



Precio de venta: 30,00 €

Precio de venta sin IVA: 28,85 €
IVA (4%): 1,15 €

David Roldán, J. Manuel Huidobro, Mar Monsoriu

Descripción

Esta obra es muy completa y cubre un espectro muy amplio, abarcando todos y cada uno de los aspectos clave que hay que tener en cuenta a la hora de considerar la puesta en marcha de una estrategia de formación on-line, ofreciendo una visión general desde los puntos de vista estratégico, organizativo, de negocio y tecnológico.

Precisamente, su originalidad radica en esto mismo, ya que otras obras del mercado se especializan en uno u otro aspecto, sobre todo en los temas tecnológicos o pedagógicos, perdiendo así la visión global necesaria para entender lo que es un proyecto de e-learning.

Obra totalmente actualizada, trata con claridad los distintos temas en sus ocho capítulos, varios de ellos de índole práctico, en los que se describe como implantar una solución de e-learning en general, mientras que en el anexo se analiza la viabilidad económica de un modelo de negocio basado en la formación on-line. Entre los principales temas que aborda, están:

- Planificación estratégica
- El mercado del e-learning
- Formulación de estrategias de marketing
- Modelos de negocio
- El portal institucional
- Fidelización de clientes
- Plataformas y estándares de e-learning
- M-learning y otras tendencias

Por todo ello, constituye una importante referencia que facilita el conocimiento de qué se puede hacer y cómo se deben implantar las distintas técnicas, además de qué aspectos considerar para evitar tener problemas.

El nivel con el que están tratados los diversos temas se puede considerar como bajo-medio, sin entrar en complicados tecnicismos, fórmulas o algoritmos, pues si no hubiese sido imposible darle cabida a todos, ya que algunos de ellos requieren un libro completo para su estudio en profundidad.

Esto mismo hace que sea una obra muy adecuada para aquellos que quieran introducirse, en los entresijos de esta revolución de la formación a distancia que es el e-learning, tanto desde una perspectiva de marketing como tecnológica.