

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
CZĘŚĆ PIERWSZA	
e-Learning jako narzędzie edukacyjne	17
Rozdział 1	
Działalność edukacyjna w organizacjach	19
1.1. Tradycyjne rozumienie szkoleń w naukach o zarządzaniu	19
1.2. Dwa rodzaje szkoleń w organizacjach	23
1.3. Rozwijanie umiejętności pracowników poprzez różne rodzaje uczenia	27
Rozdział 2	
e-Learning jako kształcenie na odległość	32
2.1. Sposoby definiowania e-learningu	32
2.2. Kształcenie na odległość a samokształcenie – problem certyfikacji kompetencji	38
2.3. e-Learning jako sposób rozwiązania problemów kształcenia na odległość	41
2.4. Motywatory do wykorzystywania narzędzi e-learningowych	48
2.5. Motywowanie osób uczących się w kursach e-learningowych i w szkoleniach tradycyjnych	54
2.6. Jakie treści wymagają uzupełnienia nauczania e-learningowego przez szkolenia w sali	58

Rozdział 3

Typologie e-learningu ze względu na rodzaje komunikacji	63
3.1. Zróżnicowania komunikacyjne w e-learningu	63
3.2. Trzy typy rozumienia interaktywności w kursie e-learningowym	68
3.3. e-Learning trzeciego poziomu a strategię zarządzania wiedzą w organizacjach	71

Rozdział 4

Porównanie tradycyjnych i e-learningowych narzędzi dydaktycznych	77
4.1. Kwestionariusz autodiagnozy jako narzędzia e-learningu	77
4.2. Wykład i samouczek treści	81
4.2.1. Instrukcje	83
4.2.2. Prezentacja informacji	89
4.2.3. Podsumowanie dyskusji grupowej	95
4.3. Ćwiczenia symulacyjne	99
4.3.1. Definiowanie ćwiczeń symulacyjnych w polskiej literaturze szkoleniowej	99
4.3.2. Symulowanie rozmów jako typ ćwiczeń symulacyjnych	103
4.3.3. Symulacje stosowane w e-learningu	108
4.3.4. Symulacje stosowane w e-learningu w polskich przedsiębiorstwach	112

Rozdział 5

Fazy dojrzewania rynku e-learningu	115
5.1. Etapy rozwoju e-learningu w przedsiębiorstwach amerykańskich	115
5.2. Uczenie na życzenie i formy jego realizacji	127

CZĘŚĆ DRUGA

Praktyka e-learningu w Polsce	137
-------------------------------------	-----

Rozdział 1.

Tło – przykłady e-learningu ze sfery niekorporacyjnej	139
Przykład 1. Centrum Edukacji Obywatelskiej (CEO) – nauczanie przez działanie	139

Przykład 2. Przeciwstawne typy e-learningu na rynku akademickim w Polsce	149
2.1. Polski Uniwersytet Wirtualny (PUW)	149
2.2. Typy uniwersytetów internetowych w USA a PUW	154
2.3. e-Learning jako nowy model kształcenia akademickiego	161
2.4. Wirtualny Kampus UMCS, czyli oddolne budowanie e-learningu akademickiego	166
 Rozdział 2.	
Polski e-learning korporacyjny – dostawcy	172
Przykład 3. House of Skills	173
Przykład 4. Wiedzanet	177
Przykład 5. Smart Education	182
Przykład 6. MyNetwork Polska	185
Przykład 7. Instytut Edukacji Interaktywnej Estakada.pl sp. z o.o.	188
 Rozdział 3	
Rynek odbiorców szkoleń e-learningowych	198
Przykład 8. Telekomunikacja Polska SA	198
8.1. Początki e-learningu	198
8.1.1. Projekt CRM	198
8.1.2. Pierwsze projekty szkoleniowe	201
8.1.3. System kompetencyjny jako bodziec do rozwoju szkoleń e-learningowych	204
8.2. Zarządzanie szkoleniami i współczesność e-learningu w TP SA	204
Przykład 9. Bank Śląski	206
Kursy kompetencyjne	210
Rynek dostawców usług e-learningowych z punktu widzenia Banku Śląskiego	212
Przykład 10. X Polska	212
 Podsumowanie	
Praktyka e-learningu korporacyjnego w Polsce roku 2008	217

Konkluzje

Przyszłość wykorzystania narzędzi e-learningowych – próba prognozy	228
---	-----

Załącznik metodologiczny

Metodologia wykorzystywanych w pracy badań terenowych nad e-learningiem w Polsce	242
---	-----

1. Wprowadzenie – Uzasadnienie wyboru metodyki badań

terenowych	242
------------------	-----

2. Charakter wyników badania

245

3. Etapy badania

247

4. Charakter próby

250

5. Założenia i kontekst wywiadów

252

6. Cele i etapy wywiadów pogłębionych

254

7. Autoryzacja

255

8. Zestawienie wywiadów – respondenci i firmy

258

Literatura	259
------------------	-----

8