



Coordinado por **Carlos Pelegrín Fernández López**

Editorial Pearson Education - Prentice Hall. Colección Biblioteca Aedipe de Recursos Humanos

Este libro permite a los profesionales del área, encontrar reunidas por primera vez, las mejores prácticas en España en cuanto a implementación de e-learning; aproximándose a los protagonistas de estas exitosas experiencias.

Planificación y estrategia de implantación de e-Learning

La idea de introducir e-learning como práctica habitual de formación y desarrollo de capital humano, en un número considerable de compañías de Iberoamérica, es una de las fundamentaciones que hacen a esta publicación coordinada por Carlos Pelegrín Fernández López.

La entidad responsable del lanzamiento de esta obra, fue la Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas (AEDIPE), inaugurando de esta forma su Biblioteca de Recursos Humanos; acercando a los lectores de habla hispana, por medio de esta colección, una amplia selección de los temas que abarca ese área.

“E-learning: Las Mejores Prácticas en España” está estructurado en cuatro partes, empezando por aquellos factores que mejor explican las diferencias en el nivel de implantación de e-learning en las compañías analizadas. En su primera parte profundiza sobre el factor más importante en cualquier proceso de aprendizaje: las personas.

La segunda parte se centra en la experiencia de algunas empresas con buenos resultados en sus implantaciones de e-learning. Pese a la mayor atención que han suscitado plataformas y contenidos, el servicio es el verdadero factor diferencial entre buenas y malas implementaciones.

Cuando se habla de e-learning estamos centrándonos en dos elementos clave: tecnología y contenidos; factores analizados en profundidad en la tercera y cuarta parte de la obra. Sin embargo, ninguno de ellos tiene alta correlación con el crecimiento y triunfo de la solución en la empresa.

Es planteada también, de la segunda mitad del libro hacia adelante, otro de los factores que más atención ha atraído en los últimos tiempos, el de los contenidos. Muchos directivos de recursos humanos o no, se han aproximado al concepto de formación en la red (e-learning) a través de los contenidos, pensando que éstos podrían hacer por sí solos, que las personas se enamorasen del nuevo canal, garantizando así el éxito de la implantación. Pero, tal como se remarca, no se debe olvidar que, para abordar la adquisición o desarrollo de contenidos, hay que saber a qué clientes nos dirigimos, y cuál es la estrategia y servicio más adecuados.

En la última parte, se descubre a dos empresas que han sabido superar la simple agregación de contenidos en un catálogo general, relacionando las soluciones e-learning con los planes y políticas de desarrollo.

Algunas empresas de las cuales se han tomado las experiencias son: Ferrovial, Telefónica de España, Endesa, Renta 4, IBM, Universitat Operta de Catalunya (UOC) y Santander Central Hispano. Los casos de cada una de ellas, han sido analizados minuciosamente en diferentes capítulos, presentándose una introducción, el desarrollo (detallando puntos relevantes, procesos seguidos, estrategias, conceptos de modelo, resultados) y las conclusiones.