

e l m e j o r l u g a r p a r a a p r e n d e r

[www.wissen.edu.ec](http://www.wissen.edu.ec)



# Certificación en Formación para Educación Online

Septiembre - 2020

# AGENDA

## DÍA 1

Hora	Actividad
07:00-07:30 PM	Presentación Inicial
07:30-07:40 PM	Premiación Actividad e-Portofolio
07:40-08:30 PM	Presentación Tema 1
08:30-08:40 PM	Receso
08:40-09:00 PM	Presentación Tema 1
09:00-09:10 PM	Presentación Actividad 1
09:10-09:40 PM	Actividad 1
Asíncrona	Actividad 2 (Foro Día 1)

# 3.1 DISEÑO INSTRUCCIONAL PARA CURSOS ONLINE

**Rodrigo Padilla Verdugo**

Septiembre 2020

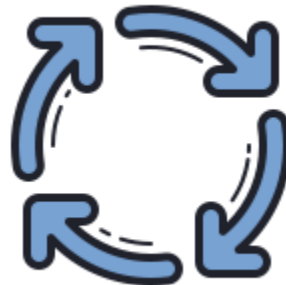
# Diseño Instruccional

- Término de origen norteamericano, iniciado en los años 1940's, teniendo como escenario la II Guerra Mundial (1941-1945)
- Tiene sus inicios en las necesidades de formación experimentado en la milicia de USA.
- En ese momento, el uso de videos y tecnología AV dominaban el escenario de formación, ya que se requería un proceso de instrucción rápido y efectivo.



# Diseño Instruccional

- Diseño Instruccional como un **proceso**:
  - Desarrollo sistémico de especificaciones instruccionales utilizando teoría instruccional y de aprendizaje
  - Proceso de análisis de necesidades y metas de aprendizaje para cubrir necesidades
  - Incluye desarrollo de materiales con actividades y evaluación en todas sus partes



# Diseño Instruccional

- ¿Porqué Diseño Instruccional?
  - Aprendizaje **adaptado a las necesidades** de los estudiantes
  - La instrucción es **planificada al detalle**, no hay lugar a la improvisación.
  - Crea una **disciplina y organización en el desarrollo** de contenidos.
  - La utilización de **técnicas pedagógicas está garantizada**.
  - **Comienza con el estudiante en mente y termina con él/ella**.
  - La **calidad de los materiales y la evaluación está garantizada**.
  - Uso apropiado de la **tecnología de acuerdo al target y a los objetivos de instrucción**
  - **Visión sistémica de todo el proceso** de instrucción

# Diseño Instruccional

- Organización requerida
  - Promotor/Cliente
  - Experto en contenido (SME)
  - Experto instruccional
  - Estudiante
  - Diseñador gráfico
  - Informático
  - Editor de contenido
  - Editor de audio y video
  - Web-máster
  - Gerente de proyecto

# Diseño Instruccional

- **Uso de estándares:**
  - SCORM: empaquetar todo el contenido en un archivo ZIP, junto a unos archivos propios del manifiesto SCORM que lo hacen intercambiable y fácil de seguir por las plataformas e-Learning
  - HTML5: Incorpora nuevas características para aplicaciones Web. No está atado a ningún proveedor y los materiales resultantes pueden publicarse y visualizarse en cualquier dispositivo o pantalla

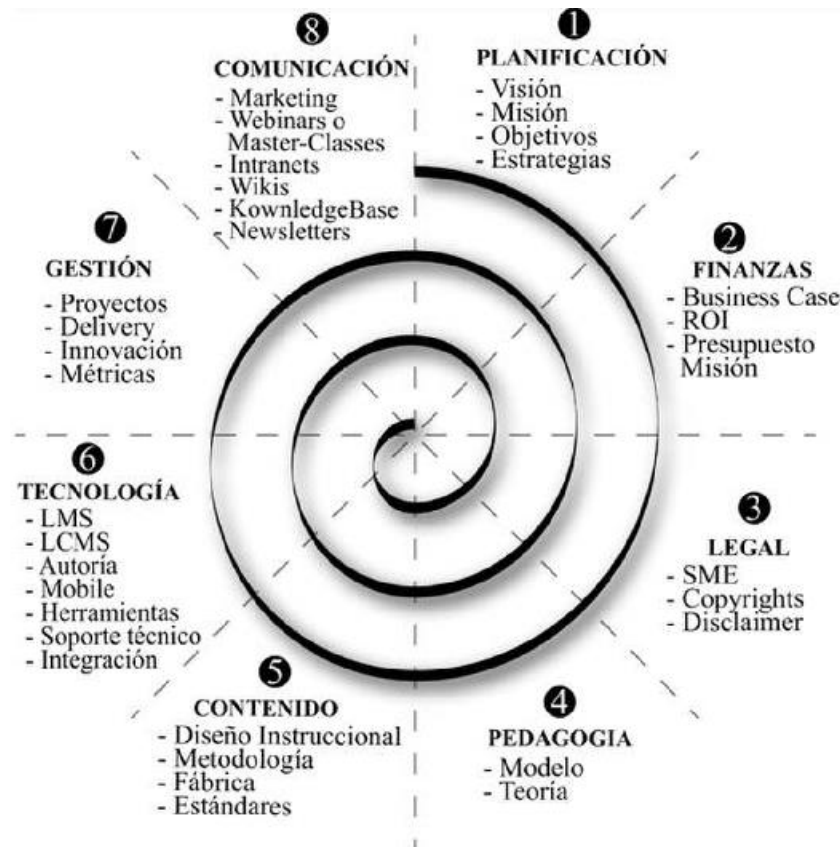


¿Qué es un Marco de Referencia o una Buena Práctica?

¿En qué se diferencia a una Norma ISO?

# Diseño Instruccional

- Modelos de Diseño Instruccional:
  - StrateLearning

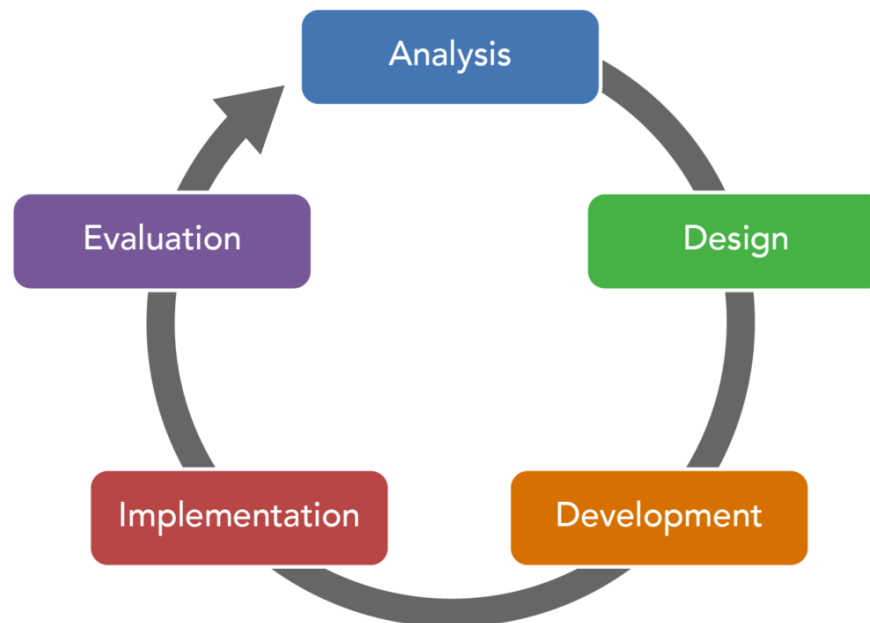


# Diseño Instruccional

- Modelos de Diseño Instruccional:

- Modelo ADDIE

- Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación
    - Es una de las más tradicionales y usadas del mundo, su aplicación, combinada con otras técnicas, suelen asegurar un curso de calidad.



# **Tema 1**

## **Marco de Referencia StrateLearning**

# StrateLearning

## Introducción

- StrateLearning es “marco de referencia” que sirve para:
  - Crear estrategias para la educación o formación online
  - Crear o desarrollar cursos o MOOCs
  - Empezar en el e-Learning
  - Crear un spin-off para una universidad o escuela de negocios
  - Añadir un componente virtual en una institución educativa, o;
  - Incorporar un campus online o virtual para la institución para apoyar y ahorrar recursos en los programas presenciales



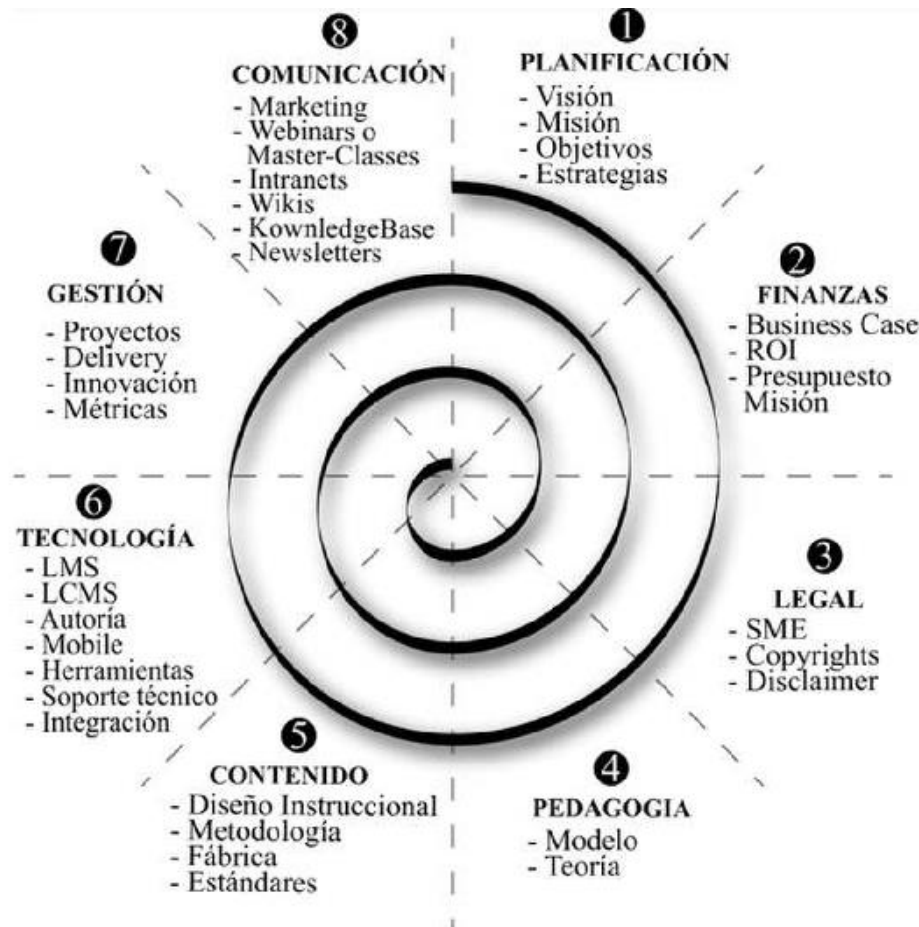
# StrateLearning

## Algunas premisas de StrateLearning

- Crear una visión del e-Learning que queremos tener en la institución
- Analizar el e-Learning para mantener al talento preparado y formado
- Adoptar el cambio como elemento fundamental
- Construir puentes entre e-Learning y el resto de la organización
- Partnership interno y externo como medio de vida
- Erradicar toda forma de e-Learning “shadow” en la organización
- Innovar constantemente en los productos y servicios e-Learning
- Utilizar técnicas, marcos de trabajo y mejores prácticas de nueva generación

# StrateLearning

## Paso a paso del StrateLearning



# 1. Planificación

La planificación es indispensable para el éxito

- Gran parte de los proyectos fallidos de educación online es el haber obviado el conocer la situación actual en la cual encuentra la organización y quizás lo más importante a dónde querían ir
  - Entorno, cultura, competencias “clientes”, tecnologías, objetivos corporativos
- Tener un panorama interno y externo lo más claro posible antes de decidir entrar/invertir en e-Learning

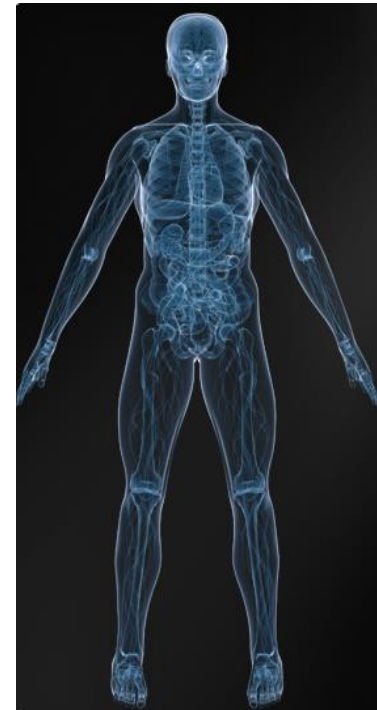
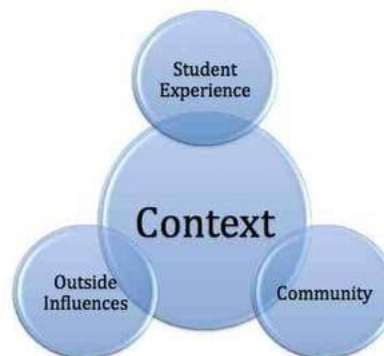




# 1. Planificación

## Análisis del Entorno

- Análisis del entorno o contexto en donde opera la institución:
  - Situación actual: en dónde estamos y a dónde queremos ir
    - Servicios, estudiantes, programas, tecnologías, proyectos, presupuestos, TH
  - Análisis del entorno externo e interno
    - Todo lo que rodea a la unidad responsable de proporcionar el e-Learning
- Herramientas
  - PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico)
  - FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)



# 1. Planificación

## Visión y Misión (¿Qué, porqué?)

- Definir la visión y misión de la iniciativa que proponemos
- ¿Cuál es el mantra de la de la propuesta e-Learning?
  - Federal Express: “Peace of mind”
  - Nike: “Just Do It”
  - Target: “Democratize Design”
  - Coca Cola “Refrescan al Mundo”



# 1. Planificación

## Objetivos

- Definir los objetivos (inteligentes)
  - Specific (específico)
  - Mesurable (medible)
  - Achievable (alcanzable, atractivo)
  - Realistic (realista)
  - Time (ajustado a un tiempo oportuno)
- Ejemplos:
  - Impartir el 25% de la formación en modalidad e-Learning en un año
  - Reducir el presupuesto de capacitación corporativo en un 25% en 3 años
  - Crear el primer programa 100% online con una matrícula de al menos 25 alumnos para el año 2022
  - Impartir el 20% de las asignaturas presenciales en modalidad online en 2 años



# 1. Planificación

## Estrategias (¿Cómo?)

- Definir las estrategias para alcanzar los objetivos
- Estrategias para adoptar e-Learning:
  - e-Learning **individual** – experimental
  - e-Learning **departamental** (Grupo formal o informal)
  - e-Learning **Institucional** (Spin-Off) (unidad de negocios especialmente diseñada para gestionar todo el e-Learning en la organización)
  - b-Learning (**blended**)
  - Estrategia de Negocio o de Servicio
  - Hacerlo todo en casa



# 1. Planificación

## Estrategias (Contenido)

- Contenido: cursos, programas, asignaturas, materiales, píldoras de aprendizaje, cualquier elemento desarrollado para ser usado por el estudiante
- Su desarrollo es costoso y consumidor de tiempo
- Desarrollo bottom-up:
  - Asignatura >> Diplomado >> Postgrado >> Grado (Pregrado)
- Desarrollo en casa
- Desarrollo externalizado (outsourcing)
- Contenidos licenciados
- Técnicas didácticas



# 1. Planificación

## Estrategias (Tecnología)

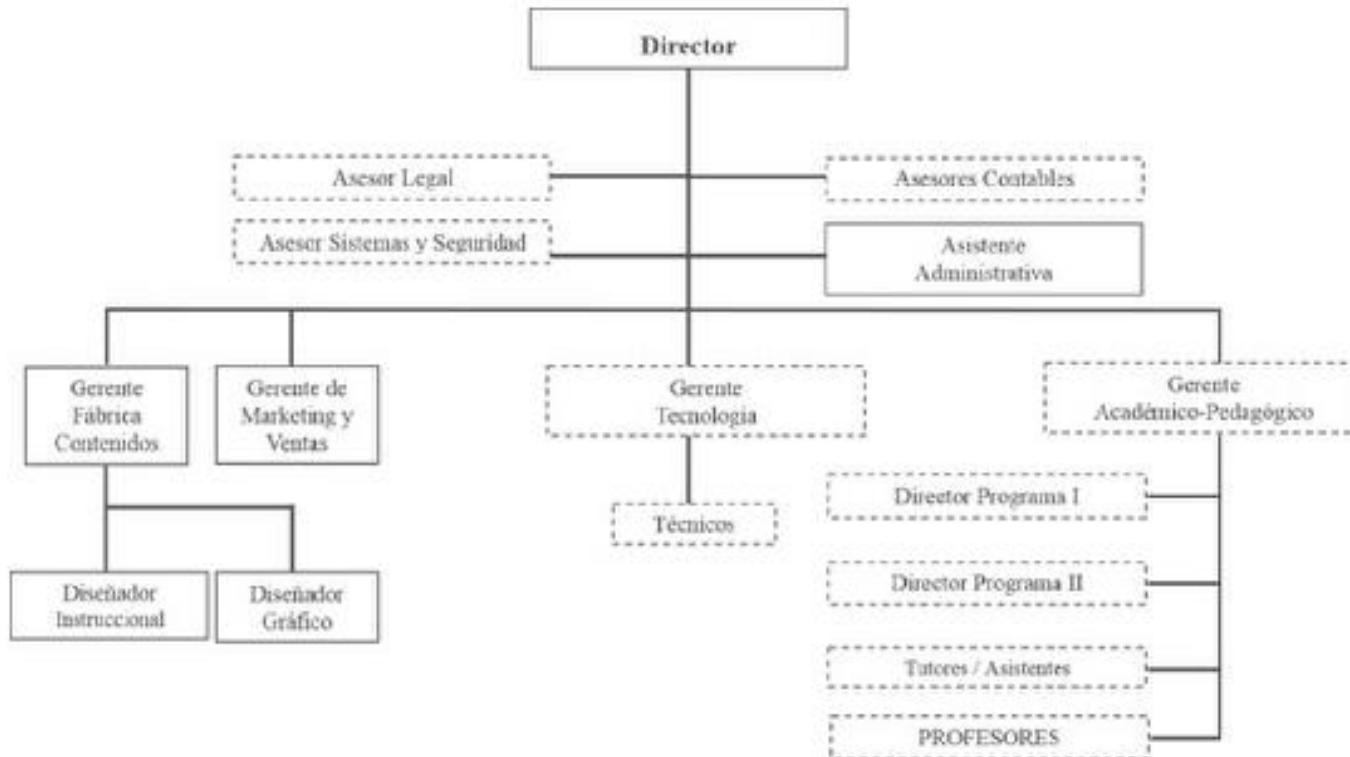
- Cloud computing
  - LMS
  - On premise
  - Outsourcing (externalizado)



# 1. Planificación

## Estructura organizativa

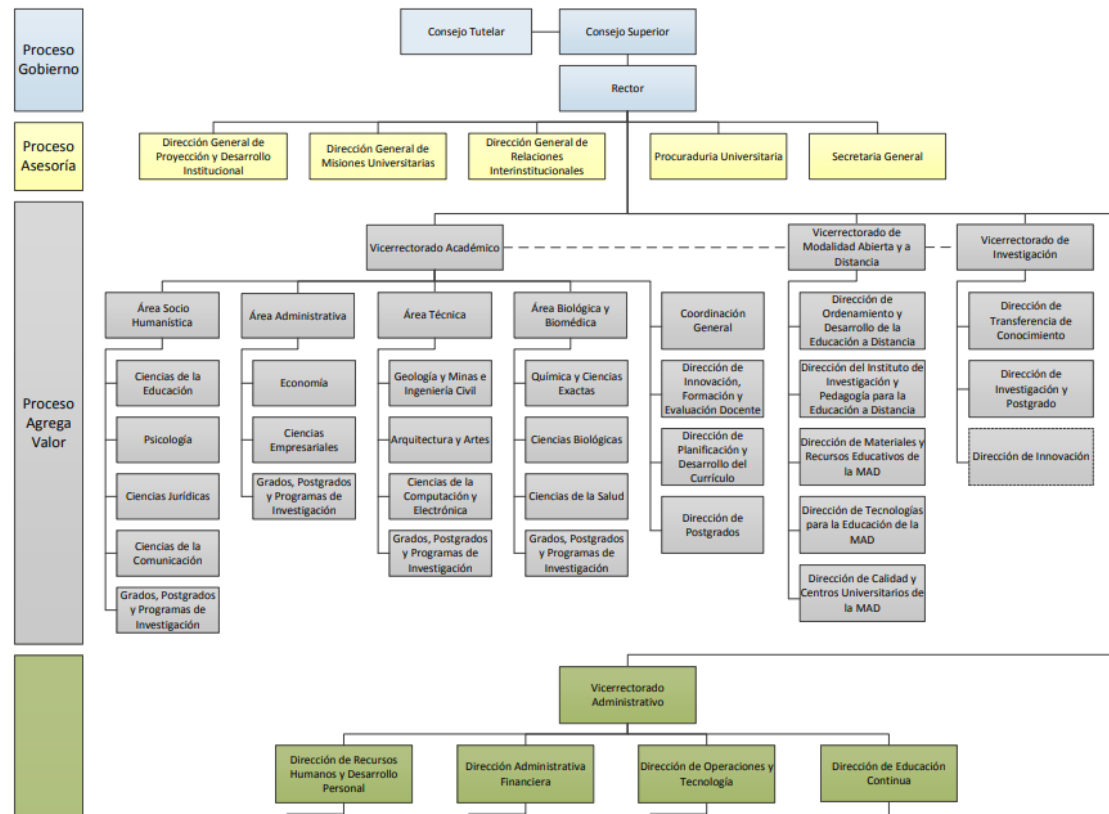
- Visión → Misión → Objetivos → Estrategias → Estructura
- Organigrama típico de una unidad responsable de gestionar el e-Learning



# 1. Planificación

## Estructura organizativa

- Visión → Misión → Objetivos → Estrategias → Estructura
- Organigrama típico de una unidad responsable de gestionar el e-Learning.
- Organigrama UTPL





## 2. Marco Legal

- Resulta, igualmente estratégico, proteger la inversión realizada en el e-Learning.
- Los activos digitales, materiales multimedia, contenido o cursos creados están expuestos y accesibles a todo tipo de público.
- Protegerse legalmente es una condición previa e irrenunciable de cualquier proyecto e-Learning.



## 2. Marco Legal

### Experto en la Materia (SME)

- Profesores, formadores, instructores
- Proporcionan el contenido para la creación del curso online (Word, Powerpoint), etc.
- Es muy conveniente, antes de comenzar a desarrollar cursos online, que las reglas de juego estén claras con los expertos.
- Copyright del material entregado
- Elaborar un contrato entre la institución y el experto:
  - Sujeto
  - Duración y alcance del acuerdo
  - Remuneración del experto
  - Uso de la imagen del experto
  - Traducción a otros idiomas
  - En general, todos los puntos de interés



## 2. Marco Legal

### Uso de recursos digitales

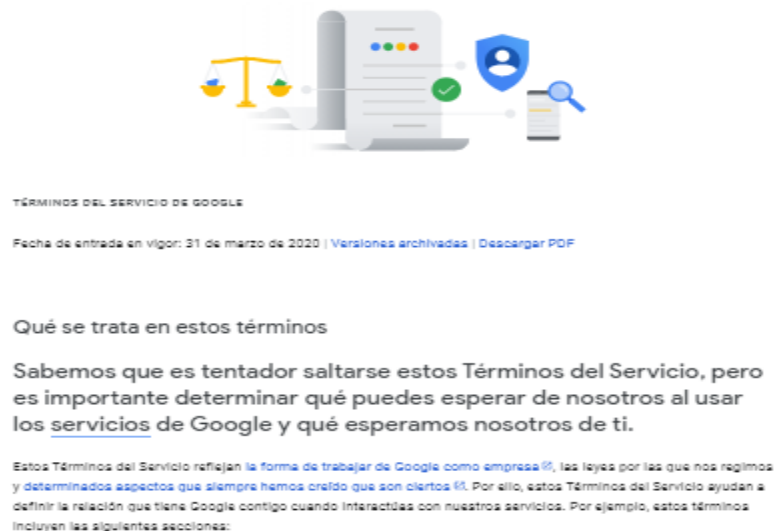
- Aspectos legales del uso de los Activos Digitales:
  - Plantillas de cursos
  - Imágenes y fotografías
  - Vídeos
  - Podcasts
  - Artículos académicos
  - Casos prácticos
  - Páginas web
  - Entre otros



## 2. Marco Legal

### Copyright & Disclaimer

- Copyright: los derechos de otros deben quedar perfectamente cubiertos a la hora de desarrollar materiales e-Learning
- Disclaimer: aceptar los términos de uso de un determinado contenido campus virtual, portal, o Intranet



### 3. Finanzas

- Dependiendo de la estrategia que se adopte, se tiene que preparar un presupuesto para soportar el proyecto e-Learning.



## 3. Finanzas

### Business Case del e-Learning o educación online

- Herramienta de gestión para valorar la viabilidad financiera, estratégica y organizacional de una alternativa de solución a un problema, una oportunidad de negocio y/o simplemente la mejora continua de procesos de negocio
- Varios escenarios:
  - Proyecto e-Learning en su totalidad
  - Proyectos individuales
  - Desarrollo de cursos





## 3. Finanzas

### Principales pasos para elaborar un Bussiness Case

1. Identificar el problema, idea, necesidad, o mejora a solucionar
2. Definir el objetivo SMART, producto o servicio a lograr
3. Identificar alternativas de solución (incluir distintos proveedores en lo posible)
4. Investigar y recopilar datos e información (Costos, marco legal, restricciones, etc.)
5. Realizar el análisis financiero
6. Seleccionar la mejor alternativa
7. Valorar los riesgos de la alternativa seleccionada
8. Definir metadata del Business Case (GANTT de alto nivel, hitos/entregables, etc.)
9. Documentar y comunicar el Business Case (Someterlo a decisión)



## 3. Finanzas

### Análisis de la Inversión

- Flujo de caja neto
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)





## 4. Pedagogía

### Pedagogía digital

- Uso de Internet y sus tecnologías asociadas para ampliar o cambiar la experiencia de la educación y/o formación
- Facilitar a través de elementos tecnológicos el efectivo proceso de enseñanza – aprendizaje
- Características típicas:
  - Teoría y práctica
  - Fomenta la creatividad, el juego y la resolución de problemas
  - Fomenta la participación, la colaboración y el compromiso



## 4. Pedagogía

### Modelo pedagógico

- Modelo o estructura pedagógica propia de cada institución
- Créditos u horas
- Incluye conceptos fundamentales de aprendizaje, metodologías, técnicas pedagógicas y estructuras de los programas, carreras, cursos, etc.
- Aprendizaje experiencial:
  - Aprender a través de la experiencia, más específicamente aprender a través de la reflexión de hacer cosas
  - Entorno digital rico en contenidos e interacciones sociales
  - Facilitar la comunicación y colaboración entre grupos de estudiantes
  - El profesor como facilitador o mediador del aprendizaje, colocando contenido estratégicamente ubicado para propiciar debates, discusiones y reflexiones

## 5. Contenido

### El Contenido “sigue siendo el Rey”

- Uno de los componentes más importantes y determinantes de la educación online
- Seleccionar un tipo de contenido, o una mezcla de ellos, es fundamental para éxito o fracaso del proyecto
- Elaborar buenos contenidos e-Learning, siempre ha sido y será costoso y exigente.
- El contenido, en un sentido extenso, incluye, no sólo al material multimedia, también abarca al profesor, el temario, la reputación de la institución que lo promueve y todo tipo de información que añade valor.



## 5. Contenido

### Estrategias para desarrollo de contenido

- La fábrica de contenidos e-Learning:
  - Unidades organizacionales, empresas o consultores, que se dedican a desarrollar contenidos multimedia para cursos online
  - Características de la fábrica de contenidos:
    - Economía de escalas
    - Pueden ser internas o contratadas



## 5. Contenido

### Estrategias para desarrollo de contenido

- Outsourcing (externalización):
  - Proveedores especializados y con experiencia en desarrollo de materiales



## 5. Contenido

### Estrategias para desarrollo de contenido

- Contratar Expertos (SME) que añadan valor al contenido “ampliado”
  - Internos, externos, o una mezcla de ambos
- MOOCs
  - El profesor graba explicando una temática en particular.

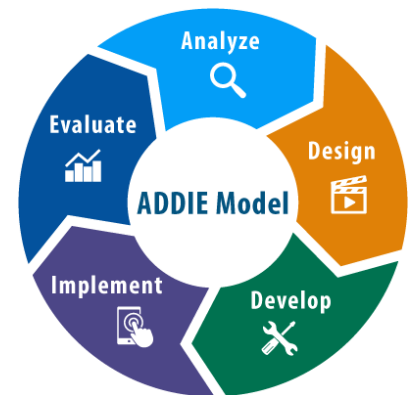


**coursera**

## 5. Contenido

### Ciclo de vida del contenido

- Preparar temario, programa o syllabus
- Analizar y seleccionar las fuentes de los materiales
- Preparar una plantilla con el formato
- Adquirir el software necesario para que los alumnos puedan elaborar prácticas
- Preparar plantilla con las especificaciones para el diseñador instruccional
- Seleccionar metodología de diseño y desarrollo del curso
- Desarrollar el contenido
- Realizar control previo de calidad antes de ser expuesto a los alumnos
- Desplegar el curso final en la biblioteca digital de cursos online



## 5. Contenido

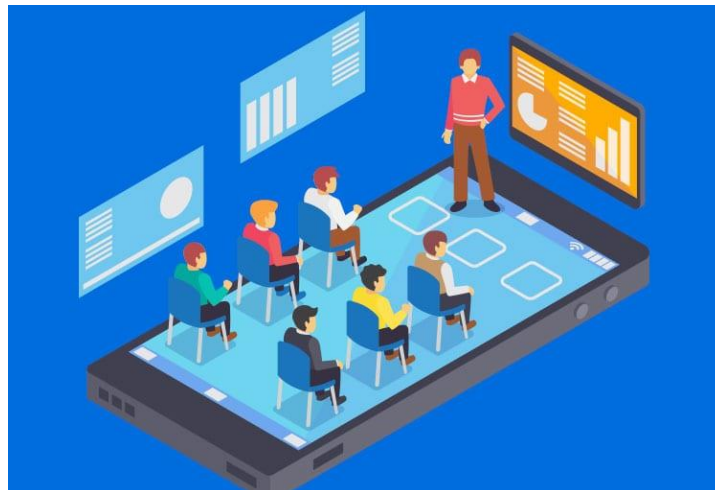
### Organización de contenidos

- El contenido representa uno de los principales activos de un proyecto e-Learning
- Hay que proteger de intrusos, copias y alteraciones de los mismos
- Hay que crear una biblioteca o repositorio central de cursos e-Learning, tanto originales como en desarrollo
- Hay que gestionar las modificaciones, cambios, erratas y adendas a los cursos originales
- Estrategias para organizar los contenidos:
  - Por temática: cursos de finanzas, tecnología, habilidades directivas, etc.
  - Por organización: facultad, departamento, división, colegio, etc.
  - Por región: sede, campus, ciudad, país, mercado, etc.



## 6. Tecnología

- La tecnología e-Learning no debe considerarse un fin en sí misma, es un medio para alcanzar unos objetivos de aprendizaje previamente definidos.
- Las tecnologías de e-Learning deben siempre ser impulsadas por consideraciones pedagógicas, no por las propias tecnologías en sí.
- La tecnología (por lo general) no crea una diferenciación competitiva al resto de las instituciones.



## 6. Tecnología

### Hardware, software y telecomunicaciones

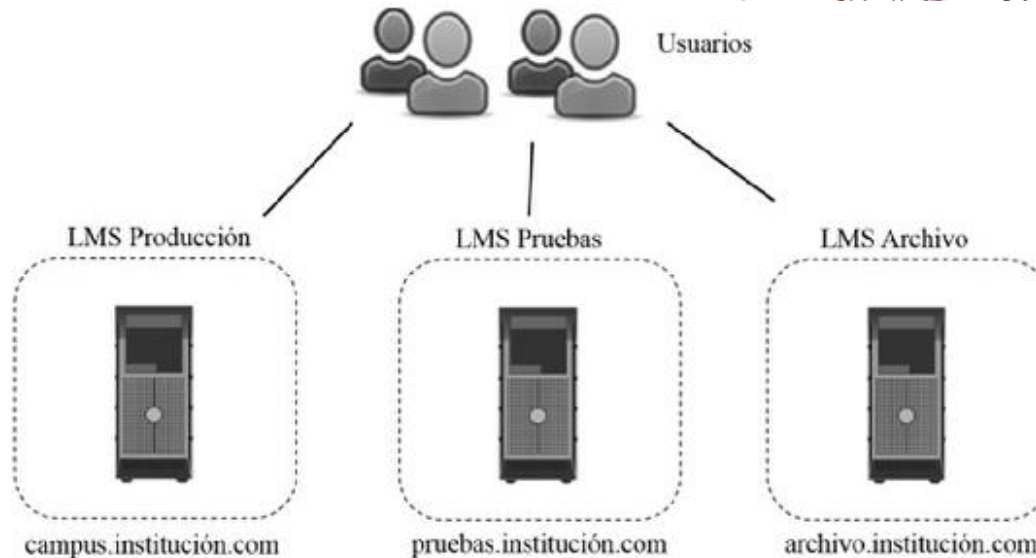
- Cloud computing, nos permite centrarnos en nuestro “negocio” pero a la vez mantener una tecnología cuasi-transparente, funcionando en perfecto estado y cumpliendo con su finalidad y función.



## 6. Tecnología

### Componentes del LMS

- LMS de producción
- LMS de pruebas
- LMS histórico
- LMS de desarrollo



## 6. Tecnología

### Ecosistema e-Learning

- Streaming
- Antiplagio
- Colaborativo
- Autoría
- Wikis
- Encuestas
- Integraciones: SIS, finanzas, etc.
- CRM
- Conectividad
- Respaldos
- Laboratorios virtuales
- Social: ePortfolio
- Lecture capture
- App Mobile
- MOOCs
- Multi-idiomias
- Multi-campus



## 6. Tecnología

### User eXperience (UX)

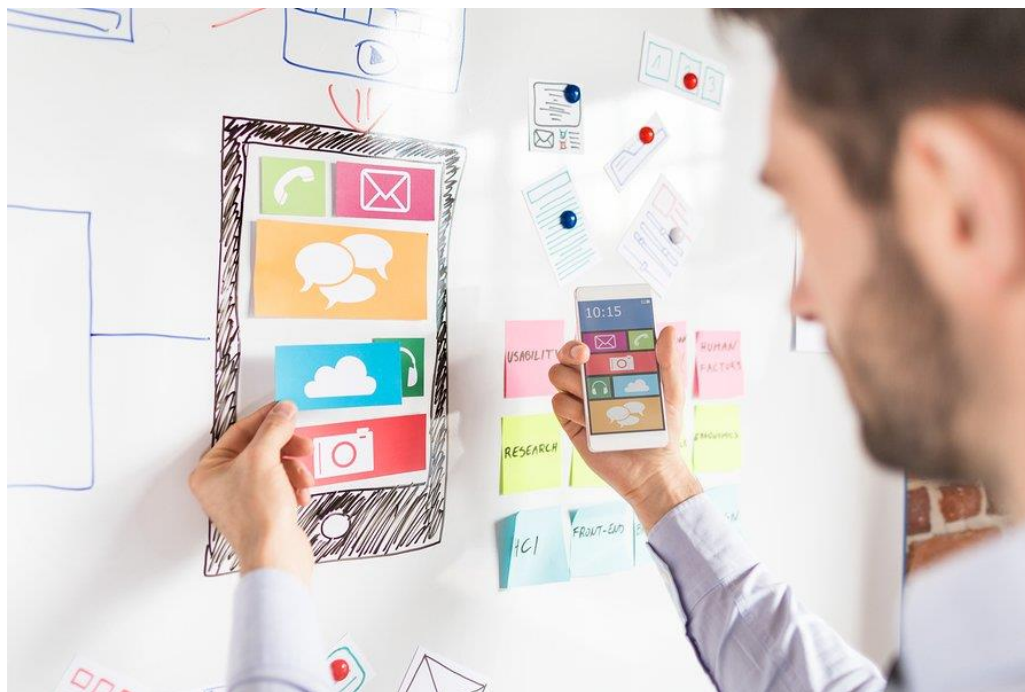
- Piedra angular de la tecnología e-Learning
- La tecnología debe ser “transparente” para el profesor y el estudiante, de tal manera que se centren en el core del negocio
- El ecosistema tecnológico del e-Learning debe estar diseñado para, en lo posible, maximizar la experiencia del aprendizaje de los estudiantes y los profesores



## 6. Tecnología

### User eXperience (UX)

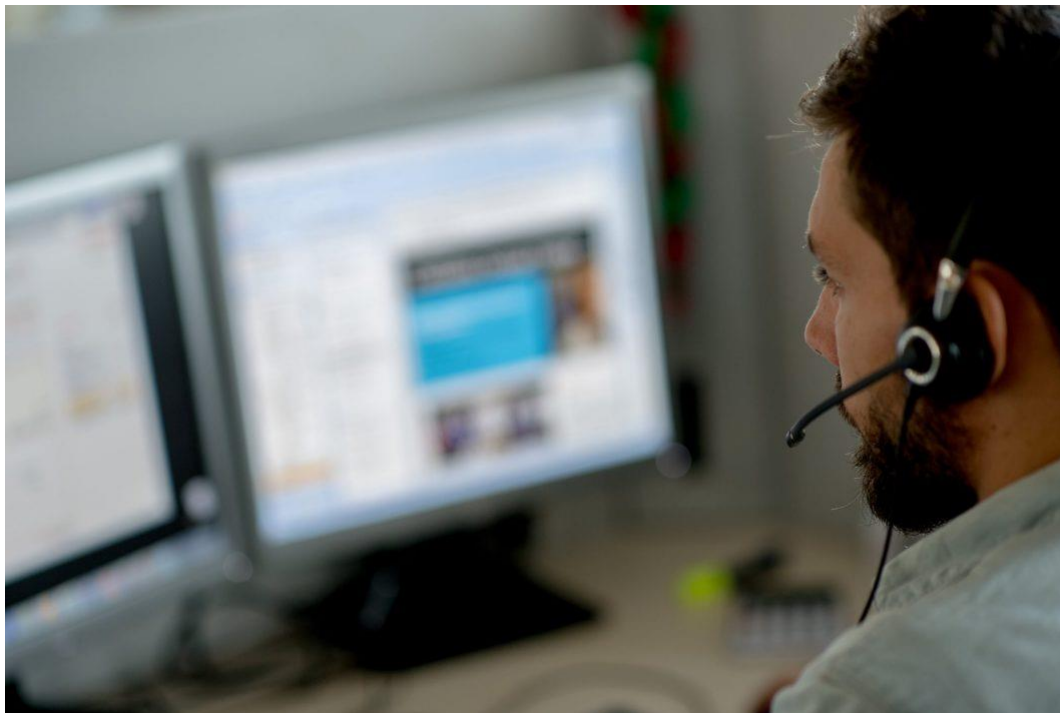
- Algunos elementos importantes:
  - Plataformas responsive
  - Interfaz gráfica
  - Usabilidad
  - Servicios
  - APP Mobile





## 7. Gestión del e-Learning

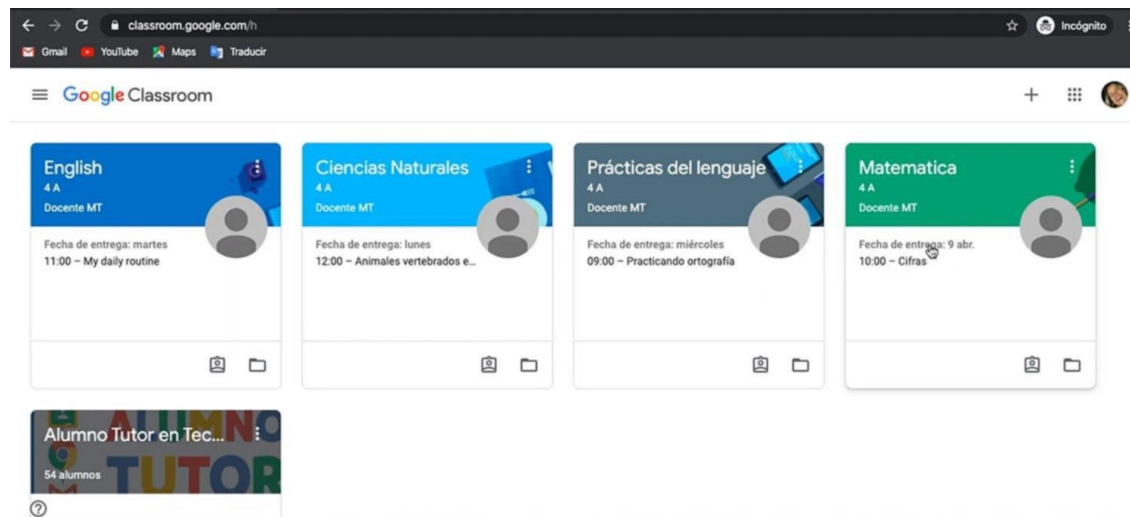
- Gestionar el e-Learning en un sentido amplio: una vez instalada y configurada la plataforma e-Learning, los contenidos(cursos) están elaborados y comienza un nuevo curso, programa o periodo académico.



## 7. Gestión del e-Learning

### Publicar cursos en la plataforma

- Publicar los cursos “limpios” para una próxima impartición, alta y baja de profesores y alumnos, métricas, generar informes, parametrizar fechas, administrar cursos, etc.
- Configurar la plataforma, si es necesario, ante la posible utilización de alguna elemento o tecnología especial.





## 7. Gestión del e-Learning

### Formación de alumnos y profesores

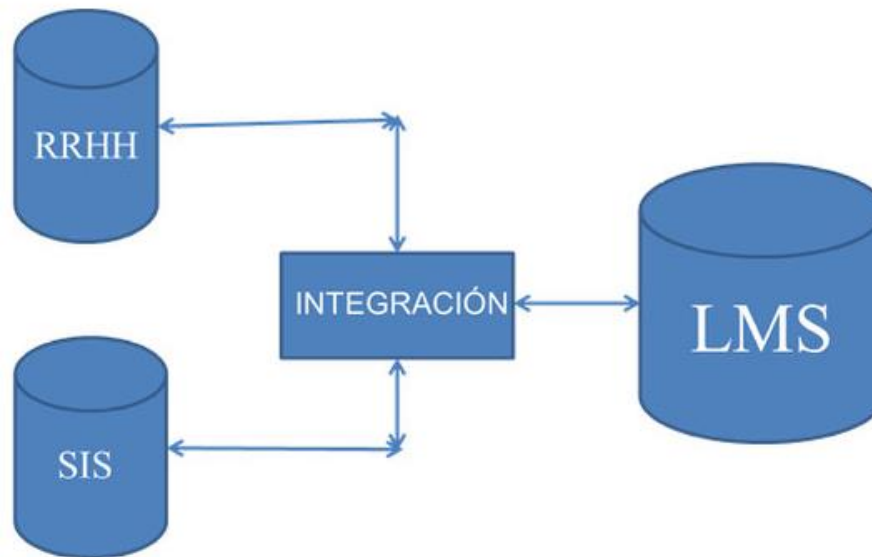
- Para una mayor efectividad del proceso de enseñanza – aprendizaje es muy conveniente un proceso de formación o capacitación a profesores y estudiantes.
- Podría ser un conjunto de píldoras de aprendizaje en formato videos, lecturas o infografías, etc.
- Un curso especial para ello, abierto y en donde los estudiantes estén matriculados.



## 7. Gestión del e-Learning

Alta y baja de estudiantes / profesores

- Integración del LMS con otras aplicaciones.



## 7. Gestión del e-Learning

### Gestión del curso

- Mientras el curso está “vivo”, es necesario un soporte técnico y académico.
- Mesa de ayuda en donde alguien se encargue de responderles y lo más importante que resuelva la incidencias detectadas, en un tiempo apropiado.
- Una buena atención al “cliente” redundará en el proyecto global de e-Learning.



## 7. Gestión del e-Learning

### Gestión del cambio

- Todo curso, debe tener un canal para gestionar los cambios, principalmente en los contenidos de los cursos, la tecnología o las actividades realizadas durante la impartición.
- Realizar los cambios para que en las próximas ediciones del curso no se repitan los mismos errores



## 7. Gestión del e-Learning

### Otros aspectos:

- Cultura
- Género
- Nettiquette
- Idiomas
- Diferencias horarias
- Student corner (área social)



## 8. Comunicación y Marketing

### Comunicación

- Pedagogos, gerentes, profesores, técnicos, diseñadores, tutores, y en general, roles que hablan lenguajes muy diferentes
- Una buena comunicación es clave para el éxito de un proyecto e-Learning



## 8. Comunicación y Marketing

### Canales de comunicación para e-Learning

- **Webinar:** formación rápida y efectiva de conceptos e ideas clave
- **Master class:** proporcionar conceptos y usos concretos de temáticas y técnicas específicas, uso más académico
- **Base de conocimiento:** documentar y guardar en un repositorio, lecciones aprendidas de proyectos ya finalizados, procedimientos, formularios, etc.
- **Wikis:** para estudiantes y profesores, orientado a la comunicación en grupos
- **Servicios académicos:** bibliotecas, software, acceso a soporte técnico
- **Welcome pack online:** enviar a alumnos y profesores un e-mail con información anexa de bienvenida, comunicación inicial obligatoria para cualquier inicio de un curso e-Learning





## 8. Comunicación y Marketing

### Marketing del e-Learning

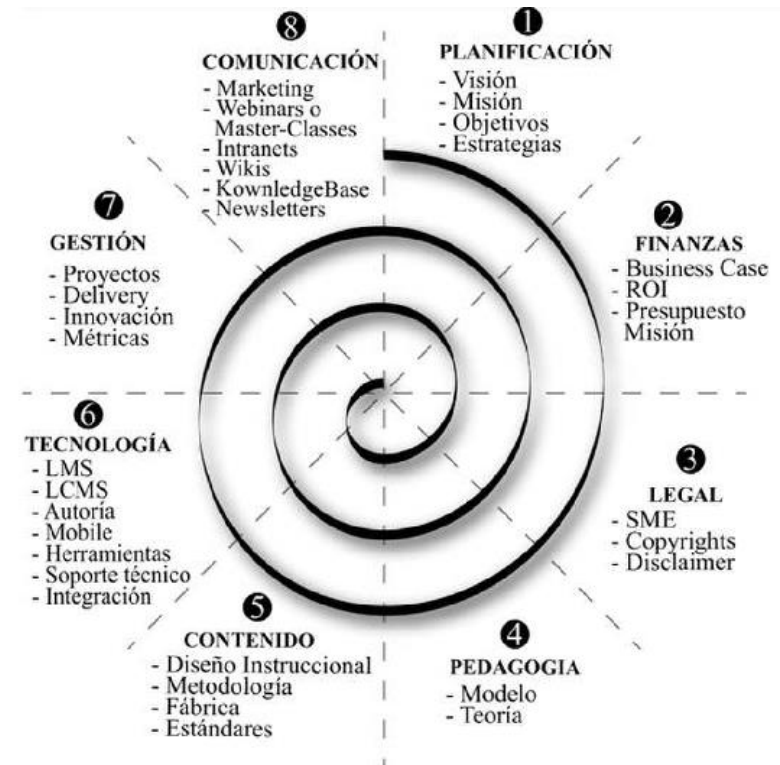
- Es necesario establecer una estrategia de marketing y ventas
- Algunos elementos importantes del plan:
  - Producto (programas, cursos, seminarios, diplomados, máster, etc.)
  - Posicionamiento
  - Precios
  - Promoción
  - Contenido ampliado
  - Experiencia de los usuarios
  - Cacería de gigantes



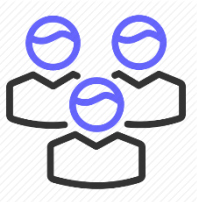


# Cierre

StrateLearning es una guía o marco de referencia que sirve a los responsables de e-Learning, en la definición de una hoja de ruta o plan e-Learning.



# Actividad 1



## Actividad en grupo

- Crear un modelo del proyecto de curso online tomando en consideración el marco de referencia StrateLearning.
  - Usar el formato cargado a en la plataforma
  - Una vez completada la actividad cargar el documento en la Plataforma.
- **Duración: 50 min**

# Actividad 2



## Foro Día 1

Preguntas, dudas, inquietudes, sobre el tema que estamos desarrollando:

- Cada participante debe **proponer al menos una pregunta relacionada al tema presentado.**
- Igualmente, cada participante debe **responder al menos dos preguntas de sus compañeros** con el objetivo de solventar la duda y aportar valor.