, la adaptación al modelo de explotación del servicio (ASP, Intranet, Extranet) y las políticas comerciales del proveedor de la misma.

- ❑ **Herramientas (*soluciones software que permiten la digitalización del conocimiento y la simulación de entornos virtuales*)**. Estas herramientas están proliferando en los últimos años, consecuencia de que la mayoría de los conocimientos están fuera de los tecnólogos de la información, es decir, han de proporcionarse soluciones que faciliten la digitalización del conocimiento y el tratamiento de grandes volúmenes de información gráfica (vídeo, audio, textos) y estadística. En la elección de las herramientas han de analizarse aspectos como: la compatibilidad de los formatos resultantes con la plataforma, los formatos de explotación de la información, el tratamiento y gestión de formatos multimedia, la programación gráfica, la importación-exportación de información, los algoritmos de compresión de información, el peso de los contenidos desarrollados, las soluciones de interfaces con el usuario, y el tiempo de formación en el uso de la herramienta. Un aspecto esencial al que se ha de prestar especial atención, es que estas herramientas de autor puedan trabajar con formatos estándar, interpretables en múltiples plataformas.

- ❑ **Contenidos (*información en formato digital que representa el conocimiento en un área o materia*)**. Los contenidos son el núcleo principal de la Formación Virtual, y el mayor escollo para el desarrollo del modelo en los próximos años. Los contenidos son suministrados por todos los agentes, lo que genera expectativas de evolución en los próximos años muy superior al formato presencial. A modo de símil, indicaremos que los contenidos equivaldrían a los apuntes o libro en la formación tradicional, sin embargo la capacidad de diseminación, la riqueza de los formatos utilizados (multimedia), la posibilidad de interacción con el alumno, etc., hacen que estos vayan a proliferar de forma exponencial a la hasta ahora conocida. Dentro de los contenidos han de analizarse aspectos como: incorporación de simulación, vídeo, audio y herramientas gráficas, disposición de herramientas de autoevaluación y medición de la capacitación adquirida, el acceso a áreas prácticas o laboratorios virtuales, el sistema pedagógico implícito, la metodología didáctica, la navegación y estructuración del conocimiento, la calidad de los materiales, la renovación y actualización de la información, el catálogo de productos, la oferta de formación avanzada y/o complementaria, el uso de estándares, la interacción con el tutor, el prestigio del autor/es y la política de precios. Un aspecto inicial a considerar en la clasificación de contenidos sería la diferencia entre generales y específicos, considerando contenidos generales los que por su información y temas tratados son de carácter universal y que suelen hacer mención a tecnologías de la información, gestión, etc., y contenidos específicos los orientados a un segmento de mercado con necesidades propias de formación y capacitación.

- ❑ **Servicios (prestación telemática de Formación Virtual y actividades complementarias principalmente soportadas en una plataforma y con oferta de contenidos específicos).** En este factor se mezclan aspectos tecnológicos con los puramente formativos, y se precisa para su prestación de los conocimientos y resultados de los factores previos. Dentro de la prestación de servicios han de considerarse: la capacidad de implantación de planes de Formación Virtual, la transmisión de metodologías o modelos de referencia, la implementación de procesos de aprendizaje, la orientación en la conversión de formatos analógicos a digitales, la identificación de estándares y sistemas abiertos, la prestación de tutorías y personal especializado, la administración de plataformas en entornos concretos, la especialización por sectores, la capacidad de ofrecer diseño curricular, la identificación de las soluciones de mercado, la definición de perfiles, la elaboración de diagnósticos de necesidades de formación, elaboración de estudios de mercado, etc. En este caso, los potenciales clientes son la empresas, organizaciones y personas que tengan interés en recibir o desarrollar alguno de los factores relacionados con la Formación Virtual. Estos servicios han de facilitar, orientar, asesorar y administrar la implantación de la Formación Virtual en el conjunto de los agentes activos en el desarrollo de la Sociedad de la Información.

Otras Consideración

Es muy importante que las personas y organizaciones obtengan el conocimiento necesario para identificar correctamente los productos/servicios relacionados con la elección de plataformas, herramientas, estándares, contenidos y servicios.

Pero también es muy importante, y labor previa, el orientar correctamente la política y estrategia de la organización/persona con respecto a la Formación Virtual. Para ello identificamos a continuación algunas recomendaciones fruto del análisis de multitud de iniciativas no exitosas en el lanzamiento de programas de Formación Virtual:

- ❑ La Formación Virtual es el medio, NO el fin.
- ❑ La Formación Virtual tiene que apoyar y reforzar la formación tradicional.
- ❑ Debemos fascinarnos por la Formación de personas (capacitación/aprendizaje) a través de la red, no por las tecnologías.
- ❑ Debemos formarnos para no distanciarnos por el desconocimiento.
- ❑ Debemos asumir el esfuerzo y el coste, no es barato ni fácil.
- ❑ Exige un cambio organizacional, no la creación de una actividad paralela.

Bibliografía Formación Virtual

TÍTULO	FUENTE/AUTOR	FECHA
e-learning	Advanstar Communications	n.s
Tech Learn Trends	The Masie Center	n.s
Learning Circuits	ASTD	2001
Online learning Magazine	Online learning Magazine	2002
Learning and Decisions	Learning and Decisions	n.s
Eduventures	Eduventures.com	2002
Learning in the New Economy e-Magazine	Line Zine	2001
E-learning Post	Elearningpost	2000
Brandon-Hall	Brandon-Hall.com	n.s
Comunidad Virtual de Tecnología Educativa	Asociación para el Desarrollo de la Tecnología Aplicada para la Educación	2001
ASTD	ASTD Organización	1998
Foro Virtual Learnet	Foro Virtual Learnet	1999
Asociación eLearning española	AEFOL	n.s
E-learning: acortar distancias	ABC Nuevo Trabajo	11/04/2001
Los ejecutivos se pasan a la Red	Nueva Economía (El mundo)	10/07/2001
Todo aquera un futuro prometedor al e-learning	Gaceta de los Neqocios	10/08/2001
La formación por Internet cala en las empresas	Cinco Dias	09/29/2001
e-Learning: Aprendizaje a la velocidad de Internet	Jorae Rev Valzacchi	21/02/2001
Lluvia de ideas online	Jorae Rev Valzacchi	21/07/2001
Consideraciones sobre entornos virtuales de aprendizaje y la incidencia del estilo cognitivo de los usuarios	Teresa Queirel	21/02/2001
Aprender sin distancias	Josep M. Duart	n.s
Entornos de Formación Presencial Virtual y a Distancia	M. Gisbert, J. Adell, L. Anaya y R. Rallo	2001
Enseñar y aprender a distancia: ¿es posible?	E. Barberá, A. Badía y J. Mominó	05/2001
El futuro de la teleformación	Enrique Aliende	n.s
Formación y Nuevas Tecnologías: Posibilidades y condiciones de la Teleformación como espacio de aprendizaje	Carlos Marcelo García y José Manuel Lavié	n.s
La tutorización de cursos online y la diversidad (De cómo ser tutora a través de Internet y no morir en el intento)	Sales Ciqes, Auxiliadora	n.s
El profesor online: elementos para la definición de un nuevo rol docente	J. Adell y A. Sales	n.s
e-Learning: Winning approaches to Corporate Learning on Internet Time	Jay Cross	2002
e-Learning is not Knowledge Management	Verna Allee	2000
How e-Learning will transform education	Peter Stockes	13/09/2000
What's e-Learning like?	LGuide	n.s
-Learning: Beyond the Hype	LGuide	n.s
eLearning: la revolución de la formación	José Manuel Casado	29/04/2002
Educación tradicional Versus e-learning	Marta Ruiz Jadraque	18/03/2002
Virtualismo docente en la era del e-learning	Tomás Guillén	26/05/2002
Mucho de "e" y poco de "Learning"	Daniel Dron	18/02/2002
Claves de éxito y perspectivas de futuro en el elearning	David Puente y Carlos M.García	21/01/2002
E-formación o e-learning	Sebastián Barajas	20/01/2002
Expo e-learning 2002 muestra el óptimo estado de un mercado incipiente que empieza a despegar	Esther Macías	20/02/2002
La formación "on line" y sus mitos	Ricardo Fernández Díez de la Lastra	n.s
e-Learning: Strategies for Delivering Knowledge in the Digital Age	Marc Rosenberq	n.s
On-Demand Learning: Training in the New Millennium	Darin E. Hartley	n.s
The Web Learning Fieldbook : Using the World Wide Web to Build Workplace Learning Environments	Valorie Beer	n.s
The 2000/2001 ASTD Distance Learning Yearbook: The Newest Trends and Technologies	Karen Mantyla	n.s
Evaluation and Implementation of Distance Learning: Technologies, Tools and Techniques	France Belanqer, Dianne H. Jordan, Diane Jordan	n.s
Distance Learning Technologies: Issues, Trends and Opportunities	Linda K. Lau (Editor), Salomon Smith Barney	n.s
Online Education: Learning and Teaching in Cyberspace	Greg Kearslev	n.s
The Convergence of Distance and Conventional Education : Patterns of Flexibility for the Individual Learner (Routledge Studies in Distance Education)	Alan Tait (Editor), Roger Mills (Editor)	n.s
Online Teaching Guide, The: A Handbook of Attitudes, Strategies, and Techniques for the Virtual Classroom	Ken W. White (Editor), Bob H. Weight (Editor)	n.s
Creating the Virtual Classroom: Distance Learning with the Internet	Lynnette R. Porter	n.s
Interactive Distance Learning Exercises that Really Work!	Karen Mantyla	n.s
147 Practical Tips for Teaching Online Groups : Essentials of Web-Based Education	Donald E. Hanna, Michelle Glowacki-Dudka, Simone Conceicao-Runlee	n.s
Facilitating Online Learning : Effective Strategies for Moderators	Georqe Collison, Bonnie Elbaum, Sarah Haavind, Robert Tinker	n.s
Lessons from the Cyberspace Classroom : The Realities of Online Teaching (The Jossey-Bass Higher and Adult Education Series)	Rena M. Palloff, Keith Pratt	n.s
Teaching Online: A Practical Guide	Susan Ko, Steve Rossen	n.s
E-Moderating: The Key to Teaching and Learning Online (Open and Distance Learning Series)	Gilly Salmon	n.s
Distance Learning : The Essential Guide	Marcia L. Williams, Barbara Covington, Kenneth Paprock	n.s
Teaching and Learning at a Distance: Foundations of Distance Education	Michael R. Simonson, Sharon Smaldino, Michael Albright, Sus Zvacek	n.s
Foundations of Distance Education (Routledge Studies in Distance Education)	Desmond Keeqan	n.s
Web-Based Learning and Teaching Technologies: Opportunities and Challenges	Anil Aqarwal (Editor)	n.s
Instructional and Cognitive Impacts of Web-Based Education	Beverly Abbey (Editor)	n.s
Multimedia-Based Instructional Design : Computer-Based Training, Web-Based Training, and Distance Learning	William W. Lee, Diana L. Owens	n.s
Evaluation and Implementation of Distance Learning: Technologies, Tools and Techniques	France Belanqer, Dianne H. Jordan, Diane Jordan	n.s
Creating Learning Communities	Ron Miller (Editor)	n.s
Creating Learning Communities : The Role of the Teacher in the 21st Century	Mary Renck Jalongo, Stanley Munson Elam	n.s
Building Learning Communities in Cyberspace : Effective Strategies for the Online Classroom (The Jossey-Bass Higher and Adult Education Series)	Rena M. Palloff, Keith Pratt	n.s
Teaching Online	William A. Draves	n.s
E-learning: Que es y que elementos componen un proyecto	Neos Conocimiento y Aprendizaje	Octubre'01

[VOLVER AL INDICE TEMAS](#)