

L'e-learning diventa social con Emanuele Pucci

 Filed Under: Business & Marketing, Era Digitale, Internet by Daniele Buzzurro — Lascia un commento

 6 febbraio 2014

In tema di **Fad – Formazione a distanza** si sente sempre più di frequente l'utilizzo di termini come **e-learning 2.0** e *social learning*. Ma cosa sono in concreto queste terminologie, e cosa realmente stanno a rappresentare?

1

 Share

Abbiamo chiesto informazioni ad **Emanuele Pucci, Dottore in Economia alla LUISS** ed oggi **Amministratore Delegato di Teleskill**, azienda che da 15 anni realizza **servizi innovativi di e-learning** e **comunicazione audiovisiva interattiva via web** nei più diversi settori, ed ecco le sue risposte:

Può darci una sua definizione di e-learning 2.0?

Sono fortemente convinto che l'**e-learning** non debba inventarsi nulla dal punto di vista formativo, ma solo replicare telematicamente qualcosa che esiste da moltissimi anni, ovvero **la formazione e l'apprendimento** classico. La tecnologia utilizzata per formarsi deve essere solamente considerata come un fattore facilitante per agevolare l'utilizzo di **strumenti elettronici (device)** migliori e sintetizzare **dati di fruizione in modalità elettronica**, ma non deve in nessun modo alterare il processo comunicativo e di apprendimento che si utilizza da sempre. Ecco perché l'**aula virtuale**, unita a meccanismi e **tecnologie social**, possono davvero simulare ciò che avviene in un'aula fisica, con la lezione (aula virtuale), i gruppi di lavoro (comunità di pratica e condivisione dei documenti per il lavoro collaborativo), la biblioteca (medioteca e *digital library*), lo scambio di idee tra i discenti (il **forum** e **videoconferenza**), sessioni plenarie (*webinar*), etc.

In Teleskill chiamiamo e-learning 2.0 una modalità di formazione a distanza in cui **docente e discente entrano in una relazione collaborativa**, partecipativa. Il docente si occupa di organizzare i contenuti formativi, il percorso, che può anche essere misto (*blended*), composto cioè da corsi e-learning tradizionali (registrati) e da classi virtuali in diretta. Il discente ne usufruisce, ma non è più passivo: può esprimere un gradimento sui contenuti tramite sondaggio, rispondere a questionari in diretta tracciati, può accedere ai forum creati per ogni corso e dialogare con insegnanti e colleghi, può condividere sui *social network* contenuti formativi, può usufruire di *webinar* realizzati magari solo per studenti con esigenze particolari. Anche la classe virtuale, nell'e-learning 2.0, è del tutto interattiva e costituisce una fedele **replica telematica di una lezione tradizionale**. Con questo intendo la possibilità di **fare domande in tempo reale**, di **condividere documenti**, eseguire esercizi, lavorare su un unico documento, reperire testi dalla mediateca del corso. E ancora: la possibilità di registrare autonomamente classi virtuali o video-lezioni del docente e trasformarli con facilità in corsi SCORM, utili quindi per essere inseriti da subito nel **Learning Management System** (LMS, ovvero la scuola virtuale).

Esiste già qualche esempio concreto di tutto questo?

Certamente, ce ne sono parecchi. Quello che forse reperisce di più la nostra concezione di *e-learning* è l'**Academy virtuale** realizzata insieme e per **Wolters Kluwer Italia**, un nostro partner storico e uno dei **leader internazionali dell'editoria e della formazione professionale**. Per loro, abbiamo sviluppato la **Sales Academy**, che è l'implementazione concreta di quanto detto prima e costituisce oggi quanto di meglio esista in tema di apprendimento collaborativo. *Sales Academy* è una vera e propria piattaforma di *social (e-)learning* che ospita corsi, classe virtuale, webinar, forum, mediateca, comunità di pratica, sondaggi, e offre piena integrazione con il sito aziendale e completa interazione con i social network tradizionali dell'utente. La piattaforma rappresenta una vera **Accademia di Formazione on-cloud** che permette ai discenti (gli oltre 1000 account) di fruire senza limiti spazio/tempo di contenuti multimediali personalizzati, anche dal proprio *tablet*. In pratica, consente di creare un unico **"centro informativo/formativo"** a disposizione degli utenti, in un'ottica di comunicazione unificata.

Quali vantaggi può offrire un sistema simile?

Primo tra tutti la possibilità di offrire percorsi formativi/informativi personalizzati e studiati in base alle esigenze dei discenti. Commentare, dare un giudizio su un corso o su un post scritto da un utente, conoscere i temi caldi dei forum... sono tutte attività di cui si può avere una tracciatura completa. Con *Sales Academy* si può personalizzare sempre meglio i contenuti e realizzare quindi una migliore esperienza formativa.

Ma è chiaro che questo è solo uno degli aspetti di una **piattaforma ricca e articolata** che, tra l'altro, supporta con dati oggettivi il sistema di **Performance Management** attraverso il **monitoraggio del livello e della qualità di apprendimento dei propri agenti**. È utilissima per raccogliere *feedback* relativi a **nuove iniziative o corsi**. Per quanto riguarda l'utente lo aiuta a organizzare il proprio *know-how* razionalmente e a rendersi più autonomo riguardo all'offerta formativa.

Perché il social è diventato così importante per l'e-learning?

Si tratta di una naturale **evoluzione del nostro modo di vivere il web**. Due sono i **fenomeni rilevanti nell'utilizzo della rete**, codificati e analizzati dagli **esperti di marketing e comunicazione**. Il primo è chiamato ***Always on***, e sintetizza un'**utenza sempre più connessa con i diversi dispositivi**: *pc*, *smartphone*, *tablet* e quindi sempre più in relazione con le comunicazioni digitali anche con la formazione. Il secondo elemento è ***Everyone is a media*** un modo di dire che sottolinea che ogni utente può essere, se adeguatamente coinvolto, un **portavoce possibile di valori, contenuti, processi di apprendimento**. È chiaro che le grandi realtà tengono conto di queste trasformazioni, e *Teleskill* – l'azienda che dirigo – recepisce i desideri del cliente, in questo caso *Wolters Kluwer Italia*, per trovare soluzioni *ad hoc* che possano soddisfare le nuove richieste. Nel caso poi della *Sales Academy* è stata una sfida in linea con la **nostra mission: creare valore nelle imprese attraverso l'innovazione tecnologica** e la capitalizzazione delle competenze.

Sales Academy può rivolgersi solo al settore formazione per la rete di vendita o potrebbe essere utile anche per le imprese nelle differenti aree?

È molto utile anche alle aziende certo. L'esperienza di *Wolters Kluwer Italia* nel comprendere le criticità aziendali e le dinamiche da utilizzare nel miglioramento dei processi, e la capacità di *Teleskill* nell'adattare i propri *software* proprietari sulle reali necessità del cliente, ha permesso di commercializzare insieme **Web Academy**, vere e proprie accademie aziendali, adatte a contesti di ogni dimensione, pubblici e privati, personalizzate in base alle reali esigenze dell'organizzazione.

Nell'**era dei social** l'**utente è abituato a essere al centro**: nella comunicazione, nella fruizione ma anche nella creazione di contenuti e si aspetta una gratificazione personale, un riconoscimento. Web Academy permette tutto questo. È ovvio come un simile strumento possa essere di grandissimo interesse per un'azienda. Oggi tutto cambia rapidamente, le stesse tecniche di vendita di un prodotto necessitano di essere aggiornate con rapidità. Ecco allora che **formazione a distanza**, webinar, aula virtuale, comunità di pratica possono essere di immenso aiuto, ad esempio, a una rete di agenti sparsa sul territorio. **Marco Stassolla, Direttore Global Sales Initiatives** di Wolters Kluwer Italia e principale ideatore della *Sales Academy*, la utilizza, "per formare e garantire un costante aggiornamento dei Salesman Wolters Kluwer Italia – più di 1000 consulenti di vendita che ogni giorno sul territorio rispondono alle esigenze informative della clientela professionale".

È importante comprendere che il *social (e-)learning* è uno strumento che ogni realtà può gestire in base al proprio mercato di riferimento e che permette di "invertire" il processo comunicativo. Per un'azienda può essere la catalogazione di *best practices*, per una facoltà universitaria la condivisione di seminari internazionali, per un'associazione la registrazione di un meeting... gli esempi sono infiniti. Docenti o discenti generano **contenuti organizzabili, condivisibili, aggiornabili** con la stessa semplicità con cui comunichiamo ogni giorno sul web. Questa è la cosa più importante: formare con efficacia ma con semplicità, utilizzando gli strumenti che l'utente già conosce e che lo rendono parte attiva del processo. Attraverso brevi pillole formative, registrate autonomamente dagli utenti e non corsi docente-discente lunghi ore.

È proprio come nel film **L'attimo fuggente** con lo straordinario **Robin Williams**. Attraverso il corso, il professor Keating rende i ragazzi protagonisti e permette loro di esprimersi. Alla fine del film docente e alunni hanno scambiato tanto e tutti hanno imparato molto, incluso l'insegnante.

Web Totale

 Mi piace

Web Totale piace a 440 persone.



 Plug-in sociale di Facebook

Credi anche tu nel Web Totale?

Vuoi entrare a far parte del nostro mondo e scrivere con noi?

Contattaci a info@webtotale.it

Event Manager a New York

Roma Startup Weekend, let's go pitches!

La Platea del World Wide Rome

PhotoSpotLand™, foto uniche di luoghi meravigliosi

Chromebook Italia Pixmania

Makoo, benvenuti nel tecno-fashion!

Europa dell'Est primeggia nella velocità di Internet

Utenti e RIM, un grande amore

Cleanweb Hackaton oggi a Roma: are you ready?

Addio, Stay Hungry Stay Foolish

?

Meta

Collegati

Voce RSS

RSS dei commenti

WordPress.org