

Enseñanza de la asignatura Mercadotecnia mediante el uso de Virtu@I UNEXPO en Puerto Ordaz

Prado Linorkis

UNEXPO, Puerto Ordaz, Bolívar, Venezuela, cicunexpo@gmail.com

Acuña Lucymary

UNEXPO, Puerto Ordaz, Bolívar, Venezuela, acustodio@unexpo.edu.ve

Urdaneta Elizabeth

UNEXPO, Puerto Ordaz, Bolívar, Venezuela, ecurdaneta@unexpo.edu.ve

Custodio Angel

UNEXPO, Puerto Ordaz, Bolívar, Venezuela, acustodio@unexpo.edu.ve

ABSTRACT

The objective of this research was to develop a learning platform for the subject Marketing belonging to the eighth semester of industrial engineering. It is implemented in the Knowledge Manager Virtu @ I UNEXPO. The methodology used was to follow the steps of construction is the method ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluation) and asynchronous methods; later to make the planning of the course through instructional design. Access to the online course is done from any browser and any operating system, provided that the participant has internet access. The course will have a standard appearance and two distinct sections: Access to the virtual space where students conduct their activities and self-assessment section is controlled by students and teachers, including learning and individual development student throughout the course. With the implementation of the marketing course in virtual format is achieved continuous monitoring of the teaching-learning process of individual students, active learning is promoted, multidirectional communication both among students and with the teacher and given the opportunity for the student to participate actively in the learning process, evaluating the evolution and assimilation of concepts of matter.

Keywords: Virtual UNEXPO, marketing, teaching-learning process, multidirectional communication.

RESUMEN

El Objetivo de esta investigación fue desarrollar una plataforma de enseñanza para la asignatura Mercadotecnia perteneciente al octavo semestre de la carrera de ingeniería industrial. Está implementada en el gestor de conocimientos Virtu@I UNEXPO. La metodología utilizada fue seguir los pasos de construcción es el método ADDIE (Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación) y métodos asíncronos; para posteriormente realizar la planificación de la asignatura a través del diseño instruccional. El acceso al curso virtual se realiza desde cualquier navegador y cualquier sistema operativo, siempre y cuando el participante tenga acceso a internet. El curso tendrá una apariencia estándar y dos apartados bien diferenciados: El acceso al espacio virtual, donde los estudiantes realizan sus actividades; y el apartado de autoevaluación que es controlado por los estudiantes y los profesores, lo cual incluye el aprendizaje y evolución individual de cada estudiante a lo largo de la asignatura. Con la implementación de la asignatura mercadotecnia en formato virtual se consigue realizar un seguimiento continuo del proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de forma individual, se propicia el aprendizaje activo, la comunicación multidireccional tanto entre estudiantes como con el profesor y se le da la oportunidad al estudiante de participar de forma activa en su proceso de aprendizaje, valorando su evolución y asimilación de conceptos de la materia..

Palabras claves: Virtual UNEXPO, mercadotecnia, proceso enseñanza-aprendizaje, comunicación multidireccional.

1. INTRODUCCIÓN

El diseño de la asignatura Mercadotecnia está básicamente orientado a cumplir con la legislación existente y en correspondencia con la educación superior a distancia, como complemento de la asignatura, y a su vez, ofrecer un sistema educativo que no esté limitado por factores de tiempo y espacio, sino que, mediante el aprovechamiento de las TIC, y las herramientas de esa índole, el nuevo sistema de educación superior domine las barreras, de tiempo, espacio, y limitaciones geográficas (entre otras); permitiendo el avance de la educación superior sobre el concepto del constructivismo e innovaciones tecnológicas de la comunicación.

Previamente, Frade y Custodio [1] diseñaron un curso b-learning general en la cual se usa una plataforma de enseñanza educativa en MOODLE, donde se logró disminuir las debilidades de la educación presencial con la aplicación de TIC'S.

Linares y Custodio [2] diseñaron una plataforma de enseñanza para la asignatura Matemática IV basada en MOODLE. Se logró colocar a disposición del estudiante, material de estudio que puede revisar cuando lo desee, siempre y cuando dispongan de una conexión a internet, lo cual ofrece al estudiante la oportunidad de tener el tiempo que considere pertinente para el estudio de los contenidos dados en clases.

En julio de 2009 nace el programa de educación a distancia Virtu@al UNEXPO de Puerto Ordaz con el objeto de construir la plataforma tecnológica, educativa, administrativa y humana necesaria para la Universidad Virtual del Vicerrectorado [3]. Luego, para estandarizar el proceso de elaboración de las clases se presentó una metodología para el diseño instruccional [4], y para elaborar laboratorios académicos se presentó la arquitectura de un sistema para prácticas didácticas [5].

2. OBJETIVO

En esta investigación se permite diseñar la asignatura Mercadotecnia en formato virtual, a través de la plataforma Virtu@1 UNEXPO, con el fin de romper con las barreras de tiempo y espacio que representa el sistema tradicional de enseñanza.

El plan de estudios de la cátedra está generalmente estructurado en ocho casos: mercadotecnia, entorno de la mercadotecnia, la investigación de mercado, segmentación de mercado, el producto, canales de distribución, el precio, promoción y ventas personales. Los cuales semana a semana los estudiantes van desarrollando en forma grupal, y el resto de sus compañeros van participando a través de foros, cuestionarios y lecciones en el sistema virtual y realizando talleres presenciales.

Como resultado se obtuvo la implementación de la asignatura Mercadotecnia en el sistema Virtu@1 UNEXPO totalmente lista para ser usada tanto en forma virtual, o presencial con reforzamiento a distancia. Utilizando como herramientas, los chat, foros, páginas web, páginas de texto, lecciones, cuestionarios y wiris como editor de fórmulas.

3. DISEÑO

Este diseño se lleva a cabo bajo la aplicación del método ADDIE, que comprende el análisis, diseño, desarrollo, e implementación de la asignatura mercadotecnia, éste diseño consta de cinco fases, las primeras cuatro corresponden a las mencionadas anteriormente, y la fase de evaluación que en esta investigación no se ejecutó, por razones de tiempo, pero que debe ejecutarse una vez que se halla implementado y probado en el semestre regular.

La primera fase comprende el análisis de la asignatura, las herramientas con las que cuenta el estudiante para con iniciar la asignatura, los conocimientos previos generados de otras asignaturas, las limitaciones físicas de la institución, las limitaciones culturales, y las herramientas que son necesarias para lograr las competencias pautadas para la asignatura.

La fase de diseño corresponde a la planificación establecida por período universitario, utilizando el diseño instruccional, que consta de una tabla creada utilizando la herramienta Excel, en la cual se establecen los recursos, los materiales, y las competencias en una planificación semanal dentro de otra proyección semestral.

La fase de Desarrollo del método ADDIE, se ejecuta utilizando la herramienta power point, para preparar las clases que componen los temas que serán impartidos en cada semana, lo más didáctica posible, utilizando aplicaciones de power point, recopilando la información adecuada a los temas que contempla el pensum de la especialidad a la que pertenece la asignatura.

La fase de Implementación se produce utilizando la plataforma de educación a distancia virtual unexpo, para esto se realizó el curso virtual unexpo para conocer y utilizar las aplicaciones y beneficios que ofrece.

A continuación se presenta un diagrama general donde se visualizan las etapas que constituyen el proyecto y luego se procede a describir cada una de éstas por separado, con la finalidad de suministrar al lector mayor información en cuanto al funcionamiento de las mismas.

Diagrama general

La figura 1 muestra un diagrama general del proyecto donde se distinguen las siguientes partes:



Fig.1: Esquema general del Proyecto

En este diagrama se muestra que para crear una asignatura en el modo virtu@l lo primero con lo que se debe contar es con el diseño instruccional, ya que de este se desprende la planificación como tal de la asignatura. Una vez que se cuenta con este diseño totalmente estructurado se puede proceder a la inserción de las clases, asignaciones, actividades y las diversas herramientas que el profesor considere necesario para lograr un mejor entendimiento de los alumnos. Todo esto soportado bajo la plataforma de Moodle.

Diseño Instruccional

Se realizó una formulación del diseño Instruccional para dar respuesta a un modelo de enseñanza-aprendizaje que ofrezca una participación más incluyente para el estudiante, en la misma medida que se goce de un acercamiento mayor entre profesor y alumno. Al establecer un diseño instruccional básico se inicia el desarrollo de las clases con el contenido específico, para lograr cumplir con las competencias establecidas, además se presentan asignaciones a realizar fuera del aula de clases y guías de ejercicios propuestos para que el estudiante se vea en la obligación de estudiar y resolver los problemas permitiendo el desarrollo de habilidades en el tema.

En el diseño instruccional se especifican las competencias, contenido y sistema evaluativo dispuestos en columnas dentro de un archivo Excel, el cual está conformado por 16 semana de clases y cada semana de clases divididas en días para establecer de manera organizada como se encuentra estructurado el contenido programático de la asignatura y el material de apoyo usado en cada sesión de clase.

Desarrollo

Se elaboró un árbol de directorios, donde se ubicaron las 16 semanas del semestre, y en cada semana se compusieron los recursos y actividades asociadas. De tal forma que quedó patente los materiales didácticos necesarios para el curso. Utilizando Microsoft PowerPoint se virtualizaron los VIII temas del curso. Los temas se digitalizaron por unidad, salvo algunas excepciones; (para las unidades I, III, V, VIII que se dividen en dos y hasta tres presentaciones por unidad), considerando el contenido de cada unidad que a su vez se dividen en temas (Figura 2).



Fig.2: Presentación Unidad I

4. IMPLEMENTACIÓN

El sistema de gestión de educación a virtual muestra una ventana constituida por tres columnas principales (figura 3): una columna central donde se muestra el diagrama de la asignatura en el formato previamente establecido, también se muestra la descripción de cada tema de acuerdo al formato establecido, los enlaces de los recursos y actividades correspondientes al tema desarrollado en ese ítem, una columna izquierda formada por paneles de: personas, administración, y cursos. Una columna derecha que contiene paneles novedades, eventos y actividad reciente.

Debe destacarse que en el panel central es donde se ubican las 16 semanas del curso. La primera destacada es la introducción del curso donde se explica en que consiste la materia. Seguidamente viene una organización semanal, la cual está estructurada de la siguiente manera:

- a. Título de la semana y tema
- b. Introducción de las competencias de la semana.
- c. Explicación de como se ejecutará la semana.
- d. Lista de recursos a usar por el estudiante
- e. Lista de actividades que deberán desarrollarse.

Entre los recursos se listan objetos creados en power point, Word o Excel, documentos pdf u otros suficientemente didácticos.

En el caso de las actividades se pueden realizar foros, discusiones grupales, elaboración de investigaciones y trabajos, glosario de términos, entre otras de tipo colaborativo.

También es importante destacar que se incorpora en la columna lateral un notificador de actividades para orientar al docente cuando los alumnos suben o ejecutan una asignación. Mientras que también se incorpora un evaluador o calificador de cada uno de los alumnos.



Figura 3. Estructura del aula virtual diseñada

5. RESULTADOS

El Curso Mercadotecnia virtual está estructurado en un diagrama semanal donde el estudiante verá cada semana el tema correspondiente. En cada semana el estudiante dispone de un archivo descargable y la actividad complementaria del tema, y adjunto las instrucciones por cada semana.

En las figuras siguientes se muestran las presentaciones que verá el estudiante durante las tres primeras semanas del semestre en la asignatura mercadotecnia de la herramienta virtual unexpo.

En la semana cero (0) o tema de introducción (figura 4): en esta semana el estudiante dispone de varios recursos descargables, del contenido de la asignatura, una presentación en power point donde se dan a conocer algunos aspectos importantes de la asignatura a modo de introducción de la asignatura, un foro de noticias como actividad complementaria habilitado para que el estudiante pueda hacer alguna observación sobre la planificación de la asignatura, y finalmente dispone de otro archivo descargable donde aparecen las pautas del proyecto final de la asignatura.

Seguidamente se muestra la semana 1 (figura 5), inicialmente se encuentran una breve introducción sobre el tema e instrucciones sobre los archivos y las actividades complementarias, y una discusión del tema correspondiente a esa semana.

Diagrama semanal

Semana 0:

Tema 0: La Mercadotecnia (Introducción)

Bienvenido al curso: Mercadotecnia, en esta sesión aprenderás los conceptos básicos que desarrollaremos a lo largo de todo el curso!!!



Foro de Noticias

Contenido Mercadotecnia

Introducción_Mercadotecnia

Pautas para presentación del proyecto final

Fig. 4. Mercadotecnia, virtu@1 unexpo Diseño del Curso Semana 0 o Introducción.

Al igual que el resto de las semanas el estudiante dispone de tres archivos descargables que componen el tema 1: La mercadotecnia, con su respectiva actividad complementaria (cuestionarios).

Para la semana dos (figura 5) se tiene la siguiente estructura, en este ítem el estudiante cuenta con el tema 2: El entorno de la mercadotecnia; anexo encontrarán las instrucciones para los archivos derivados de ese tema, sus actividades complementarias y la discusión correspondiente al tema.

En el servidor la plataforma de enseñanza presenta un funcionamiento adecuado y satisfactorio. El acceso a la plataforma se podrá realizar desde cualquier navegador y desde cualquier sistema operativo (MS-Windows, MacOs, GNU/Linux y otros).

El hecho de que este entorno virtual sea de código abierto significa que se puede modificar, crear y añadir módulos y aplicaciones específicas en función de las necesidades que pueden ir apareciendo en la cátedra, a la vez que se puede compartir con otros usuarios registrados, por lo que el profesor pueden introducirse en el diseño y la forma de llevar el conocimiento hasta sus alumnos, a la vez que se facilitan los mecanismos mediante los cuales el material de aprendizaje y las actividades de evaluación son realizadas por el estudiante.

- Calificaciones
 - Grupos
 - Copia de seguridad
 - Restaurar
 - Importar
 - Reiniciar
 - Informes
 - Preguntas
 - Archivos
 - Quitar de Mercadotecnia Perú!
- Mis cursos** 5
- El Diseño Instruccional para Educación a Distancia 2da Cohorte
 - Implementación de Cursos en el Sistema de Gestión de Aprendizajes Virtuales UNEXPO 2da Cohorte
 - Mercadotecnia
 - Modelo de Aprendizaje para Educación a Distancia
 - Virtuales UNEXPO para Profesores

30 de marzo - 30 de marzo

Semana 1:

Tema I: La Mercadotecnia

En este tema aprenderás definiciones de Mercadotecnia, sus elementos, evolución, y algunos conceptos relacionados con el tema; cada uno de estos tiene una actividad que deben ejecutar; descarga los tres archivos adjuntos correspondientes al tema I, completa el cuestionario de cada tema, y posteriormente descarga el resto de los archivos del caso I que deben de subir en el foro de esta semana.



- La Mercadotecnia
- Cuestionario 1 Elementos de la Mercadotecnia
 - La Mercadotecnia 1.1
 - Cuestionario 2: Evolución de la Mercadotecnia
 - La Mercadotecnia 1.2
 - Cuestionario 3: Conceptos de Mercadotecnia
 - Caso_1_1 parte

Fig. 4. Semana 1, Tema 1: La Mercadotecnia

30 de marzo - 5 de abril

Semana 2:

Tema II: El Entorno de la Mercadotecnia

En esta semana conocerás los factores que influyen en la toma de decisiones de mercadotecnia, y como se comportan!!!

Puedes descargar el Archivo Adjunto para que descubras cuales son estos factores.



- Tema II Entorno de la Mercadotecnia
- Cuestionario 4: El Entorno de la Mercadotecnia
 - Caso 2_parte I
 - Caso 2_parte II
 - Caso 2_parte III
 - Foro II: Discusión de Caso II

Fig. 5. Semana 2, Tema 2: El Entorno del Marketing

6. CONCLUSIONES

Habiendo culminado el presente trabajo se establecen las conclusiones, mediante el establecimiento y la ejecución de las actividades, métodos, objetivos, y metodología; se logró el diseño de la asignatura mercadotecnia utilizando el sistema de gestión de educación a distancia virtual unexpo, mediante la aplicación del método ADDIE.

Este trabajo tiene un significado importante para la institución debido a que le permite el avance del cumplimiento de una normativa legal, y a su vez contribuir al desarrollo de nuevos proyectos en el área de educación superior a distancia, empleando las nuevas tecnologías de información para llevar un sistema de educación de vanguardia.

Por otra parte, el uso de las tecnologías de información complementa el sistema educativo actual, ya que se hace más flexible en razones de tiempo y espacio, y permite al estudiante estar enterado de las novedades de su asignatura, es decir, aprovecha los beneficios que ofrecen las nuevas tecnologías, para flexibilizar el diseño del sistema educativo.

Este trabajo presume ser de ayuda como una herramienta con la que cuenta el docente para hacer sus clases más interactivas, herramienta que el docente puede aprovechar para beneficiar a sus estudiantes, y promover el aprendizaje constructivo.

El diseño de esta asignatura servirá de base para iniciar otros proyectos y diseños de otras asignaturas que contribuyan al desarrollo del sistema educativo semipresencial, en la Unexpo Puerto Ordaz.

REFERENCIAS

- A. Custodio, "Metodología de Implementación del Aprendizaje para Fortalecer la Enseñanza de la Ingeniería en la Educación Semi-presencial" Ninth LACCEI Latin American and Caribbean Conference, Medellin, Colombia, 2011.
- M. Frade, A. Custodio, "Diseño e implementación de un entorno virtual de aprendizaje en la plataforma Moodle para el apoyo a las actividades presenciales, semipresenciales o 100% a distancia de los estudiantes de Ingeniería Electrónica de la UNEXPO Puerto Ordaz" Trabajo de Grado UNEXPO Puerto Ordaz, Venezuela 2009.
- A. Linares, A. Custodio, "Plataforma de enseñanza basada en Moodle para uso universitario de la asignatura mediciones industriales en la UNEXPO Puerto Ordaz" Trabajo de Grado UNEXPO Puerto Ordaz, Venezuela 2010.
- M. Manzanilla, A. Custodio, "Diseño e implementación de un sistema de gestión educativo en la plataforma moodle para el apoyo a las actividades de educación a distancia de los estudiantes de ingeniería de la Unexpo Puerto Ordaz". Trabajo de Grado, UNEXPO Puerto Ordaz, Venezuela, 2011.
- E. Urdaneta, A. Custodio, "Diseño de la arquitectura de un scada didáctico para realizar prácticas virtuales en ingeniería". ASOVAC 2011, Maracay, Venezuela, 2011.

Authorization and Disclaimer

Authors authorize LACCEI to publish the paper in the conference proceedings. Neither LACCEI nor the editors are responsible either for the content or for the implications of what is expressed in the paper.