

## ESTUDIO Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO SOCIO-EDUCATIVO DE LA IMPLANTACIÓN DE LOS CURSOS ONLINE MASIVOS EN ABIERTO (MASSIVE OPEN ONLINE COURSES) EN LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA.

### 1. Objetivos o propósitos:

---

Mediante la presente investigación se pretenden llevar a cabo los siguientes objetivos:

- Describir las metodologías existentes en los cursos online masivos y abiertos.
- Analizar los beneficios y/o perjuicios que suponen los MOOC para los actores principales en su elaboración y publicación.
- Examinar las características aplicables a los MOOC.

### 2. Marco teórico:

---

La educación siempre ha sido un área privilegiada. ¿Acaso no es un privilegio participar en el desarrollo de las mentes jóvenes? Sin embargo, como en toda profesión, el docente se ve frenado por barreras que le limitan en el desarrollo de su trabajo. Las restricciones a las que hoy nos referimos, existentes en la enseñanza tradicional son la barrera del espacio y del tiempo. El tiempo que nos ha tocado vivir nos proporciona algunas herramientas que nos permiten romper o bordear esas barreras que, en ocasiones, dificultan la actividad docente. ¿Alguien se imaginaba que sería posible formar parte de un proceso educativo sin acudir al centro de estudios, estar virtualmente presente en una clase con compañeros virtuales o ver una sesión en distinto momento al que se produjo?

En la actualidad, los docentes no sólo tienen encomendado el desarrollo educativo de personas todas las edades gracias al concepto de educación permanente sino que además las tecnologías de la información la comunicación, comúnmente conocidas por TIC, les proporcionan las herramientas necesarias para llegar a personas que se encuentren en cualquier parte del planeta o tengan la disposición horaria contraria al docente.

El desarrollo de las TIC, las nuevas metodologías y las necesidades planteadas han propiciado el nacimiento de los Cursos Online Masivos y Abiertos, conocidos bajo el acrónimo MOOC.

Los entornos virtuales de aprendizaje han propiciado que las instituciones educativas vean las tecnologías como una parte esencial del servicio que han de ofrecer al alumnado. La búsqueda de nuevos métodos de financiación, como veremos más adelante o el

---

Organizado por:



populismo generado por las universidades que ofrecen MOOCs han abierto las puertas a la innovación educativa (Telefonica Learning Services, 2014).

Las metodologías empleadas en este tipo de aprendizaje pueden variar significativamente según los objetivos, contenidos y participantes del curso.

Existen opiniones divididas sobre el valor e importancia de los MOOC y sobre los objetivos de su implantación. Algunas personas argumentan que facilitan el acceso a la educación dándole un enfoque inclusivo mientras otros sugieren que los MOOCs son otra herramienta de marketing más utilizada en el sector universitario (Oliver, Hernández-Leo, Daza, Martín, & Albó, 2014).

### *Características metodológicas de los MOOC*

La evolución de los medios de comunicación y de las telecomunicaciones, y las nuevas tendencias educativas, allanaron el camino para que en 2007 llegase el primer curso masivo abierto online, cuyo autor fue David Wiley (Wikipedia, 2013).

La diferencia de modelo de diseño instructivo entre los primeros MOOC y los que sugirieron posteriormente ha dado lugar a que se clasifiquen en distintas categorías en función de la importancia de los elementos del curso: redes de comunicaciones, tareas y contenidos. Todos los MOOC están compuestos por estos elementos, sin embargo, la frecuencia de uso y la importancia de su utilización difiere entre 2 modelos (Universidad Carlos III, 2013).

La Universidad Carlos III de Madrid, a través de su Guía metodológica para la planificación, diseño e impartición de MOOCs expone las características de los dos tipos de MOOCs más populares.

#### ➤ *cMOOC:*

Se trata de los MOOC originales impartidos por Siemen, Downes y Cormier. Caracterizado por usar una pedagogía conectivista, no se centra tanto en los contenidos y la adquisición de competencias sino en la adquisición de conocimientos a través de las redes sociales, gracias a la interacción y colaboración entre sus participantes y al uso de recursos compartidos. Algunas de estas herramientas son los foros, blogs, documentos en línea, etc. Los cMOOC difícilmente pueden utilizar un sistema de evaluación tradicional (Cormier, 2010).

#### ➤ *xMOOC*

Se caracteriza por estar basados en los contenidos que cobran mayor importancia que el uso de las herramientas mencionadas. La adquisición de conocimientos

---

Organizado por:



mediante los recursos aportados por el profesor. Al igual que en los cMOOC se utilizan foros, blogs y otras herramientas que el profesor considere beneficiosa para el alumnado. La metodología pedagógica es instructivista y la evaluación sigue métodos automáticos. Este tipo de MOOC es el usado por las instituciones educativas que prevén matrículas masivas (Cormier, 2010).

Una de las grandes diferencias, ya mencionadas, entre estas corrientes de MOOC es el método de evaluación. Mientras que en los xMooc se establece una evaluación automática mediante la realización de cuestionarios, acompañada en ocasiones de la entrega al profesor de trabajos, los cMooc son mucho más abiertos. Los cMOOC pretenden responder a las necesidades formativas personales, y a la facilitación de la creación de una Red Personal de Aprendizaje (PNL) cuyos resultados no son comprobables por medio de pruebas objetivas, sino que va mucho más allá y se convierte en una extensión de las propias capacidades (MOOC.es, 2013).

### *¿Permiten los MOOCs diferentes características metodológicas?*

Hay diferentes características en los MOOC, del mismo modo que el alumnado presenta diferentes necesidades. Esto es lo más importante. En la elaboración de un MOOC ha de tenerse en cuenta el colectivo a quien se dirige. De este modo, se seleccionará la metodología más adecuada para beneficiar el proceso de enseñanza aprendizaje del grupo a quien se dirige, lo que hará disminuir las tasas de abandono del curso e incrementará el éxito del mismo.

Donald Clark, experto en formación e-learning y fundador del EpicGroupplc empresa líder en educación virtual en Reino Unido, ha desmenuzado las características inmersas en las metodologías MOOC existente creando lo que ha llamado ‘Taxonomía de 8 tipos de MOOC’:

#### *1. TransferMOOC*

Basado en la transmisión de conocimientos del mismo modo que en la enseñanza tradicional. Toman los cursos existentes y los transformas directamente en cursos MOOC. Pueden incluir conferencias, ejercicios y evaluaciones.

#### *2. MadeMOOCs*

Se trata de MOOCs más innovadores, que hacen mayor uso de herramientas y software interactivos. Las tareas utilizadas son de mayor calidad, procurando la interacción entre iguales. Utiliza la co-evaluación y el trabajo entre iguales.

### 3. *SynchMOOCs*

Formarían parte de este grupo los MOOCs que tienen fecha fija de salida con plazos establecidos para la elaboración de las tareas. Frecuentemente se realizan en torno al calendario escolar.

### 4. *AsynchMOOCs*

MOOCs no limitados por las fechas de inicio y finalización. Los usuarios pueden comenzar, finalizar e ir avanzando a su ritmo. Las ventajas pedagógicas de los MOOCs asíncronos es que pueden realizarse en cualquier momento y en cualquier lugar. Algunas personas piensan que estas medidas son una táctica para reducir las tasas de abandono.

### 5. *AdaptiveMOOCs*

Los MOOCs adaptativos o adaptados a las necesidades de aprendizaje del estudiante, utilizan algoritmos basados en la evaluación dinámica y la recopilación de datos. Se basan en redes de pre-requisitos que permite a los estudiantes seguir el itinerario personalizados de aprendizaje.

### 6. *GroupMOOCs*

Trata de fomentar el trabajo en equipo. Las actividades dejan de ser individuales para convertirse en actividades de resolución grupal.

### 7. *ConnectivistMOOCs*

Son los cMOOCs y xMOOCs vistos anteriormente.

### 8. *miniMOOCs*

Han aparecido MOOCs de duración inferior a 6 u 8 semanas, para contenidos y habilidades que no requieren plazos largos.

Las categorías elaboradas Clark no son excluyentes unas de otras sino que es posible, y lo normal es, que aparezcan combinadas.

### ***El beneficio económico MOOC***

El debate sobre la sostenibilidad de los MOOC o el beneficio económico que pueden aportar a las universidades está en pleno auge. Juan Luis Manfredi (2013) en su artículo *Escuelas de negocio y el futuro de la educación* afirma que la universidad que sea capaz de generar MOOCs exitosos popularizará la marca universitaria y con ello podrá obtener

Organizado por:



diferentes fuentes de ingresos. Además, propone métodos para que las universidades puedan obtener beneficio económico, que generarán impacto social y educativo, que se detallan a continuación:

- En busca del candidato idóneo: El acceso a resultados y ejercicios resueltos del alumnado, almacenados en la nube, puede resultar interesante a las empresas que busquen al candidato más adecuado para desempeñar determinadas funciones.
- Algunas de las plataformas educativas más conocidas referencian a sus mejores estudiantes a cambio de una retribución económica.
- Promoción del currículum de candidatos. Puede crearse una bolsa de empleo con el currículum de todas aquellas personas que estén buscando empleo. Se puede cobrar por la promoción del currículum o por algunos servicios Premium del modo que lo hacen las redes sociales profesionales.
- Empaquetamiento (Bundling) de asignaturas. Se elabora un itinerario de asignaturas que otorga la posibilidad de obtener una certificación. En éste caso cursar la mayoría de las asignaturas es gratis pero alguna de las asignaturas troncales podría ser de pago.
- Legitimar la autoría de un examen puede conllevar un gasto adicional. Algunas plataformas cobran más de 60 euros por usar Pearson VUE con este fin.
- El cobro por la obtención de certificados, del MOOC realizado, es una de las iniciativas recaudadoras más usadas.
- La educación online en ocasiones puede aumentar el nivel de dificultad del aprendizaje. Se puede proponer alguna sesión presencial voluntaria colectiva que el alumno que quiera asistir tenga que pagar previamente. Del mismo modo pueden realizarse tutorías privadas.
- La socialización, a través de un encuentro real, puede ser beneficiosa para los participantes. Es posible coordinar un encuentro, que pueda ser cobrado.
- Grados personalizados. Los grados en ocasiones no se adaptan a las inquietudes o intereses del alumnado. Sería posible cobrar por la gestión de itinerarios formativos personalizados.

Los MOOCs suponen un perfecto marketing para la universidad. Podrán hacer subir a la marca universitaria y transformar participantes de MOOCs en nuevos alumnos.

### 3. Metodología:

---

La metodología empleada durante la investigación es conceptual/teórica. Se ha recogido toda la información considerada más relevante que nos permita conocer detalladamente la situación en la que se encuentra el objeto de la investigación.

### 4. Discusión de los datos, evidencias, objetos o materiales

---

La existencia de diferentes características metodológicas aplicables a este formato de educación permite a las Instituciones educativas aplicar aquellas que considere más adecuadas y/o beneficiosas en la elaboración y publicación de un MOOC.

Del mismo modo, los participantes, deben conocer y valorar las ventajas que pueden obtener de realizar un MOOC elaborado por unas u otras universidades y los beneficios que proporciona paralelamente a los participantes la plataforma que gestiona su publicación.

### 5. Resultados y/o conclusiones

---

Los MOOC pueden no ser la panacea que inicialmente se pensó que podían suponer, sin embargo, es indudable que los beneficios que presentan no han dejado indiferentes ni a las instituciones o empresas generadoras de MOOC, ni a los participantes que día a día se suman en la participación en este formato de educación.

Las universidades siguen sin encontrar el modelo de negocio perfecto que permita a los MOOC ser rentables, pero poco a poco van encajando la necesidad de hacer frente a las demandas del alumnado y su viabilidad económica. Es cierto, que el beneficio puede no ser directo, como muchas instituciones educativas quisieran, aunque como hemos podido comprobar en el análisis de los beneficios y ventajas derivadas de la generación de MOOC de calidad, presentan beneficios indirectos que pueden traducirse en beneficios a corto y largo plazo.

Por otro último, las metodologías empleadas y las características que hemos analizado son diversas, por lo que los/as generadores de MOOC deben tener en cuenta antes de elaborar un MOOC, seleccionándolas según las necesidades y características de la población a quien se dirija el curso.



### 6. Contribuciones y significación científica de este trabajo:

---

La presente investigación analiza la situación actual de los MOOC en España, examinando los beneficios y/o perjuicios potenciales que los actores principales en su elaboración y publicación pueden experimentar.

Además, se pretende dar respuesta a algunos de los interrogantes que rodean los MOOC, como: ¿Qué metodología utilizar o cuál es la más adecuada? ¿Qué características debe contener “mi” MOOC? ¿Qué ventajas tiene generar un MOOC exitoso?, ¿Qué beneficios presenta a los participantes?, etc.

### 7. Referencias:

---

Clark, D. (16 de Abril de 2013). *Donald Clark Plan B*. Obtenido de <http://donaldclarkplanb.blogspot.com.es/2013/04/moocs-taxonomy-of-8-types-of-mooc.html>

Conole, G. (2013). *MOOCs as disruptive technologies: strategies for enhancing the learner experience and quality of MOOCs*. Leicester.

CORMIER, Dave et al. *What is a MOOC*. [Archivo de video]. 2010, 4:27. Disponible en: <https://sites.google.com/site/designthinkingmooc/how-to-mooc> [Consulta 06-06-2013].

Manfredi, J. L. (23 de Septiembre de 2011). *Las escuelas de negocio y el futuro de la educación*. Obtenido de ¿Dónde debe publicar un profesor?: <http://blogs.cincodias.com/escuelasdenegocio/2011/09/d%C3%B3nde-debe-publicar-un-profesor.html>

Manfredi, J. L. (24 de Enero de 2013). *Las escuelas de negocio y el futuro de la educación*. Obtenido de <http://blogs.cincodias.com/escuelasdenegocio/2013/01/el-reto-de-monetizar-los-mooc.html>

Manfredi, J. L. (24 de Enero de 2013). *Las escuelas de negocio y el futuro de la educación*. Obtenido de El reto de monetizar los #MOOC:

---

Organizado por:



# #CIMIE14

3er Congreso Internacional Multidisciplinar de Investigación Educativa

<http://blogs.cincodias.com/escuelasdenegocio/2013/01/el-reto-de-monetizar-los-mooc.html>

MOOC.es. (2013). *MOOC.es*. Obtenido de <http://www.mooc.es/cmoox-vs-xmooc/>

Oliver, M., Hernández-Leo, D., Daza, V., Martín, C., & Albó, L. (2014). *Panorama actual de los Cursos Masivos Abiertos en Línea de las universidades españolas.*, (pág. 33). Barcelona. Recuperado el 28 de Marzo de 2014, de <http://www.catedratelefonica.upf.edu/wp-content/uploads/2014/02/MOOCs-en-Espa%C3%B1a1.pdf>

Telefonica Learning Services. (2014). *MOOCs en España. Panorama actual de los Cursos Masivos Abiertos en Línea en las universidades españolas.* Madrid.

Universidad Carlos III. (2013). *Guía metodológica para la planificación, diseño e impartición de MOOCs.*Madrid.

Wikipedia. (2012). *Massive Open Online Courses*. Obtenido de [http://en.wikipedia.org/wiki/Massive\\_open\\_online\\_course](http://en.wikipedia.org/wiki/Massive_open_online_course)

Wikipedia. (5 de Septiembre de 2013). *Wikipedia*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Coursera>

---

Organizado por:

