

Nova etapa no elearning à conquista de novos mercados

A empresa de formação Nova Etapa tem realizado vários filmes pedagógicos, para animar as suas ações de formação presenciais ou a distância. Um desses filmes começa por referir “que os portugueses sempre se esforçaram por estar numa relação direta com o saber e com as técnicas do seu tempo. No século catorze navegávamos em caravelas, hoje navegamos na internet”. Chama a atenção para a capacidade que os portugueses sempre evidenciaram e ainda para o potencial que a internet proporciona ao desenvolvimento do elearning e ao estímulo que pode dar às empresas do nosso país, para através dele conquistarem novos mercados.

A Nova Etapa acredita que o elearning é uma das apostas para o desenvolvimento de uma economia baseada no conhecimento. Ele

facilita a flexibilização, a interação e a aprendizagem colaborativa. A sociedade digital irá mudar a conceção da formação e o elearning já está a mobilizar competências que ajudam os participantes a melhorar o seu nível de vida, a formar as equipas nas organizações e a desenvolver talentos individuais.

Do seu curso de Formação Pedagógica de Formadores a Distância/elearning, já foram realizadas mais de seiscentas ações, tendo-se tornado num case study. Para além deste curso, a Nova Etapa, que está acreditada pela DGERT em todos os domínios da formação, incluindo a distância, disponibiliza mais de trinta cursos em elearning como por exemplo, Gestão da Formação, Marketing Management, Gestão



das Finanças Pessoais, Postura Profissional, Como Ser Criativo, Controlo Emocional, Comunicação Empresarial, eformador, Gestão do Tempo.

Os seus cursos de elearning, têm sido desenvolvidos para além de Portugal, na Romé-

nia e em Angola, onde neste momento estão a ser dinamizados os cursos Gestão de Conflitos e Trabalho em Equipa.

A grande adesão aos cursos da Nova Etapa deve-se não só ao cuidado posto na qualidade dos recursos e na sua organização, mas também ao facto dos responsáveis da empresa terem consciência, de que o saber está a ter cada vez mais um valor comercial. A formação tem que colocar em evidência custos e proveitos, e

apesar de ela não perder de vista os valores humanistas e a dignificação dos que nela participam, deve ser submetida a regras de rentabilidade, concorrência, produtividade, retorno dos valores envolvidos e a ter em conta as ideologias do mercado.