

E-learning strategisch belangrijk

Nu e-learning het stadium van de kinderschoentjes stilaan ontgroeit, onderzoekt de School hoe ze het medium kan integreren in haar strategie. Met e-business en e-learning als rode draad doorheen zijn loopbaan is prof. dr. Steve Muylle de expert ter zake in de School die zich hierover buigt. In oktober 2006 werd hij ook tot partner van de Vlerick Leuven Gent Management School benoemd. Twee uitstekende redenen om bij hem aan te kloppen voor een interview.

Bedrijven kijken, enkele jaren na de internethype, veel realistischer naar het online gebeuren. Het aantal internetgebruikers is de voorbije jaren meer dan verdubbeld, terwijl het gebruik met 200 procent is gestegen. Mensen zoeken vooral naar informatie, kopen of verkopen. Ook e-learning vindt steeds meer ingang. Het online leren leed nochtans jaren onder een slechte naam. Bedrijven stelden immers e-learning gelijk met een cursus op cd-rom plaatsen en die naar de werknemers versturen. “Dat is intussen veranderd”, zegt Steve Muylle. “Wat je klassiek offline doet, kun je niet gewoon naar een online omgeving migreren.” De Vlerick Leuven Gent Management School krijgt vaak de vraag of het internet, en meer bepaald e-learning, een bedreiging vormt voor de School. “Het antwoord is meestal neen”, aldus Steve Muylle. “We merken wel dat hoe jonger het publiek is, hoe meer ze ervoor openstaan. Dus bekijken we nu in detail wat we op dat domein kunnen doen.”

Blended learning

Maar hebben onze Belgische deelnemers wel nood aan e-learning? Steve Muylle ging voor het antwoord naar Drexel University in de Verenigde Staten, die al sinds 1994 actief bezig is met e-learning. “Zij segmenteren hun markt en richten zich vooral naar mensen die veel reizen en drie of vier dagen per week elders zijn.” Volgens Steve Muylle heeft *blended learning* of gemengd leren een toekomst. De eerste les gebeurt face to face, daarna worden bijvoorbeeld negen lessen online gegeven en voor de laatste sessie komen de studenten weer in een klaslokaal samen. Ook een opfrissingcursus bijvoorbeeld kan perfect online gebeuren. “Bedrijven kunnen op die manier volgen welke werknemers deelgenomen hebben en dit in hun ontwikkelings- en promotieplan opnemen.”

Stapje voor stapje

De Vlerick Leuven Gent Management School onderzoekt drie pistes om e-learning in te voeren: ofwel via een partnership, bijvoorbeeld met Drexel University die al over de expertise beschikt, via een open source platform met de nodige ondersteuning of via licentie. Vast staat dat de School e-learning stapsgewijs zal invoeren. Steve Muylle maakt de vergelijking met de verschillende onderdelen van een zwembad. “In het ondiepe water is het veilig”, zegt hij. “Daar zetten we nu ook onze eerste stapjes. We plaatsen de foto en cv van de docent en het cursusmateriaal online en geven een overzicht van de cursusdoelstellingen. Het zijn allemaal zaken die normaal op papier staan. Er is weinig interactie, het gaat puur om informatie.” De tweede stap is de overgang naar het diepe water. Dan zou het de bedoeling zijn om een deel van de cursussen online te doceren, evenals bepaalde interacties zoals vragenlijsten

online te laten verlopen. Een laatste stap is het diepe van 3 meter. “Dit vanop de springplank bereiken zou gelijk staan met het onverwijld online aanbieden van een fulltime MBA”, legt Steve Muylle uit. “Maar dat is niet onze bedoeling. Misschien zullen we wel bepaalde modules online brengen, als daar in een bepaalde niche, markt of segment behoefte aan is.”

Kritische succesfactoren

De Vlerick Leuven Gent Management School mikt met e-learning op Masters- en MBA-studenten en een bedrijfsspecifiek publiek. Steve Muylle ziet verschillende kritische succesfactoren. Een eerste is de technologie. “Die mag niet in de weg komen staan van de docent en de deelnemers. Het moet vlot en veilig verlopen en de privacy moet gegarandeerd worden.”

Een tweede factor is het zogenaamde *instructional design*. De les moet al eens offline gegeven zijn, vooraleer het online vertaald kan worden naar iets dat werkt. “Je moet de cursus aanpassen aan het medium”, legt Steve Muylle uit. “Het moet visueel aantrekkelijk zijn, maar ook op een didactische manier overgebracht worden. E-learning is veel meer dan de inhoud op het internet zetten. Daarnaast moet je ook een team hebben dat je maximaal ondersteunt. Geen pure techneuten, maar mensen die ook weten hoe les te geven. Je dient een aantrekkelijk verhaal te brengen dat consistent in elkaar zit.”

Bij e-learning kan in dezelfde tijdspanne meer inhoud gegeven worden, want de lesgever wordt niet afgeleid door het publiek. “Je moet natuurlijk wel interactiepunten invoegen via e-mail, chatsessies of bulletin boards waar studenten vragen kunnen stellen”, zegt Steve Muylle. “Ten slotte, om de faculty te overtuigen moet je natuurlijk de incentivestructuren aanpassen. Professoren hebben een jaarlijkse teaching load. Wat gebeurt er als hun lessen online geplaatst worden?”

Langetermijnstrategie

Het aantal internetgebruikers en het gebruik van het internet stijgt gestaag. Generaties raken steeds meer vertrouwd met het medium. Toch is er nog geen acute vraag naar e-learning. “Daar mogen we ons niet op blind staren”, zegt Steve Muylle. “We moeten immers op lange termijn denken. Denk aan de verschillende stappen in het zwembad. We moeten leren zwemmen in het diepe. Dat betekent dat we een zwembrevet nodig hebben, niet alleen om boven water te blijven, maar ook om records te zetten en een topspeler te zijn onder de Europese business-scholen. E-learning is één van de zaken die daartoe kan bijdragen. Anders missen we de boot. Via e-learning zullen we ook efficiënter kunnen werken en de schaarse middelen – professoren met hun expertise – op een productieve manier inzetten.”

Steve Muylle zou het online gebeuren binnen het concept van student relationship management willen plaatsen. “Wanneer iemand op de Vlerick Leuven Gent Management School terechtkomt, maakt die na afloop van een langlopend programma deel uit van de alumni. Het zou mooi zijn, om naar analogie met CRM, die persoon op te volgen en informatie te geven: wanneer verandert iemand van job, in welke sector is hij actief, kunnen we die persoon sectorspecifiek onderzoek opsturen, enzovoort. Op die manier kun je die

persoon blijven volgen in zijn werkcyclus en de vinger aan de pols houden”, besluit Steve Muylle.

Wie is prof. dr. Steve Muylle?

Steve Muylle startte zijn carrière als assistant professor op de Vlerick Leuven Gent Management School op 1 september 2000. Hij kwam toen net terug uit de Verenigde Staten, waar hij sinds 1998 PhD-student was in Electronic Commerce and Internet Marketing aan de Vanderbilt University. Doceren, onderzoek en netwerking behoorden tot de drie kerntaken. Hij richtte ook het European Centre for e-Business Studies (ECeBS) op.

In 2004 werd hij bevorderd tot associate professor, omwille van de verdiensten van zijn lesgeven, onderzoek en het oprichten van het onderzoekscentrum. Intussen sloot hij ook een contract met 3M dat het competentiecentrum marketing van de School uitgekozen had als hub of excellence om in Europa, het Midden-Oosten en Afrika verscheidene honderden marketing professionals op te leiden.

In 2005 werd Steve Muylle voorzitter van het competentiecentrum marketing, waar 17 mensen zich continu inzetten om studenten, deelnemers, en klanten tevreden te stellen middels de integratie van hoogstaand kwalitatief academisch onderzoek met hands-on praktijkervaring.

Op 25 oktober 2006 benoemde de Vlerick Leuven Gent Management School Steve Muylle tot partner. “De titel is niet noodzakelijk hoger dan die van associate professor”, voegt Steve Muylle er nog aan toe. “Het is evenwel een belangrijk parallel traject. Je verdient deze titel door de getoonde loyaliteit aan en betrokkenheid met de School.”

-einde inzet-