

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
VICERRECTORADO
DIRECCIÓN DE POSGRADO



**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGISTER EN EDUCACION
SUPERIOR**

**ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS PARA EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO EN LA
ASIGNATURA DE MARKETING ESTRATÉGICO EN LA CARRERA DE
INGENIERÍA COMERCIAL UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**

Postulante: Erika Silvana Bustillos Vega

Tutor: MSc. Elizabeth Julieta Ponz Sejas

COBIJA-PANDO-BOLIVIA

2025

DEDICATORIA

Dedico esta tesis de maestría a Dios, a mis padres, a mis hijos y a mi esposo. Su apoyo y contribuciones han sido esenciales en este camino hacia la excelencia académica.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por su guía y fortaleza, a mis padres por su amor incondicional, a mis hijos por su comprensión y paciencia, y a mi esposo por su apoyo inquebrantable. Sus contribuciones han sido invaluable y han hecho posible la culminación de esta etapa en mi vida.

También, expreso mi más profundo agradecimiento a todos los docentes de la Maestría en Educación Superior de la Universidad Amazónica de Pando, por todas las enseñanzas impartidas.

Asimismo, agradezco a mi tutora, la MSc. Elizabeth Julieta Ponz Sejas, por su dedicación, paciencia y orientación, que han sido fundamentales en cada etapa de la elaboración de mi tesis.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
GENERALIDADES.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Situación problemática.....	3
1.1.2 Pregunta de investigación	5
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivo general.....	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
1.3 OBJETO DE ESTUDIO.....	5
1.4 DELIMITACIÓN.....	6
1.4.1 Delimitación temática	6
1.4.2 Delimitación temporal.....	6
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.5.1 Justificación social	6
1.5.2 Justificación académica.....	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1 LA FORMACIÓN INTEGRAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR	8
2.1.1 Constructos teóricos de la formación integral.....	8
2.1.2 Importancia de la formación integral en la Educación Superior	11
2.2 EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE.....	13
2.2.1 Teorías del proceso enseñanza aprendizaje.....	17
2.2.2 Los elementos del proceso enseñanza aprendizaje	21

2.2.3	El proceso enseñanza aprendizaje en Educación Superior	22
2.3	TEORÍAS DEL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO	24
2.3.1	Teoría del Aprendizaje Significativo de Ausubel	24
2.3.2	Teoría de Jerome Bruner	25
2.3.3	Teoría de Lev Vygotsky	27
2.3.4	Teoría de Howard Gardner	28
2.3.5	Teoría de Carl Rogers	30
2.4	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS EN EL DESARROLLO DEL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE	31
2.4.1	Concepciones teóricas de Estrategias didácticas	32
2.4.2	Características de Estrategias didácticas de aprendizaje	34
2.4.3	Clasificación de Estrategias didácticas de aprendizaje	35
2.5	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS PARA EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO	41
2.5.1	Aprendizaje Basado en Problemas	42
2.5.2	Aprendizaje colaborativo	42
2.5.3	Aprendizaje Basado en Proyectos	43
CAPÍTULO III		45
CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN		45
3.1	UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO	45
3.2	CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL	47
3.2.1	Características generales del rediseño curricular con relación a la macro y microcurricula	48
3.2.2	Contexto de la asignatura de Marketing estratégico	65
CAPÍTULO IV		67
MARCO METODOLÓGICO		67
4.1	IDEA A DEFENDER	67
4.2	OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORÍAS	67
4.3	ENFOQUE METODOLÓGICO	70
4.4	TIPO DE INVESTIGACIÓN	70
4.5	MÉTODOS TEÓRICOS	70

4.6	MÉTODOS EMPÍRICOS	70
4.7	TÉCNICA.....	71
4.7.1	Técnica de la encuesta.....	71
4.7.2	Técnica de la entrevista estructurada	71
4.8	UNIDAD DE ANÁLISIS.....	72
4.9	POBLACIÓN Y MUESTRA	72
4.9.1	Población.....	72
4.9.2	Muestra.....	72
CAPÍTULO V		74
RESULTADOS		74
5.1	RESULTADOS PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES.....	74
5.1.1	Frecuencia y utilización de estrategias didácticas por el docente en clases.....	74
5.1.2	Efectividad de las estrategias didácticas para facilitar el aprendizaje....	75
5.1.3	Preferencias de los estudiantes sobre estrategias utilizadas en clases....	76
5.1.4	Estrategias didácticas que contribuyen a la comprensión de los temas ...	77
5.1.5	Adaptabilidad de estrategias didácticas de acuerdo a necesidades y estilos de aprendizaje de los estudiantes.....	78
5.1.6	Aspectos importantes para evaluar una estrategia didáctica	80
5.1.7	Retroalimentación sobre su aprendizaje después de aplicar estrategias didácticas	81
5.1.8	Claridad del propósito de estrategias didácticas utilizadas en las clases por el docente.....	82
5.1.9	Percepción sobre el beneficio de las estrategias didácticas en el proceso de enseñanza aprendizaje.....	83
5.1.10	Recomendaciones para mejorar el uso de estrategias didácticas en clases.....	84
5.2	RESULTADO DE LA ENCUESTA AL DOCENTE.....	86
5.2.1	Estrategias didácticas utilizadas con mayor frecuencia en la práctica docente.....	86
5.2.2	Consideración para la selección de estrategia didáctica para la clase....	87

5.2.3 Consideraciones para evaluar la efectividad de una estrategia didáctica.....	88
5.2.4 Adaptación de las estrategias didácticas a las necesidades individuales de los estudiantes.....	89
5.2.5 Evaluación del impacto de las estrategias didácticas en el aprendizaje de los estudiantes.....	90
5.2.6 Desafíos que enfrenta al aplicar estrategias didácticas en el desarrollo de sus clases	91
5.2.7 Consideraciones sobre la importancia de la formación continua en metodologías y estrategias didácticas para el desarrollo profesional como docente.....	92
5.2.8 Grado de satisfacción general con la aplicación de estrategias didácticas en sus clases.....	93
5.2.9 Importancia del aprendizaje significativo en el proceso de enseñanza aprendizaje.....	93
5.2.10 Recomendaciones para mejorar aplicación de estrategias didácticas en el PEA	94
5.2.11 Tipo de apoyo o recursos que necesita para implementar con éxito estrategias didácticas innovadoras en las clases	95
5.3 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA AL DIRECTOR DE CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL.....	96
CAPÍTULO VI	99
PROPUESTA	99
6.1 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	99
6.2 PLAN GENERAL DE LA ASIGNATURA MARKETING ESTRATÉGICO.....	100
CAPÍTULO VII.....	118
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	118
7.1 CONCLUSIONES.....	118
7.2 RECOMENDACIONES	120
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	121

ANEXOS	129
Glosario	137

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Malla curricular.....	60
Figura 2 Componentes del proyecto formativo.....	63
Figura 3 Tipos de saberes.....	64
Figura 4 Frecuencia y utilización de estrategias didácticas por el docente en clases.....	74
Figura 5 Efectividad de las estrategias didácticas para facilitar su aprendizaje	75
Figura 6 Preferencia de los estudiantes en cuanto a las estrategias utilizadas en clases	76
Figura 7 Comprensión de los temas a través de las estrategias didácticas.....	77
Figura 8 Adaptabilidad de estrategias didácticas de acuerdo a necesidades y estilos de aprendizajes de los estudiantes	79
Figura 9 Aspectos importantes para evaluar una estrategia didáctica.....	80
Figura 10 Retroalimentación sobre su aprendizaje después de aplicar estrategias didácticas	81
Figura 11 Claridad del propósito de estrategias didácticas utilizadas en las clases por el docente.....	82
Figura 12 Percepción sobre el beneficio de las estrategias didácticas en el proceso de enseñanza aprendizaje.....	83
Figura 13 Recomendaciones para mejorar el uso de estrategias didácticas en clases.....	85
Figura 14 Estrategias didácticas utilizadas con mayor frecuencia en la práctica docente	86
Figura 15 Consideración para la selección de estrategias para la clase	87
Figura 16 Consideraciones para evaluar la efectividad de una estrategia didáctica.....	88
Figura 17 Adaptación de las estrategias didácticas a las necesidades individuales de los estudiantes	89
Figura 18 Evaluación del impacto de las estrategias didácticas en el aprendizaje de los estudiantes	90
Figura 19 Desafíos que enfrenta al aplicar estrategias didácticas del desarrollo de sus clases.....	91
Figura 20 Consideraciones sobre la importancia de la formación continua en metodologías y estrategias didácticas para el desarrollo profesional como docente	92
Figura 21 Grado de satisfacción general con la aplicación de estrategias didácticas en sus clases.....	93
Figura 22 Importancia del aprendizaje significativo en el proceso de enseñanza aprendizaje	94
Figura 23 Propuesta en base a los resultados	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Conceptos didácticos</i>	14
Tabla 2 <i>Elementos del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje (PEA)</i>	15
Tabla 3 <i>Pasos del proceso de enseñanza-aprendizaje</i>	23
Tabla 4 <i>Clasificación de las estrategias didácticas de aprendizaje</i>	36
Tabla 5 <i>Competencia global familia laboral 1</i>	52
Tabla 6 <i>Competencia global familia laboral 2</i>	55
Tabla 7 <i>Competencia global familia laboral 2</i>	57
Tabla 8 <i>Plan de estudios</i>	61
Tabla 9 <i>Evidencia para el logro de desempeño</i>	64
Tabla 10 <i>Recomendación para mejorar la aplicación de estrategias didácticas en el PEA</i> ..	94
Tabla 11 <i>Recursos para implementar con éxito estrategias didácticas innovadoras en las clases</i>	95
Tabla 12 <i>Resultado de la entrevista al director de carrera de Ingeniería Comercial</i>	96
Tabla 13 <i>Propuesta de estrategias didácticas para el aprendizaje significativo</i>	103

RESUMEN

El aprendizaje significativo en la educación universitaria se destaca por su capacidad para mejorar la calidad educativa al integrar los conocimientos previos de los estudiantes. Esta práctica permite que el sentido y significado que los estudiantes otorgan a la nueva información se base en su experiencia anterior, facilitando así una comprensión más profunda y una mejor retención, lo que les permite aplicar lo aprendido en su vida cotidiana.

Con el objetivo de reforzar el proceso de enseñanza-aprendizaje en marketing estratégico para los estudiantes de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando, esta investigación diseñó estrategias didácticas que fomenten el aprendizaje significativo. Siendo que es esencial para que los futuros profesionales enfrenten los desafíos del mercado laboral y contribuyan al desarrollo económico y social de la región.

La investigación, es de enfoque mixto y descriptiva-propositiva, aplicó métodos teóricos y empíricos. Los resultados resaltan la importancia de una formación integral y la preparación laboral, explorando teorías de aprendizaje como el conductismo, cognitivismo, constructivismo y el aprendizaje significativo, este último liderado por Ausubel, que enfatiza la conexión entre nueva información y conocimientos previos.

En los hallazgos se identificó una falta de uniformidad en las estrategias didácticas aplicadas en la asignatura, lo que subraya su relevancia para la comprensión y participación estudiantil. También, se destaca la necesidad de colaboración continua entre docentes y estudiantes para mejorar el proceso educativo. Se han delineado los componentes de las estrategias didácticas y se ha diseñado una propuesta que involucra a los estudiantes en la aplicación de conceptos en contextos laborales. Estas estrategias promueven la reflexión crítica, la colaboración y la toma de decisiones estratégicas, adaptándose a las necesidades individuales y preparando a los estudiantes para los desafíos del mundo empresarial.

Palabras claves: estrategias didácticas, aprendizaje significativo, marketing estratégico.

ABSTRACT

Meaningful learning in higher education is distinguished by its ability to enhance educational quality by integrating students' prior knowledge. This practice allows the sense and meaning that students assign to new information to be based on their previous experiences, thereby facilitating deeper understanding and better retention, which enables them to apply what they have learned in their daily lives.

With the aim of reinforcing the teaching-learning process in strategic marketing for students of Commercial Engineering at the Universidad Amazónica de Pando, this research designed didactic strategies that promote meaningful learning. This is essential for future professionals to confront the challenges of the labor market and contribute to the economic and social development of the region.

The research employs a mixed-methods and descriptive-propositional approach, applying theoretical and empirical methods. The results highlight the importance of comprehensive training and job preparation, exploring learning theories such as behaviorism, cognitivism, constructivism, and meaningful learning, the latter led by Ausubel, which emphasizes the connection between new information and prior knowledge.

Findings identified a lack of uniformity in the didactic strategies applied in the course, underscoring their relevance for student comprehension and participation. Additionally, the need for continuous collaboration between teachers and students to enhance the educational process is emphasized. The components of the didactic strategies have been outlined, and a proposal has been designed that involves students in the application of concepts in workplace contexts. These strategies promote critical reflection, collaboration, and strategic decision-making, adapting to individual needs and preparing students for the challenges of the business world.

Keywords: Didactic strategies, significant learning, strategic marketing.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los docentes enfrentan un desafío significativo al intentar incorporar estrategias centradas en los programas de estudio de la educación superior, especialmente en aquellas asignaturas que combinan teoría y práctica. Su objetivo es desarrollar enfoques innovadores para la enseñanza, con la finalidad de evitar que el aprendizaje de los estudiantes se vuelva monótono y puramente técnico. Por lo tanto, no se trata únicamente de crear estrategias adecuadas, sino también de aplicarlas de manera efectiva y en el momento pertinente, adaptándolas a los contenidos específicos. (Dorado & Erazo, 2021).

De acuerdo a la investigación realizada por Hattie & Marsh (2011) refieren que el aprendizaje significativo, al centrarse en la comprensión profunda de los conceptos, promueve un aprendizaje más efectivo y duradero en comparación con enfoques más superficiales; asimismo, Anderson et al. (2018) enfatizan que el aprendizaje significativo facilita la transferencia de conocimientos a nuevas situaciones, lo que es crucial en el contexto de la ingeniería comercial, donde los estudiantes deben aplicar sus conocimientos en entornos empresariales cambiantes y diversos.

A pesar de los beneficios evidentes, la implementación del aprendizaje significativo en la educación superior enfrenta desafíos específicos en el contexto de la ingeniería comercial, investigaciones como la de Khine & Saleh (2016) mencionan que la cantidad de información y la desconexión entre los conocimientos previos y nuevos pueden obstaculizar el logro del aprendizaje significativo. En este sentido, se hace necesario explorar estrategias didácticas innovadoras y adaptadas a las demandas específicas de la ingeniería comercial para superar estos desafíos y promover un aprendizaje más profundo y efectivo para los estudiantes.

Es así que, para abordar estos desafíos, investigaciones más recientes han explorado estrategias didácticas específicas para fomentar el aprendizaje significativo en la ingeniería comercial, como la de Brown & Edmondson (2020) investigaron el impacto de la integración de casos de estudio del mundo real en el currículo de ingeniería comercial. Sus hallazgos sugieren que los casos de estudio auténticos pueden proporcionar a los estudiantes oportunidades concretas para aplicar los conceptos teóricos en contextos empresariales reales, lo que facilita la construcción de significado y promueve un aprendizaje más profundo y relevante. Estas investigaciones

destacan la importancia de explorar enfoques innovadores y contextualizados para promover el aprendizaje significativo en la formación de ingenieros comerciales en el siglo XXI.

En ese sentido, es fundamental fomentar el aprendizaje significativo en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de Ingeniería Comercial, en la asignatura de Marketing Estratégico de la Universidad Amazónica de Pando.

La presente investigación consta de siete capítulos que a continuación se describe el contenido de cada uno de ellos:

El Capítulo I, aborda las generalidades de la investigación, como el planteamiento del problema, la formulación del problema, objeto de estudio, los objetivos, la delimitación, teórica, temporal, espacial y la justificación.

El Capítulo II, contiene el marco teórico que sustenta la investigación, el capítulo III el contexto de la investigación, capítulo IV marco metodológico, constituido por el enfoque, el tipo de investigación, las técnicas de recolección de datos, la unidad de análisis y la muestra.

El Capítulo V, presenta los resultados de la investigación de acuerdo a los objetivos específicos planteados en la investigación, en el capítulo VI se desarrolla la propuesta en base a los resultados de la investigación y en el capítulo VII se consideraron las respectivas conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 *Situación problemática*

La sociedad ha presenciado cambios significativos, lo cual ha generado una necesidad inmediata de adaptación por parte del sistema educativo. Las demandas educativas han progresado para adecuarse a nuevos avances tecnológicos, científicos, culturales y sociales. Entre las exigencias que impactan en la educación es que las instituciones educativas representan espacios donde los estudiantes tienen la oportunidad de adquirir conocimientos, desarrollar habilidades, capacidades y actitudes que sean valiosas y pertinentes para su desarrollo personal (Fondos, 2003).

En el siglo XXI, las universidades tienen la responsabilidad de ofrecer una formación de alta calidad que prepare a los estudiantes para los desafíos del mundo actual. Esto requiere la adopción de metodologías y estrategias didácticas efectivas para promover un aprendizaje significativo. Además, es crucial que las instituciones educativas se adapten y transformen constantemente sus prácticas educativas para mantenerse al día con los avances tecnológicos y los cambios en la sociedad y la comunicación (Palacios, 2006)

De acuerdo al perfil profesional del ingeniero Comercial en el rediseño curricular de la carrera es un comprometido con el desarrollo socioeconómico regional, nacional e internacional. Es emprendedor y competente en el manejo de herramientas modernas para tomar buenas decisiones en la gestión estratégica y operativa del marketing de la empresa, tomando en cuenta siempre las necesidades del mercado y la búsqueda de la optimización del uso de los recursos, con el propósito de agregarle valor a la organización, en el marco de la sostenibilidad, con un enfoque de equidad de género, e interculturalidad, por lo que una asignatura troncal en su formación es el Marketing Estratégico .

En el ejercicio de la profesión del Ingeniero Comercial, se requieren habilidades en diversas disciplinas, desde administración hasta ética empresarial, utilizando enfoques multidisciplinarios e interdisciplinarios. Además, es fundamental que el Ingeniero Comercial pueda gestionar eficientemente los recursos humanos y materiales, mientras desarrolla una

personalidad proactiva y creativa para liderar procesos y alcanzar los objetivos organizacionales establecidos (Viteri et al., 2016).

Considerándose al Ingeniero Comercial como un administrador de la productividad, desde la perspectiva estatal y empresarial, es fundamental potenciar las habilidades profesionales de los estudiantes y fomentar su desarrollo a lo largo de su carrera, a través de la resolución de problemas en el aula. Esto permitirá que el estudiante externalice el proceso de construcción del conocimiento, convirtiendo conceptos, proposiciones y ejemplos en acciones tangibles mediante la interacción con el docente. (Costa y Moreira, 2001).

Siendo importante la aplicación de estrategias didácticas adecuadas durante el proceso de enseñanza, caso contrario los estudiantes pueden tener dificultades para comprender el contenido, perder interés, motivación, participar menos y obtener resultados académicos limitados, siendo indispensable que los docentes deben capacitarse en estrategias apropiadas y adaptarlas al contenido y a los estudiantes para promover un proceso de enseñanza y aprendizaje efectivo. (Londoño & Calvache, 2010).

Revisados los documentos de los proyectos formativos y en particular de la asignatura de Marketing estratégico de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando UAP, se evidenció que en esta planificación didáctica no se encuentran las estrategias didácticas desarrolladas para el aprendizaje significativo, como también de acuerdo a información proporcionada por el actual coordinador de carrera no existe un manual o guía específica para los docentes sobre cómo llevar a cabo esta planificación.

Esta limitación en la planificación de estrategias didácticas para el aprendizaje significativo en la asignatura de Marketing Estratégico, limita la vinculación de conocimientos con el contexto laboral reduce la motivación y participación de los estudiantes, como también tiene su efecto en el desarrollo del pensamiento crítico y el aprendizaje significativo como refiere Chipana (2011).

El docente al no utilizar estrategias didácticas adecuadas durante el proceso de enseñanza, los estudiantes tendrán dificultades para comprender el contenido, perderán interés, motivación, su participación será incipiente y los resultados académicos serán limitados, teniendo un aprendizaje poco efectivo como refieren Londoño & Calvache (2010).

En base a lo expuesto, surge el problema de investigación que se detalla a continuación en el siguiente apartado.

1.1.2 *Pregunta de investigación*

¿Cómo promover el aprendizaje significativo en el proceso enseñanza aprendizaje en la asignatura de Marketing Estratégico en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando, en la gestión 2023?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 *Objetivo general*

Diseñar estrategias didácticas para promover el aprendizaje significativo en el proceso enseñanza aprendizaje en la asignatura de Marketing Estratégico en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando, en la gestión 2023.

1.2.2 *Objetivos específicos*

- ✓ Analizar las concepciones teóricas sobre estrategias didácticas para el aprendizaje significativo en el proceso enseñanza aprendizaje en Educación Superior
- ✓ Caracterizar las estrategias didácticas aplicadas en la asignatura de Marketing Estratégico de la carrera de Ingeniería Comercial.
- ✓ Establecer los componentes que conforman las estrategias didácticas para el aprendizaje significativo en la asignatura de Marketing Estratégico de la carrera de Ingeniería Comercial.

1.3 OBJETO DE ESTUDIO

Para la presente propuesta se tiene como sujeto de estudio a las estrategias didácticas para el aprendizaje significativo en la asignatura de Marketing Estratégico en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando, gestión 2023.

Se entiende por estrategia didáctica, al conjunto de acciones planificadas y organizadas que el docente utiliza para facilitar el proceso de enseñanza y aprendizaje. Estas estrategias buscan promover la comprensión, participación y motivación de los estudiantes, adaptándose a sus necesidades y características. Pueden incluir diversos enfoques y técnicas, como el uso de recursos visuales, trabajo en grupo y aplicación de tecnología. El objetivo principal es generar un ambiente de aprendizaje efectivo, donde los estudiantes adquieran habilidades y competencias de manera significativa. (UNED, 2005).

Dado que la carrera de Ingeniería Comercial se basa en el enfoque de competencias, resulta fundamental integrar estrategias didácticas en la micro-currícula de formación. Estas estrategias no solo fomentan un aprendizaje significativo, sino que también contribuyen al desarrollo de habilidades y competencias, facilitan la transferencia de conocimientos y estimulan la motivación e interés de los estudiantes. Además, dichas estrategias generan un entorno de aprendizaje efectivo y significativo, en línea con los objetivos de la formación basada en competencias.

1.4 DELIMITACIÓN

1.4.1 *Delimitación temática*

Las estrategias didácticas para el aprendizaje significativo son enfoques y métodos pedagógicos basados en la teoría de Ausubel, que buscan promover la construcción activa y profunda del conocimiento en los estudiantes. Estas estrategias se centran en relacionar la nueva información con los conocimientos previos relevantes de los estudiantes, generando conexiones significativas entre los conceptos nuevos y existentes. El objetivo es fomentar la comprensión, la reflexión y la aplicación práctica del contenido, permitiendo que los estudiantes construyan su propio aprendizaje de manera activa y significativa. (Chipana, 2011).

1.4.2 *Delimitación temporal*

La investigación se realizó en la gestión académica 2023.

1.5 JUSTIFICACIÓN

1.5.1 *Justificación social*

En un mercado globalizado que se caracteriza por una constante innovación tecnológica, resulta fundamental establecer estrategias de marketing efectivas. Estas estrategias permiten a las empresas destacarse y asegurar su supervivencia y prosperidad a largo plazo, al tiempo que se busca atraer y satisfacer a una mayor cantidad de clientes. Para lograrlo, es necesario contar con una clara visión y enfoque en la captación de clientes satisfechos mediante la aplicación profesional de las estrategias de marketing. (López & Molina, 2011).

En este contexto, es crucial que las estrategias de marketing sean gestionadas de manera profesional, garantizando el manejo efectivo de los recursos necesarios. Esto contribuye a lograr una mejora continua en la calidad de los productos y servicios ofrecidos en el dinámico mercado de la industria tecnológica. (López & Molina, 2011).

Siendo fundamental de acuerdo a los autores referidos promover el conocimiento en el ámbito de la ingeniería comercial, especialmente en la asignatura de marketing estratégico. Para lo que, se requiere implementar estrategias didácticas adecuadas que faciliten la comprensión y aplicación de los conceptos claves. Estas estrategias didácticas permiten que los estudiantes adquieran un conocimiento profundo y significativo sobre cómo desarrollar e implementar estrategias de marketing efectivas de acuerdo al contexto laboral y demandas emergentes.

1.5.2 *Justificación académica*

De acuerdo al rediseño curricular de la carrera de Ingeniería Comercial del 2019 el docente debe planificar estrategias didácticas acorde a cada contenido para la alineación con los objetivos de aprendizaje, diversificación de enfoques pedagógicos, estimulación del interés y la motivación, la adaptación a las necesidades de los estudiantes y la promoción de la comprensión profunda.

La importancia de esta indagación radica en la necesidad de mejorar la calidad del proceso de enseñanza y aprendizaje en este campo específico. Al desarrollar estrategias didácticas centradas en el aprendizaje significativo, se busca potenciar la comprensión profunda y la aplicación práctica de los conceptos de marketing estratégico por parte de los estudiantes que contribuirá a formar profesionales más competentes para enfrentar los desafíos del mercado laboral y contribuir al desarrollo económico y social de la región amazónica. Además, al abordar esta necesidad específica en el contexto de la Universidad Amazónica de Pando, se fortalece la relevancia y pertinencia de la educación superior en la región, promoviendo el acceso a una formación de calidad que responda a las demandas locales y regionales.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

En este apartado se desarrolla aspectos teóricos y conceptualizaciones que permitirán fundamentar la propuesta diseñada para la presente tesis.

2.1 LA FORMACIÓN INTEGRAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

2.1.1 *Constructos teóricos de la formación integral*

La educación formal se distingue por su enfoque en la formación integral del individuo, abarcando todos los aspectos de su desarrollo (Maya, 2003).

Campo & Restrepo (1999) refieren que la formación integral, es una formación dirigida específicamente hacia el ser humano. Que está formado por diversas dimensiones que se interrelacionan y se desarrollan constantemente, dimensiones que están presentes en todas las áreas de la vida, como mencionan Campos & Restrepo (1999); Morin (1999); Remolina et.al (2001).

La formación integral parte del principio de que toda acción educativa debe promover el crecimiento del individuo en su totalidad. Por lo tanto, no se privilegia la inteligencia sobre la afectividad, ni el desarrollo individual sobre el social, ni se separa la imaginación de la acción.

La formación integral busca:

El desarrollo armónico, aunque todas las dimensiones del individuo se despliegan de diferente manera, con distinta intensidad, en diversos tiempos. El desarrollo de la totalidad debe darse como el desarrollo de la unidad del ser humano, para descubrir y potenciar sus talentos de modo que cada quien sea lo que pueda en el contexto de la totalidad de su ser (Campo & Restrepo, 1999, p. 186).

Orozco (1999) menciona que la formación integral implica una educación que se enfoca en el desarrollo de todas las dimensiones de la persona. Los centros de educación superior se dedican principalmente a garantizar que los estudiantes adquieran las competencias relacionadas con su profesión elegida, lo cual es indiscutible. Sin embargo, los aspectos relacionados con la formación como ser humano no se ofrecen de manera tan evidente.

La formación integral es un enfoque educativo que busca desarrollar en el estudiante la capacidad de actuar autónoma y responsablemente en su contexto social, promoviendo su

compromiso con la transformación personal y social. Esta práctica implica un compromiso colectivo en la institución educativa, donde la interacción constante entre estudiantes y docentes genera transformaciones significativas en el conocimiento, las habilidades, el pensamiento crítico y los valores. Además, se destaca la importancia de ofrecer asignaturas que promuevan valores culturales y estéticos, eliminando la distinción entre estas y las demás asignaturas, ya que todas las acciones en el centro educativo tienen un carácter formativo. (Orozco, 1999).

Rincón (1999) define la formación integral como un estilo educativo que, además de transmitir conocimientos, proporciona elementos para el desarrollo personal, teniendo en cuenta las características, condiciones y potencialidades individuales de cada estudiante. De esta manera, la educación contribuye al desarrollo de las dimensiones ética, espiritual, cognitiva, afectiva, comunicativa, estética, corporal y sociopolítica. Es así que este autor resalta que:

Esto no quiere decir que se considere necesario separar el desarrollo de cada una de las dimensiones puesto que el acto de educar debe partir con la idea de que el ser humano está en formación y así brindar una educación que no descuide nada de su integralidad. Por ende, se requiere plantear estrategias que permitan el crecimiento de la persona. (p. 188).

En el contexto de la carrera de Ingeniería Comercial y Marketing Estratégico, es fundamental destacar que la formación integral implica adquirir tanto conocimientos técnicos como habilidades en áreas éticas, comunicativas y sociopolíticas, con el objetivo de enfrentar los desafíos laborales de manera efectiva.

Los estudiantes deben desarrollar habilidades críticas y éticas, aplicando estrategias de marketing de manera responsable y considerando el impacto social y ambiental de sus acciones. Esta perspectiva les permite tener una visión holística de su profesión y contribuir al desarrollo sostenible y ético en las organizaciones (Rivera, 2021).

La formación integral se define como "una perspectiva de aprendizaje intencionada, tendiente al fortalecimiento de una personalidad responsable, ética, crítica, participativa, creativa, solidaria y con capacidad de reconocer e interactuar con su entorno para que construya su identidad cultural" (Olazarán, 2013).

Según Ruiz (2003), la función básica de la formación integral radica en:

Explorar cada una de las dimensiones que componen al ser humano, las cuales están presentes en cada experiencia de vida, tanto dentro como fuera del ámbito académico. El objetivo último de la formación integral es promover el crecimiento humano a través de un proceso que abarca una visión multidimensional de la persona y busca desarrollar aspectos como la inteligencia emocional, intelectual, social, material y ética-valorativa (p. 39).

La formación integral del ser humano se basa en la influencia de pensadores como Sócrates, Platón y Aristóteles, quienes defendieron la educación como un proceso que abarca todos los aspectos de la vida. Estos filósofos consideraban que la educación debía estar enraizada en la esencia humana y en la sociedad, ya que el ser humano es por naturaleza un ser social y político. Por lo que, la educación griega estableció que el desarrollo humano está intrínsecamente vinculado con las características de la vida política y social. (Jaeger, 2001, p. 232).

La educación integral del ser humano en la antigua Grecia se caracterizaba principalmente por ser jerarquizada. Se enfocaba en una formación integral que abarcaba diferentes aspectos. Comenzaba con la gimnasia, que se refería a la educación física o del cuerpo, continuaba fortaleciendo el espíritu a través de las artes y se preocupaba por el cuidado del alma mediante la práctica de una ética impecable. Finalmente, culminaba en la formación filosófica, que se reflejaba en la participación ciudadana y la influencia política. (Hernández, 2016).

El objetivo de la formación profesional en el ámbito educativo es preparar a los jóvenes para su inserción en el mercado laboral, brindando una formación integral y actualizada. Es crucial que esta formación se realice en entornos laborales reales, donde los estudiantes puedan observar y desempeñar funciones propias de su especialidad. Sin embargo, en el diseño curricular universitario, especialmente en carreras de ingeniería, se ha puesto mayor énfasis en el desarrollo de habilidades técnicas, descuidando la formación en valores éticos. Es fundamental que el currículo académico considere una dimensión ética y valorativa, no relegándola a un segundo plano en el proceso de formación en valores. (Hernández, 2016).

Según Hernández (2016), se comprende que:

La formación del ser humano comprende el desarrollo del espíritu, a través de la cultura; del intelecto, mediante la vida académica; de los sentimientos y emociones, por la convivencia y la vida artística; de la integridad física, a través del deporte y la orientación para la salud; y de la vida social, mediante actividades cívicas. (p. 15).

Las instituciones educativas tienen la responsabilidad de adoptar un enfoque académico diferente al tradicional y diseñar un proyecto innovador que integre el desarrollo teórico, los

planteamientos curriculares, la formación docente y los aspectos didácticos. La formación integral debe abordar aspectos ideológicos, como la solidaridad y la conciencia personal y colectiva, así como aspectos epistemológicos, como la teoría del conocimiento y la relación entre el sujeto y el conocimiento.

A pesar de la inclusión de asignaturas axiológicas, éticas y humanísticas en los planes de estudio, los estudiantes no les otorgan la importancia necesaria y los docentes se limitan a enseñar el contenido programático. Esto resulta en una formación integral deficiente, donde los profesionales tienen una sólida formación académica, pero carecen de valores y ética. Esto puede conducir a dificultades en la gestión de conflictos laborales y personales, generando desafíos a lo largo de su vida. (Hernández, 2016).

2.1.2 Importancia de la formación integral en la Educación Superior

Según Escobar et.al (2010), la formación integral, va más allá de la capacitación profesional, aunque la incluye. Es un enfoque o forma de educar. La educación que brinda la universidad es integral en la medida en que enfoque a la persona del estudiante como una totalidad y que no lo considere únicamente en su potencial cognoscitivo o en su capacidad para el quehacer técnico o profesional. El ámbito de la formación integral es el de una práctica educativa centrada en la persona humana y orientada a cualificar su socialización para que el estudiante pueda desarrollar su capacidad de servirse en forma autónoma del potencial de su espíritu en el marco de la sociedad en que vive y pueda comprometerse con sentido histórico en su transformación (p. 80).

De igual manera, la concepción de esto mismos autores, manifiesta que la relación entre formación integral y socialización se destaca al considerar el papel de la universidad en la exposición del estudiante a la experiencia de socialización secundaria. Aunque la socialización primaria proporciona la base para la construcción de la realidad socialmente significativa de cada individuo, es importante tener en cuenta cualquier proceso posterior que introduzca al individuo ya socializado a nuevos sectores del mundo objetivo, así como los factores que intervienen en ellos, como la afectividad y el lenguaje.

Asimismo, Escobar et.al (2010) mencionan que la acción de una educación integral no permite la creación de un mundo subjetivo del estudiante partiendo de la nada ni es el único instrumento a través del cual la persona asume el mundo en que vive para modificarlo luego, ni mucho menos le posibilita adquirir una identidad personal por encima de la ya adquirida inicialmente.

La educación obra sobre una interioridad preformada. La estrategia educativa busca familiarizar al estudiante, tratando de incorporar valores como parte de su experiencia vital y primordial en el hogar. Además, es beneficioso que la acción educativa universitaria aborde las inconsistencias entre la socialización primaria y secundaria, considerando la diversidad y heterogeneidad de las experiencias de socialización de los estudiantes. En la formación integral, es importante generar procesos de identificación y familiaridad que reflejen los procesos naturales de la socialización primaria. Sin embargo, dada la existencia de diversos sistemas de identificación y familiaridad en el contexto institucional y en la sociedad global, no es posible establecer una única pauta de formación.

La formación integral en la educación superior es crucial para el desarrollo personal en todas las dimensiones del individuo. Además de adquirir conocimientos académicos, los estudiantes exploran aspectos intelectuales, emocionales, éticos, sociales y físicos, lo que les permite conocerse mejor y fortalecer habilidades interpersonales y emocionales. Esta formación también promueve la ciudadanía responsable, fomentando habilidades como el pensamiento crítico, la ética y la conciencia ciudadana, así como valores fundamentales como la justicia social y la solidaridad.

La formación integral en la educación superior también se centra en la adaptabilidad y la empleabilidad. Además de habilidades técnicas y conocimientos especializados, se enfoca en habilidades transferibles como el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo, que son valoradas en el mercado laboral actual. Asimismo, se aborda el bienestar y la calidad de vida de los estudiantes, considerando aspectos relacionados con la salud emocional y física, promoviendo estilos de vida saludables y el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.

Esta formación integral prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos y presiones que puedan surgir a lo largo de su vida, contribuyendo a una mejor calidad de vida en general. (Escobar et al., 2010).

Por lo que, la formación integral en la educación superior es esencial para el desarrollo completo de los estudiantes, la formación de ciudadanos comprometidos, la empleabilidad y adaptabilidad, así como el bienestar y la calidad de vida. Este enfoque va más allá de la

adquisición de conocimientos técnicos y se preocupa por el crecimiento integral de los individuos en todas las áreas de sus vidas.

En el contexto de la presente investigación se puede manifestar que, la formación integral en la educación superior juega un papel crucial en la formación del Ingeniero Comercial, específicamente en el ámbito de Marketing Estratégico, puesto que proporciona el desarrollo personal, las habilidades interpersonales, el pensamiento crítico, la ética y la responsabilidad social, así como la adaptabilidad y la actualización constante necesarias para tener éxito en el campo del marketing estratégico.

2.2 EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Según Contreras (1999), el proceso de enseñanza-aprendizaje es un tema de suma importancia y refiere:

Que es simultáneamente un fenómeno que se vive y se crea desde dentro, esto es, procesos de interacción e intercambio regidos por determinadas intenciones (...), en principio destinadas a hacer posible el aprendizaje; y a la vez, es un proceso determinado desde fuera, en cuanto que forma parte de la estructura de instituciones sociales entre las cuales desempeña funciones que se explican no desde las intenciones y actuaciones individuales, sino desde el papel que juega en la estructura social, sus necesidades e intereses (...) siendo un sistema de comunicación intencional que se produce en un marco institucional y en el que se generan estrategias encaminadas a provocar el aprendizaje (p.23).

Torre (2001) refiere que se identifican distintas concepciones didácticas asociadas a los procesos de enseñanza-aprendizaje, entre las cuales se encuentran la perspectiva comunicativa, la sistémica y la referente al currículum. Estas concepciones constituyen diversos enfoques para comprender las interacciones entre el docente, el estudiante, los contenidos, las estrategias y las prácticas educativas que son:

-La primera de estas concepciones enfatiza la importancia de la comunicación como el principal medio de transmisión educativa, siendo esencial para el proceso de enseñanza y aprendizaje que exista una comunicación efectiva entre el profesor y el estudiante.

-La segunda concepción adopta un enfoque sistémico, donde los elementos que intervienen en el proceso se consideran como partes de un sistema dinámico y abierto. Estos elementos

incluyen las entradas, como los contenidos y recursos, los procesos de enseñanza y aprendizaje, y las salidas, que se refieren a los resultados y aprendizajes obtenidos.

-Por último, la perspectiva curricular se centra en los objetivos o metas que se desean alcanzar en el proceso educativo, así como en los pasos o acciones necesarios para lograrlos. En este sentido, el currículum juega un papel fundamental al definir los contenidos, las estrategias pedagógicas y las evaluaciones destinadas a alcanzar los objetivos educativos.

La tabla que se presenta a continuación ofrece una visión general de elementos fundamentales en el ámbito del proceso enseñanza-aprendizaje. En ella se abordan aspectos clave como la concepción didáctica, la orientación, los modelos y los diseños instruccionales. Estos elementos son de vital importancia para comprender y optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya que influyen directamente en la manera en que se planifica, desarrolla y evalúa la enseñanza, así como en cómo los estudiantes adquieren y asimilan los conocimientos. A través de esta tabla, se busca proporcionar una herramienta práctica que permita visualizar y analizar de manera organizada estos componentes esenciales del proceso educativo. (Torre, 2001).

Tabla 1

Conceptos didácticos

Concepción Didáctica	Orientación	Modelos	Diseños instruccionales
Comunicativa	Lineal	Receptivo Expositivo Catequético	Herbart Lección Conferencia Ausubel
	Circular	Socrático	Heinemann Watzlawick
	Interactiva	Holodinámico Helicoidal	Berlo Hennings Berstein Barnes Titone R. Diéguez Medina
Curricular	Interpretat.	Deliberativo	Etnográfico Schwab Walker Stenhouse Elliot

Sistémica	Sociocrítica	Emancipadora	Freire
	Tecnológico	Tecnológicos	Skinner Gagné
	Normativa	Estructurales Procesuales	Carroll Kaufman Tyler Romiszowski
	Funcional	Psicocéntrico- Sociocéntrico	Decroly Montessori Freinet
	Cognitiva	Cognitivos Comprensivo	Hunt Royce Bruner Feurstein Raths Snow Entwistle Novak

Fuente: Torre (2001)

Las concepciones didácticas permiten orientar la planificación curricular, guiar la selección de estrategias de enseñanza, promover la participación activa de los estudiantes y facilitar la evaluación del aprendizaje. Son marcos conceptuales que ayudan a los docentes a comprender y mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje en función de los objetivos educativos y las necesidades de los estudiantes. (Torre, 2001).

Tabla 2

Elementos del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje (PEA)

Elementos del PEA	Significado	descripción Autores
Contenidos, competencias y el currículo.	Responden a la interrogante: ¿Qué enseñar? y son el conjunto de temáticas, informaciones o tópicos (datos, sucesos, conocimientos, habilidades, conductas actitudes o competencias) que se enseñan y se aprenden a lo largo del proceso educativo	Medina y Salvador (2009), Rodríguez y Pando (2011), Torres y Girón (2009), Vélchez, (2004), Cañedo (2008).

	en base al Currículo Nacional o Institucional.	
Metodología	Es el componente que integra los demás elementos del proceso de enseñanza – aprendizaje. Responde básicamente a las interrogantes: ¿Cómo enseñar? y ¿cómo aprender?	Medina y Salvador (2009), Rodríguez y Pando (2011), Torres y Girón (2009), Cañedo (2008).
Objetivos	Constituyen el ¿Para qué? del proceso de enseñanza – aprendizaje. Lo que debe alcanzar o lograr el estudiante.	Medina y Salvador (2009), Rodríguez y Pando (2011), Torres y Girón (2009), Cañedo (2008).
Medios	Son los recursos que se utilizan para materializar los métodos o estrategias de enseñanza – aprendizaje, responden a las interrogantes: ¿Con qué enseñar? y ¿con qué aprender? En este apartado se incluyen los recursos tecnológicos.	Medina y Salvador (2009), Rodríguez y Pando (2011), Torres y Girón (2009), Cañedo (2008), Vargas (2017).
Planificación	Es un documento organizativo o plan didáctico que le permite al docente anticiparse sobre el acto pedagógico que llevará a cabo para propiciar y evaluar el PEA.	Medina y Salvador (2009), Rodríguez y Pando (2011), Torres y Girón (2009), Vílchez, (2004), Cañedo (2008).
Evaluación	Es el elemento que permite medir, regular, ajustar y replantear el proceso de enseñanza – aprendizaje, es decir, permite obtener resultados de los logros alcanzados. Es por ello, que responde a las interrogantes: ¿Qué se logró?, ¿Qué se debe mejorar?, ¿Qué resultados se obtuvieron?	Medina y Salvador (2009), Rodríguez y Pando (2011), Torres y Girón (2009) y (Vílchez, 2004), Cañedo (2008).
Protagonistas del PEA	Están representados por los docentes, estudiantes y por	Medina y Salvador (2009). Torres y Girón (2009),

	las relaciones que estos actores educativos guardan entre sí.	Estupiñan, Carpio, Verdesoto y Romero (2016).
Contexto	Se refiere a las formas de organización y funcionamiento institucional; a la infraestructura y materiales educativos disponibles; y, al medio geográfico, económico, cultural y social, así como el clima del aula.	Torres y Girón (2009). Rodríguez y Pando (2011), Álvarez (1999).

Fuente: Osorio et.al (2022).

Según Pinto (2012), todos los elementos involucrados en el proceso de enseñanza-aprendizaje se relacionan y convergen en lo que se denomina acto didáctico. El acto didáctico se define como las intervenciones educativas que adquieren una orientación pedagógica a través de la interacción de todos los elementos implicados en el proceso, como los participantes (docentes y estudiantes), el material, el contexto, los contenidos y los métodos, entre otros. Este enfoque destaca que el acto didáctico es el punto central donde ocurren las dinámicas de enseñanza y aprendizaje. Es en este contexto donde se establece la interacción entre los participantes, se seleccionan y utilizan los recursos pedagógicos, se diseñan y aplican estrategias de enseñanza, y se abordan los contenidos de manera significativa y contextualizada.

2.2.1 Teorías del proceso enseñanza aprendizaje

En el marco de las teorías que fundamentan el proceso de enseñanza-aprendizaje, se hará mención específicamente a algunas relacionadas con el objeto de estudio de esta investigación, las cuales se describen a continuación.

2.2.1.1 El conductismo

En líneas generales, el conductismo se define como una corriente de pensamiento que se dedica al estudio sistemático de la conducta. Su enfoque epistemológico se basa en el empirismo-positivismo, lo que implica que se apoya en la exploración sistemática y la experiencia para generar teorías. El término conductismo se atribuye a Watson, quien lo desarrolló como una respuesta a las teorías que atribuían la causa del comportamiento a la herencia o los instintos.

Además, Watson era crítico con la especulación y, por lo tanto, diseñó experimentos para observar la conducta de manera sistemática (Peñalosa, 2017).

En este orden de ideas, en 1913, Watson estableció los principios fundamentales del conductismo, los cuales son los siguientes:

La psicología debe basarse en datos empíricos, por lo que el estudio de la conducta observable es la única forma de investigación válida.

La conducta se compone de estímulos y respuestas, ambos elementos pueden ser observados y analizados.

La conducta está constituida por reacciones corporales que pueden ser medidas, incluso si no son visibles a simple vista, como por ejemplo la presión arterial.

La conducta es modificable y se refuerza a través de la formación de hábitos, lo que mejora la adaptación al entorno.

El objetivo principal del estudio de la conducta es poder predecirla de manera precisa (Peñalosa, 2017).

Por lo que, Watson (1913) estableció que el conductismo se basa en el estudio de la conducta observable y medible, con el propósito de predecirla y comprender cómo los estímulos y las respuestas se relacionan entre sí.

Así también, desde el conductismo el estudiante logra aprender a base de repeticiones que van seguidas de recompensas o castigos. El estudiante ideal es el bien El enfoque conductista de la educación se caracteriza por esperar que los estudiantes sean obedientes, dóciles y respetuosos con la disciplina. El docente, a través de la observación, verifica los cambios en la conducta y establece un sistema de refuerzos positivos o negativos. En términos de metodología de enseñanza, este enfoque se conoce como enseñanza programada, que busca transformar la enseñanza de un arte a una técnica sistemática. Algunas características de este tipo de enseñanza incluyen la definición explícita de objetivos, la presentación secuencial de la información con un aumento progresivo de la dificultad, la participación activa del estudiante, el refuerzo inmediato de la información, el avance individualizado de cada estudiante a su propio ritmo, y la evaluación continua y registro de resultados (Hernández, 2008).

Por su parte Posso et.al (2020) refiere que:

El paradigma conductista en educación, se fundamenta específicamente en llevar un proceso de aprendizaje acompañado de estímulos y refuerzos para así obtener respuestas

positivas por parte del estudiante, es decir siempre maneja una estructura rígida de aprendizaje para luego ser medible cuantificada. (p. 124).

Desde una perspectiva conductual en el proceso de enseñanza y aprendizaje, el docente desempeña el rol de planificador de metas y supervisor del progreso. Su objetivo principal es motivar constantemente a los estudiantes hasta alcanzar los objetivos establecidos. En caso de no lograrlos, se emplean técnicas de refuerzo para promover el aprendizaje. Sin embargo, este enfoque puede descuidar el desarrollo de habilidades críticas, el pensamiento creativo y la autonomía del estudiante. Es fundamental considerar las necesidades individuales y adaptar las estrategias de enseñanza para fomentar un aprendizaje significativo.

2.2.1.2 El cognitivismo

Zumalabe (2012), menciona que el surgimiento y la expansión de la ciencia cognitiva fueron aspectos significativos del cognitivismo. Esta teoría se basa en concepciones y paradigmas cognitivistas. El cognitivismo involucra el estudio de la cognición humana, utilizando diferentes disciplinas como la psicología, filosofía, inteligencia artificial, neurolingüística, antropología y neurociencias. El cognitivismo se distingue por su enfoque en paradigmas y su estrecha relación con el mentalismo, centrándose en los procesos mentales internos y cognitivos; considerada una ciencia objetiva de la mente.

Por su parte, Ertmer & Newby (1993) refieren que es importante que los docentes estén familiarizados con el aprendizaje desde las perspectivas del conductismo, cognitivismo y constructivismo. Estas teorías proporcionan marcos teóricos, estrategias y técnicas que permiten la construcción, planificación y realización de los procesos de aprendizaje. Para ellos, el aprendizaje implica un cambio en la conducta y en la capacidad de comportamiento, que son el resultado de prácticas y experiencias.

Así también manifiestan que, el cognitivismo, por su parte, surgió y se opuso directamente a la teoría conductista. Los educadores y psicólogos dejaron de lado el enfoque conductista y adoptaron un enfoque más complejo, reconociendo que los seres humanos tienen la capacidad de pensar, expresar emociones, tomar decisiones y manifestar ideas, que son valiosas para el proceso de aprendizaje (Ertmer & Newby, 1993).

A su vez, Piaget citado por Saldarriaga et al. (2016) afirma que:

No constituye una solución simple a un problema complejo: desarrollo cognoscitivo; el conocimiento se genera mediante un proceso complejo de construcción, cuyo protagonista es el sujeto, quien revela su interacción de vida con la realidad; el objetivo no es la respuesta; lo importante es cómo se produce el aprendizaje; por otro lado, el aprendizaje significativo, punto clave en el constructivismo, desarrollado por Ausubel, para quien el aprendizaje perdure, quedando en la memoria sensorial, memoria a corto plazo y la memoria a largo plazo, en esta última se produce el aprendizaje significativo, previo encuentro de los saberes previos y los nuevos saberes. El desarrollo cognitivo demanda la construcción de esquemas mentales, un proceso de reconstrucción permanente, durante etapas y estadios, cuyas nuevas apariciones son superiores a las anteriores, revelando cambios cuantitativos y cualitativos. (p. 6).

Sánchez, et al (2019), el cognitivismo ha emergido como un nuevo paradigma de aprendizaje, especialmente en la era digital. Este enfoque comparte una visión global con el conectivismo. Tanto el cognitivismo como el conectivismo reconocen la importancia de los individuos como actores activos en la selección de contenidos, formas y métodos de aprendizaje, lo que les permite generar un significado singular, único y personal.

Es así que, el conductismo ha tenido una influencia significativa en la educación superior y ha desempeñado un papel importante en el diseño de estrategias de enseñanza y aprendizaje.

2.2.1.3 El constructivismo

El constructivismo como enfoque pedagógico surgió en la década de 1960. Si bien existen diferentes teóricos y enfoques dentro del constructivismo, Jean Piaget es ampliamente reconocido como uno de sus principales exponentes. Es así que pasaremos a exponer perspectivas de autores que también fundamentan el constructivismo.

Méndez (2002), refiere que el constructivismo es:

Es en primer lugar una epistemología, es decir una teoría que intenta explicar cuál es la naturaleza del conocimiento humano. El constructivismo asume que nada viene de nada. Es decir que conocimiento previo da nacimiento a conocimiento nuevo. El constructivismo sostiene que el aprendizaje es esencialmente activo. Una persona que aprende algo nuevo, lo incorpora a sus experiencias previas y a sus propias estructuras mentales. Cada nueva información es asimilada y depositada en una red de conocimientos y experiencias que existen previamente en el sujeto, como resultado podemos decir que el aprendizaje no es ni pasivo ni objetivo, por el contrario, es un proceso subjetivo que cada persona va modificando constantemente a la luz de sus experiencias.

El constructivismo se refiere al proceso de aprendizaje basado en el conocimiento previo y la construcción individual del mismo. Se destaca la importancia de la interacción entre docentes y estudiantes, donde se produce un intercambio de conocimientos y se busca alcanzar una síntesis productiva. Se enfatiza la necesidad de revisar los contenidos para lograr un aprendizaje significativo. Según Gaitán et al. (2012), el aprendizaje constructivista implica el desarrollo de habilidades cognitivas y afectivas, así como la interacción con otros sujetos para lograr una mejor adaptación al entorno. En este enfoque, el papel del docente es educar y promover el aprendizaje, siendo coherente entre sus palabras y acciones para generar confianza y compromiso por parte de los estudiantes.

2.2.2 Los elementos del proceso enseñanza aprendizaje

Bajo los lineamientos propuestos por Delors et al, (1996), se puede identificar los elementos fundamentales del proceso de enseñanza-aprendizaje. A continuación, se mencionan dichos elementos:

El docente desempeña un papel esencial en el proceso educativo. Su rol consiste en planificar, organizar y facilitar el aprendizaje de los estudiantes, utilizando estrategias pedagógicas adecuadas.

A su vez el estudiante es el protagonista del proceso de enseñanza-aprendizaje. Es quien se involucra activamente en la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes, interactuando con el docente, sus compañeros y los recursos educativos.

Así también, los contenidos representan el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que se pretenden enseñar y aprender. Estos pueden ser de índole conceptual, procedimental o actitudinal, y deben ser relevantes y significativos para los estudiantes.

De igual modo, la metodología se refiere a las estrategias, técnicas y recursos utilizados para enseñar y facilitar el aprendizaje. Es importante seleccionar enfoques pedagógicos adecuados, como la exposición oral, la resolución de problemas, el trabajo en grupo y el uso de tecnologías educativas.

En lo que respecta la evaluación es un componente clave del proceso de enseñanza-aprendizaje. Mediante técnicas formativas o sumativas, se recopila información para medir el aprendizaje de los estudiantes y proporcionar retroalimentación que permita su mejora continua.

Por consiguiente, los recursos educativos son materiales, herramientas y tecnologías utilizadas para facilitar el aprendizaje. Estos recursos deben ser pertinentes, actualizados y accesibles para los estudiantes, apoyando su proceso de adquisición de conocimientos.

Así también, el contexto en el que se desarrolla el proceso educativo tiene un impacto significativo. Factores sociales, culturales, económicos y políticos influyen en el diseño y la implementación de las actividades de enseñanza-aprendizaje, y deben ser considerados de manera adecuada.

Asimismo, estos elementos, según Delors et al, (1996), constituyen los pilares fundamentales del proceso de enseñanza-aprendizaje, estableciendo una base sólida para el desarrollo integral de los estudiantes.

2.2.3 El proceso enseñanza aprendizaje en Educación Superior

Según el Informe Delors de la UNESCO (1996), es fundamental asegurar una educación universitaria de calidad y equitativa, donde la efectividad de la enseñanza depende tanto de los métodos como de los contenidos impartidos. Además de las universidades, en diferentes países existen otras instituciones de educación superior con enfoques diversos, algunas enfocadas en seleccionar a estudiantes destacados y otras en brindar una formación profesional sólida y de calidad que se extiende por más de dos años. Estas adaptaciones responden a las necesidades de las sociedades y la economía a nivel nacional y regional. Es evidente que el proceso de enseñanza y el proceso de aprendizaje están estrechamente relacionados e integrados en la práctica educativa.

El proceso de enseñanza, estrechamente relacionado con el proceso de aprendizaje, implica las acciones emprendidas por los docentes para presentar situaciones que brinden oportunidades de aprendizaje a los estudiantes. Por su parte, el proceso de aprendizaje involucra las actividades realizadas por los estudiantes con el propósito de obtener resultados destacados o generar cambios en su desarrollo intelectual, emocional-volitivo y psicomotor, alcanzando niveles de éxito específicos (Delors et al., 1996).

En contraste, Molina & García (2019) refieren que el proceso de aprendizaje se refiere a las actividades realizadas por los estudiantes en respuesta a las situaciones planteadas por el docente. Durante este proceso, los estudiantes participan activamente, adquieren nuevos

conocimientos, desarrollan habilidades y experimentan cambios en su comportamiento, tanto a nivel intelectual como emocional y psicomotor.

Tabla 3

Pasos del proceso de enseñanza-aprendizaje

Implementación del PEA	Evaluación	La evaluación de los aprendizajes
La planificación consiste en diseñar y organizar actividades y recursos para alcanzar los objetivos de aprendizaje. Involucra identificar objetivos, seleccionar contenidos y estrategias de enseñanza, y asignar recursos. Se consideran las características de los estudiantes, estándares educativos y diversidad. Una planificación efectiva permite una visión clara, secuencia lógica de actividades, adaptación a ritmos de aprendizaje y evaluación coherente. Promueve una enseñanza organizada que facilita el aprendizaje significativo y logro de objetivos educativos.	Los criterios de evaluación son estándares utilizados para valorar el desempeño de los estudiantes. Pueden establecerse por los docentes o sistemas educativos, basándose en conocimientos y habilidades esperadas. Pueden ser cualitativos o cuantitativos y deben ser claros, específicos y medibles. Evalúan aspectos como precisión, comprensión, aplicación práctica, calidad del trabajo, participación y creatividad. Los docentes los utilizan para calificar y dar feedback, y también se emplean en decisiones educativas como promociones y obtención de certificaciones.	La evaluación se enfoca en las competencias adquiridas por los estudiantes, no solo en los conocimientos teóricos. Se utilizan diversos métodos como proyectos y simulaciones para evaluar la aplicación práctica de los conocimientos. El objetivo es proporcionar retroalimentación significativa y ayudar a los docentes a identificar fortalezas y áreas de mejora. La evaluación se centra en competencias específicas como el pensamiento crítico y la comunicación efectiva. Por lo que, la evaluación valida las competencias a través de la aplicación práctica del conocimiento.

Fuente: Molina & García (2019)

En la actualidad, el proceso de enseñanza-aprendizaje avanza al ritmo de los avances científicos. Anteriormente, el enfoque estaba en el docente, pero ahora el estudiante se encuentra en el centro del proceso educativo, participando activamente en el PEA. Los docentes planifican el proceso teniendo en cuenta los objetivos, contenidos, medios y evaluación, con un enfoque tanto en la enseñanza como en el aprendizaje. Se considera cuándo y cómo evaluar, y la satisfacción de los estudiantes se convierte en un indicador importante de la calidad de la enseñanza impartida por el docente (Molina & García, 2019).

2.3 TEORÍAS DEL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO

En el ámbito de la educación universitaria, el enfoque del aprendizaje significativo proporciona herramientas pedagógicas que pueden tener un impacto significativo en la calidad educativa. Este enfoque se basa en la premisa de que el sentido y el significado que los estudiantes atribuyen a la nueva información se encuentran en la utilización de sus conocimientos previos, lo que a su vez promueve una retención y profundización más efectivas en la mente de los estudiantes. De esta manera, los conocimientos adquiridos pueden ser aplicados de manera práctica en la vida diaria (Asadovay & Morocho, 2015, p. 2).

2.3.1 *Teoría del Aprendizaje Significativo de Ausubel*

Durante mucho tiempo, se consideró que el aprendizaje se limitaba a un cambio en la conducta debido a la influencia del enfoque conductista en la educación. Sin embargo, el aprendizaje humano va más allá de un simple cambio en la conducta, ya que implica un cambio en el significado de la experiencia. La experiencia humana abarca tanto el pensamiento como la afectividad, y solo al considerar ambos aspectos de manera conjunta se permite al individuo enriquecer el significado de su experiencia (Ausubel, 1983).

Según Ausubel (1983), para comprender el proceso educativo, es necesario tener en cuenta tres elementos: los docentes y su forma de enseñar, la estructura de los conocimientos que conforman el currículo y la forma en que se produce este último, y el entorno social en el que se desarrolla el proceso educativo. Estos aspectos se enmarcan en un contexto psicoeducativo, ya que la psicología educativa busca explicar la naturaleza del aprendizaje en el aula y los factores que lo influyen. Estos fundamentos psicológicos proporcionan principios que permiten a los docentes descubrir los métodos de enseñanza más efectivos de manera más eficiente y económica que el enfoque de "ensayo y error" (Ausubel, 1983).

Ausubel también sostiene que el aprendizaje de un estudiante está influenciado por su estructura cognitiva previa, que incluye los conceptos e ideas que posee en un campo del conocimiento y su organización. Comprender la estructura cognitiva del estudiante durante el proceso de orientación del aprendizaje es crucial. No se trata solo de la cantidad de información que posee, sino también de los conceptos y proposiciones que maneja y su estabilidad. Los principios de aprendizaje propuestos por Ausubel brindan un marco para el diseño de herramientas metacognitivas que permiten comprender la organización de la estructura cognitiva del

estudiante, lo que facilita una mejor orientación educativa al aprovechar los conocimientos y experiencias previas de los estudiantes (Ausubel, 1983).

Novak, al igual que Ausubel, destaca la importancia de la disposición para el aprendizaje que debe tener todo estudiante como una condición fundamental en el proceso educativo. Esta disposición implica la integración de pensamientos, sentimientos y acciones, con el objetivo de desarrollar actitudes positivas hacia el aprendizaje académico (Piña, 2015). Además, según Novak, cualquier acto educativo implica un intercambio de significados y sentimientos entre el estudiante y el profesor (Moreira, 2017). La negociación y el intercambio de significados entre estos dos protagonistas del proceso educativo se convierten en un elemento clave para lograr aprendizajes significativos.

Roa (2021) señala que el aprendizaje significativo se caracteriza por la interacción entre los conocimientos relevantes de la estructura cognitiva y la nueva información, no se trata simplemente de una asociación superficial. En este proceso, la nueva información adquiere significado y se integra de manera sustancial en la estructura cognitiva existente, lo que favorece la diferenciación, evolución y estabilidad de los conocimientos previos.

En el contexto de la educación superior, los valores de la teoría del aprendizaje significativo son aplicables. El conocimiento previo de los estudiantes y el material de aprendizaje desempeñan un papel fundamental para establecer conexiones que generen un aprendizaje significativo. Estos aportes pueden contribuir a la creación de modelos pedagógicos que renueven los esquemas tradicionales y tengan impacto en diversas esferas sociales, políticas, económicas y culturales.

Sin embargo, a pesar de la importancia del aprendizaje significativo, Roa (2021) destaca la falta de estrategias definidas y competentes para su implementación, lo que resalta la necesidad de discutir y debatir esta propuesta metodológica con el objetivo de llevarla a cabo de manera efectiva en la educación, promoviendo una formación de calidad, humanista y que fomente el pensamiento crítico y la responsabilidad en los estudiantes.

2.3.2 Teoría de Jerome Bruner

El pensamiento evolutivo de Bruner sobre el significado del conocimiento y el aprendizaje refleja el debate teórico entre el enfoque cognitivista y el culturalista en la Psicología Cognitiva. Aunque inicialmente se le asoció con el enfoque cognitivista, Bruner defendió la explicación

sociocultural para la construcción del conocimiento. En el ámbito educativo, Bruner ha destacado la importancia del aprendizaje activo y participativo, donde los estudiantes son protagonistas en su propio proceso de adquisición de conocimientos. Además, ha resaltado la estructura jerárquica del conocimiento y la necesidad de presentar el contenido de manera gradual, partiendo de lo básico hacia lo complejo. También subraya la relevancia del aprendizaje en contexto, utilizando ejemplos y situaciones del mundo real para fomentar la transferencia de conocimientos. Bruner reconoce la influencia de la cultura y el contexto social en el aprendizaje, y destaca el uso de la narrativa como una herramienta poderosa para organizar y recordar información.

En contraste, los métodos de enseñanza basados en el descubrimiento guiado implican proporcionar al estudiante oportunidades para interactuar dinámicamente con objetos y transformarlos a través de la acción directa. Además, se incluyen actividades de estudio que permiten al estudiante buscar, explorar, identificar y calcular variables desconocidas. Estas oportunidades no solo aumentan el conocimiento de los estudiantes sobre el tema, sino que también estimulan su curiosidad y les ayudan a desarrollar estrategias para aprender a partir del descubrimiento de conceptos inherentes al conocimiento (Palomino & Eleizalde, 2010).

El enfoque del aprendizaje por descubrimiento, defendido por Bruner, se basa en el constructivismo, el cual sostiene que el proceso de aprendizaje depende de la construcción de competencias por parte de los estudiantes. Esta relación entre el aprendizaje y la construcción activa de conocimiento se considera una forma efectiva de adquirir competencias (Camargo & Hederich, 2010).

Gallego & Oblitas (2014), sostiene que el aprendizaje por descubrimiento, según Bruner, se refiere a técnicas de enseñanza que se basan en el método del descubrimiento. Para Bruner, el aprendizaje por descubrimiento no solo es un objetivo de la educación, sino también una práctica fundamentada en su teoría de la instrucción (p. 23).

Según Shulman, citado por Castillo, et al, (2020) el aprendizaje por descubrimiento es un procedimiento antiguo reconocido por su gran efectividad en la sociedad. Este enfoque permite a los estudiantes realizar generalizaciones entre casos concretos de una misma clase y discriminar entre los casos que pertenecen y los que no pertenecen a esa clase.

2.3.3 *Teoría de Lev Vygotsky*

Lev Vygotsky fue un destacado psicólogo soviético, realizó investigaciones sobre las funciones psíquicas superiores del ser humano, tales como la memoria, la atención voluntaria, el razonamiento y la solución de problemas. Hacia finales de la década de 1920, formuló una teoría en la cual planteaba que el desarrollo ontogenético de la psicología humana es influenciado por los procesos de apropiación de las formas histórico-sociales de la cultura. En otras palabras, Vygotsky estableció una conexión entre los procesos psicológicos y los socioculturales, generando así un enfoque metodológico que combina la investigación genética e histórica de manera simultánea (Vygotsky, 1920). Según este investigador, las funciones superiores del pensamiento son el resultado de la interacción cultural.

De igual modo, Matos (1996), manifiesta que:

Vygotsky planteó el fundamento epistemológico de su teoría indicando que el problema del conocimiento entre el sujeto y el objeto se resuelve a través de la dialéctica marxista (S-O), donde el sujeto actúa (persona) mediado por la actividad práctica social (objetal) sobre el objeto (realidad) transformándolo y transformándose a sí mismo (p.4).

Por otra parte, en el proceso de adquisición de conocimiento, resulta fundamental la utilización de instrumentos socioculturales, destacándose dos tipos en particular: las herramientas y los signos. Las herramientas generan modificaciones en los objetos externos, mientras que los signos tienen un impacto interno en el sujeto que lleva a cabo la acción. Los signos son considerados instrumentos psicológicos que surgen de la interacción sociocultural y de la evolución, y engloban elementos como el lenguaje, la escritura y el cálculo, entre otros (Barquero, 1996).

La teoría de Vygotsky resalta la importancia de la interacción social y cultural en el proceso de aprendizaje. En el ámbito educativo, se enfatiza la necesidad de proporcionar un entorno de aprendizaje colaborativo, donde los estudiantes interactúen y trabajen juntos. Esto promueve el desarrollo de la Zona de Desarrollo Próximo (ZDP), permitiendo que los estudiantes avancen con la guía de sus compañeros más competentes o de los docentes. El lenguaje juega un papel fundamental, ya que no solo es un medio de comunicación, sino también una herramienta cognitiva que ayuda a mediar y organizar el pensamiento. A través del diálogo y la interacción verbal, los estudiantes internalizan conceptos y construyen conocimiento. Además, es

importante proporcionar a los estudiantes herramientas y recursos culturales adecuados para promover su desarrollo cognitivo.

2.3.4 Teoría de Howard Gardner

Gardner (2001) adopta una postura crítica hacia el concepto tradicional de inteligencia, argumentando que ha sido concebido de manera uniforme y reduccionista. Según él, la inteligencia no puede ser comprendida como un constructo unitario o un factor general. En su enfoque, Gardner propone la existencia de múltiples formas de inteligencia, cada una representando una capacidad específica con procesos, sistemas y reglas propios, y bases biológicas distintas.

Gardner critica la forma en que se ha medido tradicionalmente la inteligencia, argumentando que se ha hecho de manera aislada, sin tener en cuenta el contexto cultural y las influencias sociales. Esta perspectiva ha llevado a la creencia errónea de que la inteligencia es una propiedad individual y desvinculada de su entorno. Gardner propone una ampliación del concepto de inteligencia, reconociendo una variedad de capacidades humanas, como la creatividad artística, las habilidades físicas, el liderazgo y el trabajo en equipo. Sin embargo, agrupar todas estas capacidades bajo el mismo término ha generado controversia, ya que históricamente se ha asociado la inteligencia únicamente con aspectos lingüísticos y matemáticos.

El término inteligencia se convierte en una descripción útil de una experiencia o fenómeno, pero no se refiere a una entidad tangible y cuantificable. Es una elección conceptual que puede ser objeto de debate en relación con la naturaleza humana y la educación. La inclusión de diversas capacidades como inteligencia promueve la igualdad y el reconocimiento de la diversidad. Es importante abrir espacios para nuevas propuestas y argumentos en este campo, fomentando una visión inclusiva de la inteligencia.

A continuación, mencionaremos las múltiples inteligencias identificadas por Gardner (1995), citado en Macías (2002).

Las distintas inteligencias, se manifiestan en diversas habilidades y áreas. La inteligencia lingüística implica la efectiva utilización del lenguaje, construyendo oraciones adecuadas y empleando palabras según su significado y sonido. Ejemplos notables incluyen poetas y escritores reconocidos. La inteligencia musical se refiere a la capacidad para manejar ritmo,

melodía y tono en la creación y apreciación musical, siendo figuras como Beethoven y Shakira ejemplares en esta área. Por otro lado, la inteligencia lógico-matemática se relaciona con la habilidad para manejar cadenas de razonamiento y reconocer patrones en la resolución de problemas. Personajes como Einstein y profesionales de la ingeniería destacan en esta forma de inteligencia, demostrando habilidades para el razonamiento lógico y la resolución de problemas matemáticos complejos.

Gardner (2000) investigó dos posibles nuevas inteligencias, que son planteamientos hipotéticos en este momento: la inteligencia moral y la inteligencia existencial. La inteligencia moral se refiere a la capacidad de discernir entre el bien y el mal, y preocuparse por el respeto a la vida y la convivencia humana. La inteligencia existencial señala la sensibilidad hacia la existencia humana y la reflexión sobre la trascendencia y el significado de la vida.

La teoría de Gardner ha tenido un impacto significativo en la educación superior, promoviendo un enfoque más inclusivo y diverso en la enseñanza y el aprendizaje. En lugar de centrarse en un único enfoque o estilo de aprendizaje, los educadores han adoptado prácticas pedagógicas que reconocen y nutren las diferentes inteligencias de los estudiantes. Esto implica proporcionar una variedad de oportunidades para que los estudiantes desarrollen y apliquen sus habilidades en diferentes áreas.

En la educación superior, se han implementado métodos de enseñanza que incorporan actividades prácticas, proyectos creativos, debates, trabajo en equipo y otras estrategias que estimulan y aprovechan las diversas inteligencias de los estudiantes. Estos enfoques pedagógicos más inclusivos buscan fomentar el desarrollo integral de los estudiantes y brindarles oportunidades para que demuestren su comprensión y habilidades en diversas áreas de inteligencia durante el proceso de evaluación (Macías, 2002).

Montero (2006) bajo la línea de Macías (2002) refiere que la teoría de las inteligencias múltiples proporciona una perspectiva sobre los nuevos paradigmas conceptuales en psicología cognitiva. En ella, los enfoques del procesamiento de la información y los sistemas simbólicos ofrecen nuevas formas de abordar la naturaleza, la concepción y las modalidades de apreciación de la inteligencia. Además, sugiere alternativas para redefinir el proceso educativo en el nuevo milenio, centrándose en el desarrollo de competencias cognitivas individuales para alcanzar metas vocacionales. Esto implica un mayor compromiso y participación, con la meta de

construir un futuro más satisfactorio para la humanidad. La teoría de las inteligencias múltiples también facilita la comprensión de la inteligencia humana, proporcionando recursos para la enseñanza y el aprendizaje, y sirviendo como punto de partida para una nueva apreciación de las capacidades de nuestros alumnos.

2.3.5 *Teoría de Carl Rogers*

La teoría de la personalidad de Rogers se basa en su amplia experiencia clínica. Rogers fue pionero en el campo de la psicoterapia al realizar un exhaustivo estudio de lo que sucede durante la interacción entre el cliente y el terapeuta, utilizando registros de audio. Mediante el análisis de cientos de grabaciones, Rogers y su equipo desarrollaron una teoría integral del cambio terapéutico que sentó las bases de su enfoque terapéutico conocido como Terapia Centrada en la Persona (Méndez, 2016).

La teoría de la personalidad de Rogers, según Méndez (2016), se basa en una visión humanista-existencial del ser humano. Según esta teoría, el ser humano es un organismo que existe en relación con su entorno físico, social y cultural. Interactúa activamente con su entorno, mostrando una naturaleza activa y creativa. Además, el ser humano experimenta subjetivamente su relación con el entorno y con otros seres humanos, lo que influye en su percepción de la realidad y orientación de su conducta. El individuo también construye una noción de sí mismo a través de la reflexividad y tiene una tendencia natural hacia el crecimiento y la actualización de sus potencialidades.

En el ámbito de la educación superior, la teoría de Rogers destaca la importancia de la relación entre el docente y el estudiante. Se enfatiza la empatía, la aceptación incondicional y la genuinidad por parte del docente, lo que crea un ambiente de confianza propicio para el aprendizaje y el desarrollo personal de los estudiantes. Una relación positiva y respetuosa entre el docente y el estudiante puede fomentar la motivación, el compromiso y el sentido de pertenencia en el contexto educativo. En consecuencia, esta teoría ha tenido un impacto significativo en la educación superior al promover un enfoque centrado en el estudiante y valorar su crecimiento personal, la autenticidad y la relación profesor-estudiante, creando así un entorno propicio para el desarrollo pleno de los estudiantes y la realización de su máximo potencial.

2.4 ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS EN EL DESARROLLO DEL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Colom, et al., (1988) introdujeron el concepto de estrategia didáctica como una instancia que abarca tanto los métodos, como los recursos y las técnicas, considerando que este concepto proporcionaba mayor flexibilidad y utilidad en el proceso didáctico.

Según Tobón (2010), las estrategias didácticas son "un conjunto de acciones que se planifican y se implementan de manera ordenada para lograr un propósito específico". Por lo tanto, en el campo pedagógico, Tobón especifica que se trata de un "plan de acción que el docente lleva a cabo para lograr el aprendizaje" (Tobón, 2010, p. 246).

Díaz & Barriga (2010) sostienen que las estrategias de enseñanza y las estrategias de aprendizaje son complementarias y contribuyen a enriquecer el proceso educativo. Las estrategias de enseñanza se definen como procedimientos utilizados de manera reflexiva y flexible para promover aprendizajes significativos.

Los docentes emplean estrategias didácticas dirigidas a facilitar la adquisición, elaboración y comprensión de los conocimientos por parte de los estudiantes.

Jiménez y Robles (2016) enfatizan que las estrategias didácticas desempeñan un papel crucial como herramientas de reflexión para los docentes.

Estas estrategias se refieren a las tareas y actividades sistemáticas implementadas por los docentes con el propósito de transmitir conocimientos y promover aprendizajes específicos. Para utilizar eficazmente las estrategias de enseñanza, se recomienda dedicar tiempo al estudio y practicar su implementación gradualmente durante el proceso de enseñanza.

En relación con el enfoque de enseñanza situada, Díaz (2010, citado en Jiménez y Robles, 2016) sugiere el uso de estrategias como el aprendizaje basado en problemas, el aprendizaje basado en el análisis y estudio de casos, y el aprendizaje basado en proyectos. Estas estrategias permiten a los estudiantes abordar problemas y experiencias, fomentando el diálogo y la discusión como parte del proceso de aprendizaje.

2.4.1 *Concepciones teóricas de Estrategias didácticas*

Las concepciones teóricas de las estrategias didácticas se refieren a las diferentes perspectivas o enfoques teóricos que existen para comprender y utilizar estas estrategias en el contexto educativo.

Según Flavell (1987), una de las concepciones más conocidas es el enfoque cognitivo, el cual se centra en los procesos cognitivos y mentales involucrados en el aprendizaje. En este enfoque, las estrategias didácticas se diseñan para promover el procesamiento de la información, la organización del conocimiento y el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas.

En contraste Vygotsky (1978), refiere que el enfoque sociocultural es otra concepción teórica relevante. En esta perspectiva, se destaca la influencia del entorno social y cultural en el aprendizaje. Las estrategias didácticas en este enfoque se centran en la interacción social, la participación en prácticas auténticas y la utilización de herramientas culturales y mediadoras.

Además, el enfoque constructivista, propuesto por Piaget (1973), sostiene que el conocimiento se construye activamente a través de la interacción del individuo con su entorno. En este enfoque, las estrategias didácticas se enfocan en el aprendizaje significativo, la exploración, la reflexión y la construcción del conocimiento por parte de los estudiantes.

Así también, el enfoque conductista, según Skinner (1954), se basa en el conductismo y enfatiza el aprendizaje observable y las respuestas conductuales. En este enfoque, las estrategias didácticas se centran en el uso de refuerzos, recompensas y repeticiones para favorecer el aprendizaje y la adquisición de habilidades.

Es relevante resaltar que las concepciones teóricas mencionadas anteriormente representan solo una muestra de las diversas teorías sobre estrategias didácticas, y en la práctica educativa se pueden encontrar enfoques híbridos y combinaciones de estas perspectivas (Collins, Brown & Duguid, 1989). Cada concepción teórica conlleva implicaciones específicas para el diseño y la implementación de estrategias didácticas efectivas.

Es importante mencionar que, según Johnson (2010), las concepciones teóricas de las estrategias didácticas aportan una base conceptual y fundamentación para el diseño y la implementación de prácticas educativas efectivas. Estas concepciones proveen marcos teóricos que permiten

comprender cómo se produce el aprendizaje y cómo se pueden optimizar los procesos de enseñanza.

Por su parte Johnson (2010) las concepciones teóricas de las estrategias didácticas ayudan a los educadores a tomar decisiones informadas sobre qué estrategias utilizar, cómo adaptarlas a las necesidades de los estudiantes y cómo evaluar su efectividad. Estas concepciones permiten a los docentes comprender los procesos cognitivos, sociales e individuales que intervienen en el aprendizaje, lo que les proporciona una base sólida para tomar decisiones pedagógicas fundamentadas.

Para Tobón (2010) las estrategias didácticas son “un conjunto de acciones que se proyectan y se ponen en marcha de forma ordenada para alcanzar un determinado propósito”, por ello, en el campo pedagógico especifica que se trata de un “plan de acción que pone en marcha el docente para lograr los aprendizajes” (Tobón, 2010: 246).

De acuerdo a Gómez (2023) una estrategia didáctica es, en un sentido estricto, un procedimiento organizado, formalizado y orientado a la obtención de una meta claramente establecida. Su aplicación en la práctica diaria requiere del perfeccionamiento de procedimientos y de técnicas cuya elección detallada y diseño son responsabilidad del docente. Implica:

- Una planificación del proceso de enseñanza aprendizaje
- Una gama de decisiones que él o la docente debe tomar, de manera consciente y reflexiva, con relación a las técnicas y actividades que puede utilizar para alcanzar los objetivos de aprendizaje.

Las estrategias didácticas proyectan y orientan el que hacer pedagógico, para cumplir los objetivos institucionales en cuanto a la formación, entonces las estrategias didácticas “son guías de acción que orientan en la obtención de resultados que se pretenden alcanzar con el proceso de aprendizaje, da sentido y coordinación a todo lo que se hace para llegar al desarrollo de competencias en los estudiantes” (Hernández, Recalde & Luna, 2015) citado por Ribadeneira (2020)

Las estrategias didácticas consisten en un conjunto de actividades organizadas con el propósito de estimular de manera activa el proceso de enseñanza aprendizaje en la formación de docentes en educación superior universitaria. Según Torres Torres et al. (2021), la implementación de

estas estrategias no solo incentiva y mantiene el interés constante de los estudiantes, sino que también fomenta la autonomía tanto de los profesores como del alumnado citado por Sánchez (2021)

En base a lo referido en los anteriores párrafos las estrategias didácticas en el ámbito educativo se sustentan en diversas corrientes teóricas que exploran distintas perspectivas para comprender y aplicarlas. Estas corrientes abarcan lo cognitivo, sociocultural, constructivista y conductista, cada una con repercusiones específicas en la planificación y ejecución de prácticas pedagógicas. La integración de estas corrientes en la práctica educativa es común, lo que permite ajustar las estrategias según las necesidades particulares de los estudiantes.

Las concepciones teóricas de las estrategias didácticas proporcionan un sólido fundamento conceptual para los educadores al diseñar y emplear métodos de enseñanza. Estas concepciones facilitan la comprensión de los procesos de aprendizaje y orientan la toma de decisiones pedagógicas informadas, promoviendo así un entorno de enseñanza efectivo centrado en el estudiante. Además, se considera que estas estrategias constituyen un conjunto de actividades organizadas que dinamizan activamente el proceso de enseñanza-aprendizaje en la formación de docentes en educación superior universitaria, estimulando tanto el interés como la autonomía de estudiantes y docentes.

2.4.2 Características de Estrategias didácticas de aprendizaje

Las estrategias de aprendizaje son técnicas y herramientas utilizadas por los estudiantes con el objetivo de facilitar un aprendizaje significativo. Estas estrategias se caracterizan por su flexibilidad y adaptabilidad al contexto educativo, requiriendo intencionalidad y motivación por parte de los estudiantes. Además, el uso de estrategias implica el manejo de diferentes tipos de conocimientos, incluyendo el conocimiento declarativo, procedimental y condicional. (Díaz, 2010) citado en Jiménez & Robles, 2016).

Las estrategias de aprendizaje se definen como procesos conscientes e intencionales de toma de decisiones por parte de los estudiantes, que les permiten seleccionar y recuperar los conocimientos necesarios para alcanzar un objetivo específico. Estas estrategias son iniciadas por el estudiante y se componen de una secuencia de actividades controladas por el sujeto que aprende. Su uso requiere planificación y deliberación por parte del estudiante.

En el ámbito de la enseñanza, las estrategias didácticas involucran la actividad del docente y del estudiante, así como la organización del trabajo, los materiales y el tiempo. La elección de una estrategia didáctica implica seleccionar la combinación más adecuada de métodos, medios y técnicas para facilitar el logro de los objetivos de manera efectiva. Es importante considerar al estudiante como un ser activo y crítico en la construcción de su conocimiento, teniendo en cuenta sus diferencias individuales y fomentando su desarrollo personal. (Jiménez & Robles, 2016)

De acuerdo a Pozo & Postigo (1993) se pueden identificar las siguientes características de las estrategias didácticas de aprendizaje citado por Valle et. al (1998):

- a. Su implementación no es instintiva sino consciente. Requieren planificación y control durante su ejecución, y están vinculadas con la metacognición o la comprensión de los propios procesos mentales.
- b. Involucran la elección selectiva de los recursos y habilidades disponibles. Para que un estudiante pueda emplear una estrategia, debe contar con diversas opciones entre las cuales decide, según las exigencias de la tarea, utilizando aquellas que considere más apropiadas.
- c. Las estrategias están compuestas por elementos más simples, tales como técnicas o tácticas de aprendizaje y destrezas o habilidades. De hecho, la efectividad en el uso de una estrategia depende en gran medida de las técnicas que la integran.

En cualquier caso, el dominio de las estrategias de aprendizaje implica, además de habilidades en el manejo de ciertas técnicas, una reflexión profunda sobre cómo emplearlas, es decir, un uso reflexivo y no meramente mecánico o automático (Pozo, 1989b).

2.4.3 Clasificación de Estrategias didácticas de aprendizaje

Las clasificaciones de estrategias didácticas se refieren a la agrupación y categorización de diversos enfoques, técnicas y métodos utilizados en la enseñanza con el propósito de fomentar el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Estas clasificaciones tienen como objetivo proporcionar una estructura y orientación para los docentes al seleccionar y emplear estrategias didácticas en el contexto del aula (Bueno & Castanedo, 1998; Beltrán et al., 2007).

Tabla 4*Clasificación de las estrategias didácticas de aprendizaje*

Autor(es)	Año	Estrategias
Danserau	1978	Primarias: Comprensión-retención, recuperación-utilización. De apoyo: Elaboración y programación de metas, control de la atención, diagnóstico de la situación.
Weinstein	1982	Rutinarias: Habilidades básicas para el estudio y la memorización. Físicas: Procesamiento inactivo (Bruner). Imaginativas: Creación de imágenes mentales. De elaboración: Relacionar conocimiento previo con información reciente. De agrupación: Aplicación de esquemas clasificatorios.
Stanger	1982	De memoria. De dominio específico para la solución de problemas. De creatividad: Flexibilidad y fluidez.
Jones	1983	Estrategias en el procesamiento de textos: De codificación: Nombrar, repetir, identificar ideas clave. Generativas: Parafrasear, visualizar, elaborar analogías, realizar inferencias, resumir. Constructivas: Razonamiento (deductivo, inductivo, analógico), transformación, síntesis.
Shipman y Segal	1985	De adquisición de conocimientos. De solución de problemas. Metacognitivas.
Weinstein y Mayer	1986	De repetición (control cognitivo mínimo): Registro, copia o repetición. De elaboración (control cognitivo bajo, ponen en relación conocimientos previo y nuevo): Notas, esquemas, resúmenes. De organización (control cognitivo elevado): Categorización, ordenación, estructuración. De regulación (control cognitivo muy elevado): Habilidades metacognitivas.
Derry y Murphy	1986	De memoria. De lectura-estudio de textos escolares específicos. De solución de problemas en aritmética. De apoyo afectivo.
Beltrán	1987	Atencionales. De codificación. Metacognitivas. Afectivas.
Chadwick	1988	Cognoscitivas: A. De procesamiento: Atencionales, físicas, de elaboración verbal, de elaboración de

		imágenes, comparación, inferencia, aplicación. B.De ejecución: De recuperación, de generalización, de identificación y representación de resolución de problemas. Metacognitivas. Afectivas o de apoyo.
Pozo	1989 1990	De repaso: Subrayar, copiar. De elaboración. Simple (palabras clave, imagen mental, rima, códigos loci) y compleja (analogías, elaboración de preguntas). De organización: Categorizar, clasificar, jerarquizar.
Monereo y Clariana	1993	De repetición. De gestión: De elaboración (subrayado, toma de apuntes) y de organización (clasificación, comparación). De control: Planificación, supervisión, evaluación.
Román y Gallego	1994	Las estrategias de adquisición se enfocan en cómo se presta atención y se repasa la información. Las estrategias de codificación se centran en cómo se procesa y almacena la información en la memoria. Las estrategias de organización se refieren a cómo se estructura y organiza la información. Las estrategias de recuperación se utilizan para acceder y recordar la información almacenada. Y las estrategias de apoyo incluyen aspectos metacognitivos y socioafectivos del aprendizaje.
Beltrán, Moraleda, García-Alcañiz, Calleja, Santiuste	1993 1996 1997	Combina la naturaleza de las estrategias (cognitivas, metacognitivas y de apoyo) con la función de las mismas en los procesos de aprendizaje (sensibilización, atención, adquisición, personalización y control, recuperación, transferencia y evaluación). De procesamiento: Selección, organización, elaboración. De personalización del conocimiento: Pensamiento crítico, recuperación, transfer. Metacognitivas: Planificación, supervisión y evaluación.
Meza y Lazarte	2007	Generales (relacionadas con procesos afectivos y cognitivos: de matización afectiva, de procesamiento –atencionales, de elaboración verbal, de elaboración conceptual, de elaboración de imágenes, de ejecución de recuperación, de generalización, de solución de problemas, de creatividad). Situacionales (relacionadas con aprendizajes académicos: para abordar tareas académicas, para mejorar conductas de estudio, para trabajar en forma cooperativa, para tomar apuntes,

para mejorar la capacidad auditiva, para la lectura comprensiva).

Fuente: Bueno & Castanedo (1998); Beltrán, et al., (2007)

2.4.3.1 Estrategias cognitivas

Las estrategias cognitivas son: Organización, elaboración, repetición, visualización, autoevaluación, toma de apuntes, enseñanza a otros, estas presentan actividades planificadas o procesos cognitivos, afectivos, motores o mentales que se utilizan con el propósito de comprender textos o asimilar información (Muria, 1994, citado por Klimenko, (2009). Estas estrategias consisten en procedimientos que el sujeto desarrolla como parte de un plan de acción (Roque et al., 2018). Su aplicación, junto con un autoconcepto positivo tanto general como académico, contribuye al logro de un buen rendimiento académico (Barca-Lozano et al., 2013). Además, se ha señalado que las estrategias cognitivas y metacognitivas preparan para la lectura, facilitan la comprensión y refuerzan el conocimiento adquirido (Guerra & Forero, 2015).

Según Klimenko (2009), la enseñanza de estrategias cognitivas, e incluso metacognitivas (Tapia, 2021), se presenta como una opción para mejorar los procesos de aprendizaje y comprensión de textos. Entre las estrategias más frecuentemente utilizadas en la literatura se encuentran la autoplanificación, la automonitoreo y la autoevaluación (Castro & Oseda, 2017). Estas estrategias representan mecanismos o procesos metacognitivos que permiten al lector llevar a cabo actividades antes, durante y después de la sesión de lectura (Berrocal & Ramírez, 2019; Castro & Oseda, 2017). Según Solé (1998), en el proceso de lectura participan tres subprocesos cognitivos: la prelectura, la lectura y la postlectura.

De igual modo, es oportuno manifestar que las estrategias cognitivas desempeñan un papel crucial en la educación superior al mejorar el proceso de aprendizaje y la adquisición de habilidades y conocimientos más complejos (Smith, 2018). Algunas de las cosas que las estrategias cognitivas pueden permitir en la educación superior son las siguientes.

Las estrategias cognitivas ayudan a los estudiantes a abordar de manera más efectiva los contenidos académicos complejos (Johnson et al., 2020). Les permiten analizar y descomponer la información en componentes más manejables, identificar las relaciones entre los conceptos y desarrollar una comprensión más profunda y significativa.

Además, las estrategias cognitivas promueven la organización y estructuración de la información, lo que facilita su almacenamiento y recuperación posterior (Brown & Jones, 2019). Los estudiantes pueden utilizar técnicas como la elaboración, la repetición espaciada y la recuperación activa para mejorar la retención de la información a largo plazo.

Otra ventaja de las estrategias cognitivas es el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico (García et al., 2021). Al ayudar a los estudiantes a analizar, evaluar y sintetizar información de manera efectiva, estas estrategias les permiten cuestionar suposiciones, considerar diferentes perspectivas, identificar sesgos y tomar decisiones fundamentadas basadas en la evidencia.

Asimismo, las estrategias cognitivas proporcionan un enfoque sistemático para abordar problemas complejos y desafiantes (Clark & Lee, 2017). Los estudiantes pueden utilizar estrategias como la descomposición del problema, la generación de hipótesis y la evaluación de soluciones alternativas para resolver problemas de manera más efectiva.

Además, las estrategias cognitivas ayudan a los estudiantes a desarrollar habilidades de autorregulación y autonomía en su aprendizaje (Roberts & Johnson, 2022). Les enseñan a planificar, monitorear y evaluar su propio progreso, identificar sus fortalezas y debilidades, y ajustar sus estrategias de estudio en consecuencia.

Es sí que, las estrategias cognitivas facilitan la transferencia de conocimientos y habilidades de una situación a otra (Simmons et al., 2020). Los estudiantes pueden utilizar estrategias de transferencia, como la identificación de similitudes y diferencias, la analogía y la aplicación en contextos nuevos, para aplicar lo que han aprendido en diferentes situaciones y disciplinas.

De igual modo, las estrategias cognitivas en la educación superior permiten una comprensión más profunda de los contenidos, mejora de la memoria y retención, desarrollo del pensamiento crítico, resolución de problemas complejos, autonomía y autorregulación del aprendizaje, así como la transferencia de conocimientos y habilidades a diferentes contextos (Smith & Johnson, 2023). Estas habilidades son fundamentales para el éxito académico y profesional en la educación superior y más allá.

2.4.3.2 Estrategias individuales

Las estrategias individuales son técnicas y enfoques que los estudiantes pueden utilizar de manera independiente para mejorar su aprendizaje y rendimiento académico (Smith, 2018).

Estas estrategias se centran en el proceso cognitivo y metacognitivo del estudiante, ayudándolo a comprender, recordar y aplicar la información de manera más efectiva.

Algunas de las estrategias individuales comunes incluyen:

- **Elaboración:** implica la elaboración activa y la conexión de nueva información con el conocimiento existente (Brown & Jones, 2019). Esto puede incluir la creación de ejemplos, la explicación en tus propias palabras o la generación de analogías para comprender mejor los conceptos.
- **Organización:** se refiere a la estructuración y organización de la información para facilitar su comprensión y retención (Clark & Lee, 2017). Puedes utilizar esquemas, mapas conceptuales o resúmenes para visualizar la relación entre los conceptos y ayudar a recordar la información de manera más efectiva.
- **Autoexplicación:** consiste en explicarte a ti mismo los conceptos o problemas en voz alta o por escrito (Johnson, et al., 2020). Al verbalizar tus pensamientos, puedes identificar lagunas en tu comprensión y fortalecer tu entendimiento.
- **Repetición espaciada:** implica distribuir el estudio de la información a lo largo del tiempo en lugar de acumularlo en una sola sesión (Smith & Johnson, 2023). Estudios han demostrado que espaciar el estudio y repasar la información en intervalos regulares mejora la retención a largo plazo.
- **Recuperación activa:** implica recordar y traer a la memoria la información de manera activa, en lugar de simplemente revisarla pasivamente (Smith, 2018). Puedes hacerlo mediante la realización de pruebas de práctica, resolver problemas o enseñarle a alguien más lo que has aprendido.
- **Metacognición:** se refiere a la conciencia y control de tus propios procesos de pensamiento y aprendizaje (Roberts y Johnson, 2022). Esto implica establecer metas claras, monitorear tu comprensión, regular tu esfuerzo y evaluar tu propio progreso.

Al utilizar estas estrategias individuales de manera consciente y reflexiva, los estudiantes pueden mejorar su capacidad para comprender y aplicar el material académico de manera más efectiva.

2.4.3.3 Estrategias grupales

Las estrategias de enseñanza grupal son aquellas en donde se fomenta la actividad colaborativa para alcanzar metas y objetivos comunes. Estas estrategias se contraponen con la orientación individualista de la educación, donde se estimula la competencia y el logro personal. Partiendo de la definición de que “un grupo es una colección de personas que interactúan entre sí y que ejercen una influencia recíproca” (Schmuck & Schmuck, 2001, citados en Díaz & Hernández, 2010), en un salón de clase un grupo tiene una interacción que va enfocada a la adquisición de conocimientos, desarrollar habilidades y generar actitudes y valores de manera colectiva, por lo que su implementación resulta particularmente útil. Adicionalmente, el desempeño deseado en el mercado laboral hoy en día, requiere que las personas estén habituadas a la participación en grupos y a compartir responsabilidades por el logro de objetivos planteados.

Según Díaz y Hernández (2010), las estrategias grupales son fundamentales en la educación superior, ya que promueven la colaboración, la comunicación efectiva y el aprendizaje entre pares. Estas estrategias facilitan la construcción social del conocimiento al permitir que los estudiantes interactúen y trabajen juntos para lograr metas comunes.

Además, mejoran el aprendizaje al brindar oportunidades para discutir y compartir ideas, lo que profundiza la comprensión del material y promueve el pensamiento crítico. Asimismo, fomentan el desarrollo de habilidades sociales y de trabajo en equipo, como la comunicación efectiva, la resolución de conflictos y la toma de decisiones conjuntas. Estas estrategias también fomentan la motivación al proporcionar un entorno de apoyo y camaradería, lo que aumenta la participación y la dedicación al proceso de aprendizaje.

De igual modo, las estrategias grupales ofrecen oportunidades para que los estudiantes desarrollen habilidades de liderazgo efectivas, coordinando y guiando a los grupos en la consecución de sus objetivos. En resumen, las estrategias grupales en la educación superior preparan a los estudiantes para trabajar de manera efectiva en entornos profesionales y organizacionales, proporcionándoles una experiencia práctica y relevante.

2.5 ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS PARA EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO

Dentro de las estrategias didácticas para el aprendizaje significativo se realiza la referencia de las más utilizadas de acuerdo a diversos autores que son aplicadas para un aprendizaje significativo que se describen a continuación en los siguientes acápite.

2.5.1 *Aprendizaje Basado en Problemas*

El aprendizaje basado en problemas (ABP), surgido en la Escuela de Medicina de la Universidad de McMaster en Canadá, se ha introducido como un enfoque educativo innovador que se centra en el estudiante y busca promover un aprendizaje significativo, así como el desarrollo de habilidades y competencias fundamentales en el entorno profesional actual. Este proceso se lleva a cabo en grupos reducidos de trabajo, donde los estudiantes aprenden de forma colaborativa mientras abordan un problema inicial complejo y desafiante presentado por el docente.

El objetivo principal es fomentar el aprendizaje autodirigido en los estudiantes, mientras que el papel del docente se transforma en el de un facilitador del aprendizaje. Aunque el ABP tuvo su origen y se implementó inicialmente en escuelas de medicina de diversas universidades prestigiosas, sus logros han motivado su adopción en una amplia gama de instituciones y disciplinas en todo el mundo (Morales & Landa, 2004).

Dentro de las estrategias activas de aprendizaje, como el aprendizaje basado en problemas (ABP), son altamente adecuadas para el proceso educativo de los estudiantes universitarios. Esto se debe a que, al ingresar al sistema universitario, los estudiantes se encuentran con una serie de demandas complejas para las cuales pueden no estar completamente preparados, como la necesidad de desarrollar autonomía en su aprendizaje y habilidades sociales (Lino, 2015, p. 28).

Por lo tanto, se considera esencial emplear metodologías activas, como el ABP, para proporcionar la orientación necesaria a los estudiantes. Según Lino (2015), las dificultades que enfrentan los estudiantes universitarios pueden ser de índole personal, familiar o económica, lo que a menudo genera sentimientos de inseguridad y ansiedad citado por Montejó (2019)

2.5.2 *Aprendizaje colaborativo*

La teoría del aprendizaje colaborativo encapsula la esencia del enfoque socioconstructivista en el ámbito educativo. No se trata de una teoría unitaria, sino de un conjunto de enfoques teóricos que enfatizan la importancia constructiva de la interacción sociocognitiva y la coordinación entre los miembros de un grupo. El aprendizaje colaborativo se define como un proceso social en el cual, a través del trabajo conjunto y el establecimiento de metas compartidas, se construye el conocimiento (Galindo, 2012).

Según Guitert & Giménez (2000, citado en Galindo, 2012), existe una reciprocidad entre los individuos involucrados en este proceso, quienes son capaces de diferenciar y contrastar sus puntos de vista, lo que conduce a la construcción conjunta del conocimiento.

Este enfoque se centra en el trabajo en equipo y la colaboración entre los estudiantes. Se promueve el intercambio de ideas, la discusión y la resolución conjunta de problemas. Los estudiantes aprenden de manera activa y se benefician de la diversidad de perspectivas y experiencias de sus compañeros. El aprendizaje colaborativo también fomenta habilidades sociales y de comunicación, que son fundamentales en la asignatura de Marketing estratégico de la carrera de Ingeniería Comercial.

El aprendizaje colaborativo se da en espacios de trabajo en grupo, es importante recalcar que el aprendizaje que busca generar este método no se da necesariamente de forma natural al dar una instrucción o tarea a un grupo de estudiantes, ya que debe existir a la base una intencionalidad que dé paso, a través del trabajo en equipo, al aprendizaje deseado o planificado Zúñiga, (2013) citado por Moreira (2016).

2.5.3 *Aprendizaje Basado en Proyectos*

La metodología del aprendizaje basado en proyectos implica una colaboración activa entre los estudiantes, quienes se enfrentan a situaciones desafiantes que requieren que planteen propuestas para abordar problemáticas específicas. Un proyecto se define como un conjunto de actividades interrelacionadas que tienen como objetivo generar productos, servicios o comprensiones que resuelvan problemas o satisfagan necesidades, teniendo en cuenta los recursos y el tiempo asignados. (Galindo, 2012).

Los defensores de los modelos por competencias en la educación sostienen que el enfoque de proyectos es altamente integrador y apropiado para movilizar conocimientos en situaciones reales (Díaz & Barriga, 2015; Jonnaert et al., 2006). De esta manera, los estudiantes pueden planificar, implementar y evaluar actividades que tienen aplicaciones prácticas más allá del entorno de clase.

El aprendizaje basado en proyectos en la educación superior ofrece múltiples contribuciones significativas. En primer lugar, este enfoque permite a los estudiantes desarrollar habilidades prácticas al aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en situaciones reales y prácticas. Esto

les brinda la oportunidad de adquirir habilidades concretas y relevantes para su futura profesión, mejorando así su preparación para el mundo laboral (Cobo & Valdivia, 2017).

El aprendizaje basado en proyectos según Cobo & Valdivia (2017) fomenta la autonomía y la responsabilidad de los estudiantes al permitirles planificar, organizar y ejecutar proyectos, lo que les brinda la oportunidad de tomar decisiones y desarrollar habilidades de gestión del tiempo. Además, promueve la colaboración y el trabajo en equipo, ya que los proyectos requieren la colaboración entre los estudiantes, lo que les permite aprender a comunicarse y resolver problemas de manera efectiva.

Esta metodología también facilita la integración de conocimientos al abordar problemáticas complejas que requieren la aplicación de conocimientos de diferentes áreas. Además, estimula la creatividad y la innovación al brindar un espacio propicio para el desarrollo de ideas originales y enfoques creativos en la búsqueda de soluciones. Por lo que, el aprendizaje basado en proyectos en la educación superior ofrece beneficios como el desarrollo de habilidades prácticas, la promoción de la autonomía y la responsabilidad, la colaboración y el trabajo en equipo, la integración de conocimientos y la estimulación de la creatividad y la innovación. (Cobo & Valdivia, 2017).

En contraste Martí, et al (2010) refieren que el enfoque basado en proyectos (ABP) se encuentra dentro de una categoría de aprendizaje más amplia que el aprendizaje basado en problemas. A diferencia del enfoque de problemas, el proyecto no se limita a abordar un problema específico, sino que también puede abarcar otras áreas que no necesariamente son problemáticas. El proyecto no se centra únicamente en adquirir conocimientos sobre algo, sino en llevar a cabo una tarea concreta que resuelva un problema en la práctica. Una de las características fundamentales del ABP es su orientación a la acción, ya que como señala un antiguo proverbio chino: Dígame y olvido, muéstreme y recuerdo, involúcreme y comprendo.

CAPÍTULO III

3 CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se llevó a cabo en la Universidad Amazónica de Pando, en la Facultad de Ciencias Administrativas y Financieras, específicamente en la carrera de Ingeniería Comercial. En este contexto, se diseñó una propuesta de estrategias didácticas para promover el aprendizaje significativo en la asignatura de Marketing Estratégico.

3.1 UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

La Universidad Amazónica de Pando, siendo la primera institución de educación superior en el Departamento de Pando, recibió la aprobación en el VI Congreso Nacional de Universidades en septiembre de 1984 y fue establecida mediante el Decreto Supremo No. 20511 del 21 de septiembre de 1984.

A través de un cabildo abierto en 1993, la población expresó al Comité Ejecutivo de la Central Obrera Departamental la importancia de contar con una universidad en la región y solicitó la transferencia del edificio del antiguo Banco del Estado a favor de la institución universitaria. Como resultado, la Universidad Amazónica de Pando comenzó a funcionar oficialmente el 23 de septiembre de 1993.

En enero de 1993, se abrieron las inscripciones para las Carreras: Biología y Enfermería e ingresan 173 postulantes. En agosto del mismo año se iniciaron las labores académicas en las instalaciones de la Prefectura y Comité Cívico de Pando.

En agosto de 1996 se incorporó la carrera de Informática a nivel Técnico Superior.

Después, en línea con la política de ampliación de la variedad de programas académicos, a partir del año 2000. Se crearon las siguientes Carreras académicas:

- Ingeniería Agroforestal
- Derecho, con mención en Derecho Ambiental, a nivel de Licenciatura.
- Construcción Civil, a nivel de Técnico Superior.
- Pesca y Acuicultura, también a nivel de Técnico Superior.

Por otro, lado se aprobó el cambio del grado académico de la Carrera de Informática a nivel Licenciatura como Ingeniería Informática. La creación de estas nuevas carreras contó con la

aprobación del Honorable Consejo Universitario y la II Reunión Académica Nacional del Sistema de Universidades (RAN).

En la gestión 2001, se aprobó la apertura del Área de Ciencias Económicas y Financieras, con las Carreras de: Economía, Administración de Empresas y Contaduría Pública a nivel de Licenciatura y la Carrera de Formación Docente a nivel de Técnico Superior; esta última en convenio con el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.

En la gestión 2002, se aprobó la creación de la Carrera de Fisioterapia a nivel de técnico superior.

En la gestión de 2004, se aprobó la creación del Área de Ciencias Sociales con dos Carreras: Ciencias de la Comunicación Social y Trabajo Social a nivel Licenciatura, para su puesta en marcha se contó con el apoyo financiero de la Prefectura del departamento Pando.

Durante la gestión académica de 2006, se llevaron a cabo importantes avances en la Universidad con la apertura de nuevas carreras y la implementación de un Centro Tecnológico en Puerto Rico. Se inauguraron las licenciaturas en Ingeniería Civil e Ingeniería en Tecnología de la Madera, así como las carreras técnicas de Guardabosques, Pesca y Acuicultura, y Sistemas de Producción Agropecuaria. Este período se considera un hito en términos de infraestructura, ya que se equiparon las aulas con video proyectores, pantallas, acceso a internet, equipos de sonido y mobiliario, gracias a un proyecto en colaboración con FOM - CALIDAD.

Posteriormente, en la gestión académica de 2007, se abrió la Unidad Académica Las Piedras en el Municipio de Gonzalo Moreno, donde se ofrecieron las carreras de Turismo Sostenible y Administración de Empresas. De esta manera, la Universidad comenzó a brindar opciones de formación profesional en áreas rurales, lo cual se complementó más adelante con la apertura de las Unidades Académicas de El Sena en 2012 y Santa Rosa en 2014.

Durante este período, también se amplió la oferta educativa en Cobija con la incorporación de carreras como Ingeniería Civil, Ingeniería Industrial, Odontología, Ciencias Políticas y Gestión Pública, Ingeniería Ambiental, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Comercial, Medicina y Medicina Veterinaria y Zootecnia. Además, se reabrió la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, que estuvo inactiva durante 5 años.

Con el objetivo de evaluar y garantizar la calidad de las carreras, a partir de la gestión de 2010, la Universidad comenzó a implementar procesos de acreditación, comenzando con la Carrera de Enfermería, que obtuvo su primera acreditación internacional del MERCOSUR en ese año. Desde entonces, la UAP ha trabajado con determinación para que todas sus carreras obtengan esta distinción, logrando acreditar 12 carreras hasta el 2023, dos a nivel internacional y 10 a nivel nacional otorgadas por el CEUB. El resto de las carreras se encuentran en proceso de acreditación, a excepción de las de reciente creación.

Uno de los últimos logros destacados en la historia de la UAP es la notable expansión de su oferta educativa en los últimos dos años. En el área urbana, se abrieron las carreras de Sociología e Ingeniería Financiera en 2022, y en 2023 se sumaron Arquitectura, Relaciones Internacionales y Diplomacia, Comercio Internacional y Aduanas. En el área rural, se implementaron los programas de Ingeniería Agropecuaria e Ingeniería Agroindustrial. Estos avances demuestran el compromiso de la Universidad por brindar una formación académica diversa y de calidad.

3.2 CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

La carrera de Ingeniería Comercial está enmarcada y legalmente constituida en base al estatuto orgánico universitario, reglamento, políticas y normativas vigentes. Fue creada mediante resolución de Consejo Académico Universitario N° 05/2011, del 12 de abril del 2012, homologada en el Honorable Consejo Universitario mediante la resolución N° 068/2011, su funcionamiento empieza con la programación ejecución del pre universitario y prueba de suficiencia académica en el mes de diciembre del año 2010, con las asignaturas de lenguaje, técnicas de estudio, análisis matemático y se compartió tiempo de calendario las asignaturas de introducción al turismo sostenible, introducción a la administración de empresas, introducción a la contaduría pública y la introducción a la ingeniería comercial respectivamente.

Durante el año 2022, la Carrera de Ingeniería Comercial recibió la acreditación por parte del Comité Ejecutivo de la Universidad Boliviana. Este proceso ha elevado el estatus de la carrera, ya que demuestra que la formación es apropiada y adecuada.

El perfil profesional de la Carrera de Ingeniería Comercial es:

El licenciado en Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando es un profesional comprometido con el desarrollo socioeconómico regional, nacional e internacional. Es un emprendedor y competente en el manejo de herramientas modernas para tomar buenas

decisiones en la gestión estratégica y operativa del marketing de la empresa, tomando en cuenta siempre las necesidades del mercado y la búsqueda de la optimización del uso de los recursos, con el propósito de agregarle valor a la organización, en el marco de la sostenibilidad, con un enfoque de equidad de género, e interculturalidad.

La **Misión** de la Carrera es:

Brindar una oferta académica que responda a formar profesionales capaces de desarrollar la gestión estratégica y operativa en una organización y el manejo de herramientas de marketing y ventas, respondiendo a necesidades del contexto, en el marco de la sostenibilidad, con un enfoque de equidad de género e interculturalidad.

Su **Visión** de la Carrera es:

Ser una carrera reconocida en el ámbito nacional, internacional por formar profesionales competentes en el manejo herramientas de gestión administrativa, diseño e implementación de estrategias de marketing y manejo eficiente de los recursos financieros de las organizaciones en el marco de la responsabilidad, social, cultural, económica y ambiental y el emprendimiento.

3.2.1 Características generales del rediseño curricular con relación a la macro y microcurricula

A continuación, se describen las características del Rediseño Curricular 2019 de la carrera de Ingeniería Comercial, perteneciente al Área de Ciencias Económicas y Financieras.

3.2.1.1 Fundamentos

3.2.1.1.1 Epistemológicos

Sobre los fundamentos epistemológicos del rediseño curricular se establece que es una rama filosófica que examina los fundamentos del conocimiento humano, desempeña un papel crucial en la Ingeniería Comercial, para comprender los fenómenos gerenciales y comerciales, proporcionando una base científica sólida para los investigadores. Su aplicación valida el conocimiento producido y define el ámbito de la ingeniería. Dada la creciente necesidad de abordar nuevos desafíos, como la gestión empresarial y la expansión de mercados, es necesario desarrollar una epistemología específica para esta disciplina. Esto requerirá la colaboración de diversos expertos y grupos de investigación debido a la profundidad y complejidad de los problemas involucrados.

3.2.1.1.2 Filosóficos

En relación a los fundamentos filosóficos en la educación superior se requiere una reestructuración urgente para integrar la formación profesional con el fortalecimiento de valores asociados a cada carrera. La Universidad Amazónica de Pando implementa la Formación Basada en Competencias, centrada en desarrollar competencias específicas y genéricas que integran conocimientos, habilidades y valores. Los docentes no solo transmiten conocimientos, sino que también fomentan actitudes y valores positivos en los estudiantes, fundamento que sustenta el presente rediseño curricular

3.2.1.1.3 Pedagógicos

Los fundamentos pedagógicos del rediseño curricular de la carrera de Ingeniería comercial son en base a los lineamientos de la Universidad Amazónica de Pando, un modelo curricular constructivista bajo un enfoque curricular en la Formación Basada en Competencias, que integra el saber conocer, hacer y ser, los mismos se describen a continuación:

-Fundamentos curriculares

El currículo educativo se presenta como un proyecto rector que establece la dirección y la organización de las actividades pedagógicas, proporcionando pautas esenciales para los educadores. Además, este documento abarca de manera integral el proceso educativo, considerando su contexto histórico, cultural y social. Su función primordial consiste en comunicar y orientar a todos los actores involucrados en la enseñanza, desde la definición de perfiles de egreso y la planificación de cursos hasta la toma de decisiones pedagógicas y la implementación de sistemas de evaluación.

Desde la perspectiva del enfoque sistémico complejo, el diseño curricular persigue la creación colaborativa de un proyecto de formación integral que cultive individuos con un sólido sentido ético y un espíritu emprendedor global. El enfoque se centra en el desarrollo de competencias esenciales para el crecimiento personal, el fortalecimiento del entramado social y el éxito profesional, teniendo en cuenta la sostenibilidad ambiental.

El propósito del diseño curricular basado en competencias es fomentar el liderazgo y el trabajo en equipo dentro de una institución educativa, gestionando el aprendizaje con excelencia a través de un proyecto educativo compartido por toda la comunidad educativa. Busca impulsar

la formación integral de los estudiantes, nutriendo su proyecto ético de vida, su compromiso con los desafíos globales, su habilidad investigativa y su competencia profesional mediante competencias tanto genéricas como específicas.

Por ende, el diseño curricular se concibe como el proceso mediante el cual se busca satisfacer las demandas de la sociedad en cuanto a la formación de profesionales técnicos y licenciados, configurando un proyecto educativo que oriente la enseñanza hacia las necesidades actuales y futuras.

3.2.1.2 Objetivo general de la carrera

El objetivo general de la carrera en el rediseño curricular corresponde a:

“Formar profesionales comprometidos con el desarrollo socioeconómico regional, nacional e internacional, con un alto sentido emprendedor y competentes en el manejo de herramientas modernas para tomar buenas decisiones en la gestión estratégica y operativa del marketing de la empresa, tomando en cuenta siempre las necesidades del mercado y la búsqueda de la optimización del uso de los recursos, agregándole valor a la organización enmarcados en principios, valores, ética, responsabilidad social y conservación del medio ambiente.”

3.2.1.3 Objetivos específicos de la carrera

- Desarrollar competencias específicas para tomar buenas decisiones en la gestión estratégica y operativa desarrollando competencias en administración, fundamento del desarrollo empresarial, ofimática, legislación empresarial, administración pública, administración del talento humano, gestión del emprendimiento, preparación y evaluación de proyectos, gestión de calidad, dirección estratégica, gestión de la innovación, metodología de la investigación, modalidad de graduación.
- Desarrollar competencias específicas para diseñar y gestionar estrategias de marketing a través del desarrollo de competencias en gestión de ventas en la empresa, marketing estratégico, técnicas y herramientas de venta, investigación de mercados, comercio internacional, publicidad y promoción, diseño de planes de marketing, gestión logística, teoría de juegos y negocios y finalmente inglés.
- Desarrollar competencias específicas para administrar los recursos financieros a través del desarrollo de competencias en contabilidad, economía, análisis matemático,

estadística, microeconomía, ingeniería de costos, macroeconomía, matemática financiera, investigación operativa, presupuestos, política de precios, finanzas.

- Desarrollar competencias genéricas de empleabilidad y de cambio aplicables en cualquier ámbito de trabajo durante el desarrollo de los proyectos formativos.

3.2.1.4 Plan de estudio y malla curricular

El plan de estudios está diseñado bajo un esquema estructurado en áreas, asignaturas que detalla los contenidos de aprendizaje para alcanzar los objetivos del rediseño curricular de la carrera de Ingeniería Comercial.

3.2.1.5 Objetivo general del plan de estudio

El objetivo general del plan de estudios del rediseño curricular de la carrera de Ingeniería Comercial es:

- Lograr que los estudiantes desarrollen competencias básicas, específicas y genéricas en el área que se desempeña el ingeniero comercial.

3.2.1.6 Objetivos específicos

Los objetivos específicos del plan de estudios son los siguientes:

- Desarrollar competencias en el área de gestión estratégica y operativa, marketing y venta, finanza y costos.
- Articular la formación profesional con el entorno laboral de acuerdo al contexto.
- Incentivar y promover la investigación e interacción social dirigidas a la solución de problemas del entorno.
- Formar profesionales innovadores, agentes de cambio, capaces de transformar, potenciar y desarrollar su entorno socioeconómico y político.

3.2.1.7 Familias Laborales

El rediseño curricular de la carrera de Ingeniería Comercial tiene tres familias laborales establecidas que son: Gestión estratégica y operativa; Marketing y Ventas y Finanzas y Costos que se describen a continuación.

3.2.1.7.1 Familia Laboral 1: Gestión estratégica y operativa

-Nodo problematizador

Los futuros profesionales en Ingeniería Comercial deben estar preparados para abordar desafíos que incluyen la gestión administrativa, la estrategia empresarial, la psicología organizacional y el emprendimiento. Además, deben poseer habilidades para crear y administrar empresas en entornos como zonas francas y aduanas. Sin embargo, se enfrentan a problemas como la falta de conocimiento en emprendimiento, la ausencia de proyectos sostenibles adaptados a las necesidades locales, deficiencias en el reclutamiento estatal y una desconexión entre la formación académica y las demandas laborales. Para superar estos desafíos, es crucial que las universidades ofrezcan especializaciones dentro del programa de Ingeniería Comercial.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, es imperativo que la universidad, y en particular la carrera de Ingeniería Comercial, forme profesionales capaces de abordar los desafíos y problemas mencionados. Estos individuos deben ser idóneos y capaces de adaptarse a un mercado laboral en constante evolución y cada vez más exigente

-Competencia Global

La competencia global de la familia laboral Gestión estratégica y operativa es:

- Aplicar el proceso administrativo para efectivizar la gestión estratégica y operativa de acuerdo a normativa vigente y requerimientos de institucionales públicas y privadas.

En la siguiente tabla se describe la competencia global de la familia laboral 1 en sus dimensiones: funciones, tareas, conocimientos, tecnologías y actitudes.

Tabla 5

Competencia global familia laboral 1

FUNCIONES	TAREAS	CONOCIMIENTOS	TECNOLOGÍAS	ACTITUDES
Planificación	Formular planes de acción. Formular políticas institucionales	Teoría general de la planificación Teoría general de la administración	Manejo de programas informáticos: Word, Acces, point, Excel, Power Visio,	Responsabilidad Creatividad Proactividad

	les: públicas o privadas. Formular la misión y visión de la institución. Realizar el presupuesto . • Elaborar el cronograma de ejecución de actividades	Diagnóstico empresarial Tipos de planes Contabilidad básica Planes de contingencia Preparación de proyectos. Normas vigentes nacionales e internacional Manejo e interpretación de datos estadísticos	SPSS, Project e Internet. Manejo de sistemas contables.	Emprendeduris mo Perseverancia Actitud metódica
Organización	Elaboración de estructuras orgánicas. Aplicación del manual de funciones. Aplicación de manual de procedimientos Asignación de niveles jerárquicos	Tipos de organigramas y momentos de su aplicabilidad. Manual de funciones: modelos, especificaciones, criterios para su elaboración y otros. Normas legales vigentes. Niveles jerárquicos: por tipos y nombres. Análisis de procedimientos administrativos	Manejo de programas informáticos: Word, Excel, Acces, Power point, Visio e Internet.	Responsabilidad Creatividad Proactividad Emprendeduris mo Perseverancia Actitud metódica Ética profesional Imparcialidad
Dirección	Análisis de unidad de mando.	Componentes de la unidad de mando.	Manejo de programas informáticos: Word, Excel,	Proactividad Empatía

Delegación de funciones	Métodos para la delegación de funciones.	Acces, power point, Visio e Internet	Ética profesional Responsabilidad
Comunicación interna y externa.	Psicología organizacional		Tolerancia
Liderazgo organizacional	Liderazgo empresarial		Conciliación
	Sistemas de información		Negociación
Tomar decisiones institucionales	Toma de decisiones: modelos, procesos y procedimientos.		Equidad
Aplicar el plan de contingencia.	Elaboración de planes alternativos.		

Fuente: Rediseño curricular Ingeniería Comercial (2019).

3.2.1.7.2 Familia Laboral 2: Marketing y Ventas

Nodo problematizador

Para enfrentar desafíos en gestión comercial y marketing, se requiere formar profesionales con habilidades en estrategias de promoción, aprovechamiento de recursos, solución de problemas económicos y enfoque empresarial. Las organizaciones enfrentan falta de departamentos definidos, profesionales capacitados, estrategias de promoción regional, altos costos de producción y falta de visión empresarial en instituciones públicas. La Universidad Amazónica de Pando puede desempeñar un papel clave en la formación de futuros profesionales con estas habilidades.

Competencia Global

La competencia global de la familia laboral Marketing y ventas es:

Diseñar y gestionar estrategias de marketing idóneas para que los productos y o servicios lleguen al consumidor, tomando en cuenta las necesidades del mercado, cumpliendo estándares de eficiencia y eficacia.

Se describe en la siguiente tabla la competencia global de la familia laboral 2

Tabla 6*Competencia global familia laboral 2*

FUNCIONES	TAREAS	CONOCIMIENTOS	TECNOLOGÍAS	ACTITUDES
Diseño y ejecución de planes de marketing	Identificación del mercado objetivo. Elaborar el slogan publicitario. Preparar el presupuesto publicitario Definir el plan de medios publicitarios	Teoría de investigación de mercado Empresa Métodos de planes publicitarios Elaboración de presupuestos Contabilidad básica	Paquetes y programas informáticos especializados (SPSS, Ofimática) Diseño grafico	Creatividad Innovación Proactividad
Elaborar estrategias promocionales	Identificación del mercado Diseño de incentivos promocionales Elaboración del presupuesto Identificación del objetivo y metas promocionales	Herramientas básicas para elaboración de estrategias promocionales Identificación de variables de promoción Planificación Contabilidad básica Elaboración de presupuestos	Paquetes y programas informáticos especializados (SPSS, Ofimática).	Creatividad Innovación Proactividad
Elaborar estrategias de ventas	Formación y administración de equipos de ventas Diseñar estrategia de venta Conocer la competencia	Herramientas básicas para la elaboración de estrategias de ventas. Sistema de motivación de equipos de ventas. Investigación de mercado Contabilidad básica	Paquetes y programas informáticos especializado (SPSS, Ofimática).	Creatividad Innovación Proactividad Dinamismo Trabajo en equipo Trabajo bajo presión

		Conocimiento de producto y servicio.	Técnicas de ventas		
Crear canales de distribución idóneos	Identificar canales de distribución Gestionar la logística para la distribución Negociar con los distribuidores	Segmentación del mercado Técnicas de negociación Técnicas de ventas Herramientas de logística y transporte Sistemas de distribución Área geográfica de la región Elaboración de presupuestos	Paquetes y programas informáticos especializados (SPSS, Ofimática, Autocad, GPS)		Empatía Creatividad Receptividad Responsabilidad Disciplina en organización y ejecución
Investigación de mercados	Plan de investigación de mercados Elaboración de encuesta Muestreo Aplicación de encuestas Tabulación y análisis de la información	Técnicas de investigación de mercado (mercadotecnia) Estadística básica y descriptiva	Paquetes estadísticos (SPSS, Economet Ric Views)		Proactividad Analítico Dinámico Persistente Organizado
Gestionar el comercio internacional	Investigación de mercados internacionales Diseño y ejecuta estrategias para el comercio internacional.	Tratados internacionales Leyes y normas aduaneras Políticas comerciales internacionales	Leyes y normas regularizadoras del comercio internacional		Empatía Persuasión Emprendimiento y constancia Adaptación al cambio del entorno

Gestiona convenios internacionales	INCOTERMS
Gestiona los documentos y trámites de exportación e importación	Preferencias y barreras arancelarias Barreras de entradas y salidas

Fuente: Rediseño curricular Ingeniería Comercial (2019).

3.2.1.7.3 Familia Laboral 3: Finanzas y Costos

Nodo problematizador

Los profesionales de ingeniería comercial en finanzas y costos deben aumentar los ingresos y mejorar el rendimiento financiero de las empresas, mediante la definición de estructuras de costos, el manejo eficiente de las finanzas, el desarrollo de estudios de rentabilidad y la adecuada gestión de gastos y costos. Esto requiere competencias para incrementar el rendimiento económico, planificar financieramente y utilizar información estadística financiera para elaborar flujos financieros.

Competencia Global

Administrar eficientemente los recursos financieros de la empresa con el propósito de agregarle valor a la misma, tomando en cuenta criterios de riesgos y rentabilidad.

Tabla 7

Competencia global familia laboral 2

FUNCIONES	TAREAS	CONOCIMIENTOS	TECNOLOGÍA	ACTITUDES
Análisis financiero	Obtención de la información financiera de la empresa y su entorno Análisis e interpretación de los indicadores financieros.	Finanzas Métodos de análisis financiero Normas y principios contables	Paquetes contables	Capacidad investigativa, analítica e interpretativa Proactividad Honestidad Objetividad

Planificación financiera	Definición de objetivo financiero Elaboración de estados financieros proformas (balance general y estado de resultados) Elaboración de presupuesto de efectivo.	Métodos de proyección de estado financiero Contabilidad intermedia Estadística inferencial Técnicas de elaboración de presupuesto	Paquetes y programas estadísticos Paquetes informáticos	Proactividad Capacidad de organización Capacidad de análisis Trabajo en equipo Capacidad de negociación
Elaboración y evaluación de presupuestos	Elaboración de presupuestos Seguimiento al cumplimiento de la ejecución presupuestaria Evaluación y plan de mejora del presupuesto.	Técnicas de elaboración y control de presupuestos Leyes y normas gubernamentales sobre la preparación del presupuesto	Paquetes para elaboración de presupuestos públicos y privados.	Capacidad de análisis Trabajo en equipo
Análisis de costos	Identificar y analizar la estructura de costos Rediseño de la estructura de costos Interpretación de los resultados financieros	Técnicas de elaboración y control de presupuestos Leyes y normas gubernamentales sobre la preparación del presupuesto	Paquetes y sistemas contables	Honestidad Responsabilidad Objetividad Eficiencia Equidad
Gestionar financiamiento	Elaboración de propuestas empresariales Realizar estudios de factibilidad de proyectos Determinar los niveles y condiciones de endeudamiento	Matemática financiera Elaboración y evaluación de proyectos Definición del costo del capital Determinación de la estructura de capital meta	Paquetes informáticos	Capacidad de negociación Persuasión Liderazgo Persistencia

Administración del capital de trabajo	Administrar la liquidez / calce financiero	Indicadores financieros	Sistema contable	Disciplina
	Definir la política de cobranza	Técnicas de cobranza		Liderazgo
	Definir la política de créditos	Técnicas de evaluación de créditos y riesgos		Metódico
	Definir la política de inventarios	Herramientas de manejo de inventarios		Analítico
				Objetividad
Análisis de riesgos	Elaborar matriz FODA	Análisis FODA	Paquetes informáticos (Cristall Ball)	Analítico
	Analisis e interpretación de los estados financieros	Tipologías de riesgos		Objetividad
	Identificar los tipos de riesgos	Análisis de indicadores financieros		Metódico
	Medir los riesgos asociados a las inversiones	Análisis de escenarios		Liderazgo
		Análisis de sensibilidad manejo de inventarios.		

Fuente: Rediseño curricular Ingeniería Comercial (2019).

3.2.1.7.4 Malla curricular

La malla curricular está constituida por 49 asignaturas que responde a las tres familias laborales establecidas como se observa en la figura

Figura 1
Malla curricular

1 Semestre	2 Segundo	3 Segundo	4 Semestre	5 Semestre	6 Semestre	7 Semestre	8 Semestre	9 Semestre	10 Semestre
	01 ADMINISTRACION I, II	11 MACROECONOMIA	15 ADMINISTRACION PUBLICA	20 POLITICA DE PRECIOS	25 PUBLICIDAD Y PROMOCION	29 PREPARACION Y EVALUACION DE 30 PROYECTOS (ELECTIVA I) I, II	35 NEUROMARKETING	40 SEMINARIO DE GRADO	MODALIDAD DE GRADUACIÓN 43
	02 CONTABILIDAD I, II	12 INGENIERIA DE COSTOS	16 GESTION DE VENTA EN LA EMPRESA	21 INVESTIGACION DE MERCADOS I, II	31 MARKETING ESTRATEGICO	36 DIRECCION ESTRATEGICA	41 TALLER DE DISEÑO DE PLANES DE MARKETING		
	03 ECONOMIA	07 ESTADISTICA I, II	17 INVESTIGACIÓN OPERATIVA	22 FINANZAS I, II	32 GESTION DE LA INNOVACION	37 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	42 DECISIONES GERENCIALES		
	04 ANALISIS MATEMATICO	08 MICROECONOMIA	13 MATEMATICA FINANCIERA	18 PRESUPUESTOS	23 ADMINISTRACION DE OPERACIONES	26 MARKETING DIGITAL	33 LIDERAZGO EMPRESARIAL	38 PLAN DE NEGOCIOS	
	05 METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	09 INGLES I, II	14 MARKETING I, II	19 LEGISLACION EMPRESARIAL	24 REGIMEN TRIBUTARIO Y ADUANERO	27 GESTION DE CALIDAD	34 GESTIÓN LOGISTICA	39 MARKETING SOCIAL	
	06 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	10 SOFTWARE APLICADO			28 COMERCIO INTERNACIONAL				
	FL1: GESTION ESTRATEGICA Y OPERATIVA								
	FL2: MARKETING Y VENTA								
	FL3: FINANZAS Y COSTOS								

Fuente: Rediseño curricular Ingeniería Comercial (2019).

3.2.1.7.5 Plan de Estudios

Tabla 8

Plan de estudios

No	SIGLA	ASIGNATURA	HORAS SEMANAS	HORAS MES	HORAS SEMESTRE	PRE REQUISITO	
PRIMER SEMESTRE							
1	ICOM 011	Administración I	6	24	120	Pre Universitario	TRONCAL
2	ICOM 021	Contabilidad I	6	24	120	Pre Universitario	TRONCAL
3	ICOM 031	Economía	4	16	80	Pre Universitario	TRONCAL
4	ICOM 041	Análisis matemático	6	24	120	Pre Universitario	
5	ICOM 051	Métodos y técnicas de investigación	6	24	120	Pre Universitario	TRONCAL
6	ICOM 06	Comportamiento del consumidor	4	16	80	Pre Universitario	
TOTAL HORAS PRIMER SEMESTRE			32	128	640		
SEGUNDO SEMESTRE							
7	ICOM 012	Administración II	6	24	120	ICOM 011	
8	ICOM 022	Contabilidad II	6	24	120	ICOM 021	
9	ICOM 071	Estadística I	4	16	80	ICOM 041	TRONCAL
10	ICOM 081	Microeconomía	6	24	120	ICOM 031	
11	ICOM 091	Inglés I	6	24	120		
12	ICOM 101	Software aplicado	4	16	80		
TOTAL HORAS SEGUNDO SEMESTRE			32	128	640		
TERCER SEMESTRE							
13	ICOM 111	Macroeconomía	6	24	120	ICOM 081	
14	ICOM 121	Ingeniería de costos	6	24	120	ICOM 022	TRONCAL
15	ICOM 072	Estadística II	4	16	80	ICOM 071	
16	ICOM 092	Inglés II	6	24	120	ICOM 091	
17	ICOM 131	Matemática financiera	4	16	80	ICOM 041	TRONCAL
18	ICOM 141	Marketing I	6	24	120	ICOM 06	TRONCAL
TOTAL HORAS TERCERO SEMESTRE			32	128	640		
CUARTO SEMESTRE							
19	ICOM 151	Administración pública	6	24	120	ICOM 012	
20	ICOM 161	Gestión de venta en la empresa	6	24	120	ICOM 141	TRONCAL
21	ICOM 142	Marketing II	6	24	120	ICOM 141	TRONCAL
22	ICOM 171	Investigación operativa	4	16	80	ICOM 071	
						ICOM 121	
24	ICOM 191	Legislación Empresarial	6	24	120		
TOTAL HORAS CUARTO SEMESTRE			26	104	680		
QUINTO SEMESTRE							
25	ICOM 201	Política de precios	6	24	120	ICOM 081	

Fuente: Rediseño curricular Ingeniería Comercial (2019).

26	ICOM 211	Investigación de mercados I	6	24	120	ICOM 072	TRONCAL
27	ICOM 221	Finanzas I	6	24	120	ICOM 181	TRONCAL
28	ICOM 231	Administración de operaciones	6	24	120	ICOM 171	
29	ICOM 241	Régimen tributario y aduanero	4	16	80	ICOM 191	TRONCAL
TOTAL HORAS QUINTO SEMESTRE			26	104	560		
SEXTO SEMESTRE							
30	ICOM 251	Publicidad y promoción	6	24	120	ICOM 161	
31	ICOM 212	Investigación de mercados II	6	24	120	ICOM 211	TRONCAL
32	ICOM 222	Finanzas II	6	24	120	ICOM 221	TRONCAL
33	ICOM 261	Marketing digital	6	24	120	ICOM 142	TRONCAL
34	ICOM 271	Gestión de calidad	4	16	80	ICOM 231	
35	ICOM 281	Comercio internacional	6	24	120	ICOM 241	TRONCAL
TOTAL HORAS SEXTO SEMESTRE			34	136	680		
SÉTIMO SEMESTRE							
36	ICOM 291	Preparación y evaluación de proyectos privados (electiva I)	6	24	120	ICOM 212	TRONCAL
37	ICOM 301	Preparación y evaluación de proyectos públicos (electiva II)	6	24	120	ICOM 212	TRONCAL
38	ICOM 311	Marketing estratégico	6	24	120	ICOM 261	TRONCAL
39	ICOM 321	Gestión de la innovación	4	16	80	ICOM 271	
40	ICOM 331	Liderazgo empresarial	6	24	120	ICOM 231	
41	ICOM 341	Gestión logística	6	24	120	ICOM 171	
TOTAL HORAS SÉPTIMO SEMESTRE			32	136	680		
OCTAVO SEMESTRE							
42	ICOM 351	Neuromarketing	6	24	120	ICOM 311	
43	ICOM 361	Dirección estratégica	6	24	120	ICOM 331	
44	ICOM 371	Metodología de la investigación	6	24	120	ICOM 051	TRONCAL
45	ICOM 381	Plan de negocios	6	24	120	ICOM 291 o 301	TRONCAL
46	ICOM 391	Marketing social	4	16	80	ICOM 311	
TOTAL HORAS OCTAVO SEMESTRE			28	112	560		
NOVENO SEMESTRE							
47	ICOM 401	Seminario de grado	6	24	120	Todas las materias hasta Octavo	
48	ICOM 411	Taller de diseño de planes mercadológicos	6	24	120	ICOM 381	TRONCAL
49	ICOM 421	Decisiones gerenciales	6	24	120	ICOM 361	
TOTAL HORAS NOVENO SEMESTRE			18	72	360		
DÉCIMO SEMESTRE							
50.	ICOM 431	Modalidad de gradación	6	24	480	Todas las materias hasta Noveno	
TOTAL HORAS DÉCIMO SEMESTRE					480		

TOTAL HORAS	266	1.048	5.920		
-------------	-----	-------	-------	--	--

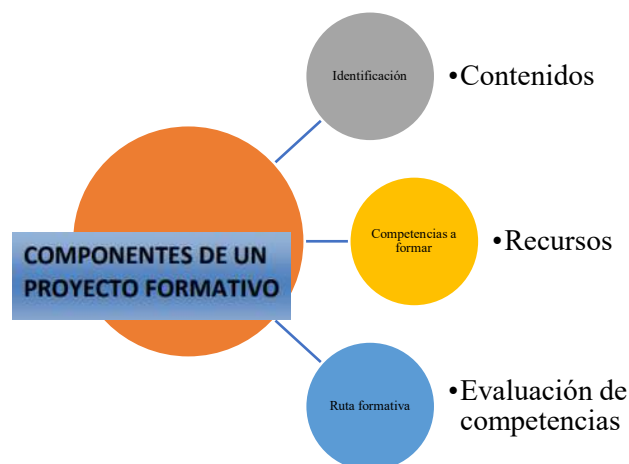
Fuente: Rediseño curricular Ingeniería Comercial (2019).

3.2.1.8 Metodología de Proyecto formativo

El proyecto formativo se constituye en un plan basado en la lógica de proyectos, que permite al docente desarrollar su asignatura de manera sistemática y coherente con el plan de estudio del programa, aplicando el enfoque de formación basada en competencias.

Este proyecto establece un camino a ruta formativa a través del cual se desarrollan los criterios de desempeño y unidades de aprendizaje. Por lo tanto, este constituye en una herramienta de planificación estratégica de la formación basada en competencias que permite vincular la oferta con la demanda desde la aplicación y el proceso de enseñanza y aprendizaje. En la implementación de esta planificación estratégica es necesario establecer alianzas estratégicas para consolidar espacio de formación fuera del aula. Los principales componentes del proyecto formativo son

Figura 2
Componentes del proyecto formativo



Fuente: Manual de proyecto formativo UAP, citado en Rediseño curricular 2019.

3.2.1.9 Estrategias didácticas según la formación basada en competencias

La estrategia es un sistema de planificación flexible que se utiliza para alcanzar metas específicas. En el ámbito educativo, las estrategias didácticas son planes de acción implementados por los docentes para desarrollar las competencias de los estudiantes. No existen técnicas buenas o malas, sino que se deben seleccionar las más adecuadas según los objetivos,

las competencias a desarrollar, el perfil de los estudiantes y otros aspectos relevantes. Las técnicas son esenciales en la planificación y en las actividades de enseñanza-aprendizaje, ya que permiten que los estudiantes construyan y evalúen conocimientos.

Figura 3
Tipos de saberes



Fuente: Manual de proyecto formativo UAP, citado en Rediseño curricular 2019.

En este sentido, las evidencias son las pruebas que permiten demostrar al estudiante el logro de la competencia y el logro del desempeño adquirido, a continuación, se detalla un ejemplo de los mismos:

Tabla 9
Evidencia para el logro de desempeño

Tipo de evidencia	Ejemplo
Evidencias de conocimientos	• Pruebas escritas abiertas • Pruebas escritas cerradas • Pruebas orales • Mapas conceptuales • Mapas mentales
Evidencia de hacer	• Testimonios • Diarios de campo • Registro de observaciones
Evidencia de ser	• Registro de actitudes • Pruebas de actitudes

	• Autovaloración • Sociodramas
Evidencia de producto	• Documentos de productos Proyectos • Informes finales

Fuente: Elaboración en base al Manual de Sergio Tobón

3.2.2 Contexto de la asignatura de Marketing estratégico

Competencia:

Elaborar un plan de acción de marketing con el fin de garantizar el éxito y futuro de la organización, tomando en cuenta las tendencias y cambios del mercado.

Carga horaria	Criterios de desempeño	Contenidos analíticos y programáticos
48	CD.1 Identifica las necesidades actuales y futuras de los clientes de la empresa, nuevos nichos de mercado, segmentos potenciales en base a los instrumentos óptimos de mercado.	Unidad 1: Introducción. - Evolución del pensamiento en la planificación estratégica. ☐ Misión ☐ Visión ☐ Valores de la empresa. - Análisis del contexto. - Sectores industriales. El perfil de los competidores y mercado. - Análisis de las ventajas competitivas. ☐ Las fuentes de la ventaja competitiva. ☐ Los factores: clave de éxito y el producto. ☐ Cadena de valor. ☐ Competencias centrales. - Análisis F.O.D.A.
Nivel 7mo Semestre	CD.2 Identifica estrategias de marketing que le permitan adaptarse al entorno y adquirir ventaja frente a la competencia en base a la bibliografía pertinente.	Unidad 2: Estrategia Competitiva. - Estrategia mezcla de productos. - Estrategia para el líder, el seguidor, el retador y el enfocado. - Estrategia de desarrollo. ☐ Matriz Ansoff. ☐ Alianzas. ☐ Integración. ☐ Diversificación.

CD.3 Diseña un plan de acción de marketing que dé respuesta a los objetivos establecidos por la organización tomando en cuenta las necesidades de la empresa.

- Articulación de las decisiones de marketing de alta gerencia y la gerencia intermedia.

Unidad 3: Análisis del mercado y del producto.

- Macro segmentación y micro segmentación del mercado.
- Combinación de las variables de marketing.
- Mezcla comercial.
- Plan de negocio.
- Tablero de comando.

Unidad 4: estrategias de posicionamiento

- Concepto y tipo de posicionamiento
- Modelos cuantitativos para el posicionamiento
- Matriz de atributos y la matriz de diferenciación
- Posicionamiento en los servicios

Unidad 5: Estrategias de mercadotecnia

- Decisión de posicionamiento estratégico.
- Posicionamiento del comportamiento de respuesta.
- Cadena de valor en el análisis de la diferenciación
- Análisis de la cartera de actividades.
- Elección de una estrategia general.
- Elección de una estrategia competitiva
- Elección de una estrategia específica de ataque o defensa
- Evaluación de oportunidades de crecimiento

CAPÍTULO IV

4. MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo presenta el enfoque metodológico, el tipo de investigación, el método empleado, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, así como la unidad de análisis, la población y la muestra.

4.1 IDEA A DEFENDER

Con el diseño de estrategias didácticas se promoverá el aprendizaje significativo en el proceso de enseñanza aprendizaje en la asignatura de Marketing Estratégico en la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando.

4.2 OPERACIONALIZACIÓN DE CATEGORÍAS

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	DEFINICIÓN CONCEPTUA L	OBJETIVO	INDICADORE S	INSTRUMENTO S
Estrategias didácticas	Métodos Activos	Estrategias pedagógicas centradas en la participación activa del estudiante en su aprendizaje.	Diseñar actividades como estudios de caso, aprendizaje basado en problemas y simulaciones para motivar la participación.	Nivel de participación esperado en las actividades activas, desarrollo de pensamiento crítico y resolución de problemas.	Diseños de actividades, planificación de clases, propuestas de simulación.
	Recursos TIC	Uso de herramientas tecnológicas que facilitan la enseñanza interactiva y colaborativa.	Incorporar plataformas digitales, simuladores y recursos audiovisuales en las clases para facilitar la comprensión de conceptos.	Uso previsto de TICs en las clases, mejora en la accesibilidad y disponibilidad de materiales educativos.	Selección de plataformas y recursos TIC, diseño de actividades interactivas.

	Evaluación formativa	Proceso de evaluación continua que facilita la retroalimentación y mejora progresiva.	Proponer una evaluación continua mediante retroalimentación oportuna para que los estudiantes ajusten sus aprendizajes	Propuesta de evaluaciones formativas (exámenes parciales, proyectos), frecuencia de retroalimentación.	Planificación de pruebas, diseños de rúbricas de evaluación.
Aprendizaje significativo	Relación de conocimientos previos	Proceso por el cual los estudiantes relacionan los nuevos conocimientos con los anteriores.	Desarrollar actividades que permitan conectar la experiencia de los estudiantes con los nuevos conocimientos de marketing.	Actividades que incluyen la aplicación de conocimientos previos en nuevos contextos, participación en reflexiones colectivas.	Propuestas de actividades y dinámicas, diseño de estudios de caso.
	Transferencia de lo aprendido	Capacidad de aplicar los nuevos aprendizajes en contextos prácticos y reales.	Proponer la creación de proyectos prácticos donde los estudiantes apliquen los conceptos teóricos de marketing estratégico.	Desarrollo de proyectos aplicables a situaciones empresariales reales, capacidad de resolver problemas prácticos.	Diseño de proyectos finales, planificación de trabajos colaborativos.
	Autonomía en el aprendizaje	Habilidad del estudiante para gestionar su propio aprendizaje y desarrollarse	Fomentar el aprendizaje autónomo a través de investigaciones individuales y tareas sin asistencia	Número de actividades independientes, propuestas, capacidad de autorregulación en el aprendizaje.	Diseño de tareas independientes, guías de autoevaluación, planificación de

			de manera constante independiente del docente.			investigaciones.
Marketing estratégico	Análisis de mercado	de	Evaluación de las condiciones del mercado, la competencia y las oportunidades de negocio.	Desarrollar actividades que promuevan el análisis de mercado, como FODA y análisis de la competencia .	Propuestas de actividades de análisis de mercado, uso de herramientas de análisis en situaciones prácticas.	Propuestas de análisis FODA, estudios de mercado en trabajos teóricos.
	Segmentación de mercado		División de un mercado en grupos de consumidores con características similares.	Diseñar proyectos donde los estudiantes segmenten mercados y propongan estrategias específicas para cada segmento.	Precisión en las segmentaciones propuestas, identificación clara de segmentos de mercado.	Planificación de ejercicios de segmentación de mercado.
	Estrategias de Posicionamiento	de	Creación de una identidad de marca que permita a la empresa diferenciarse de la competencia .	Proponer el diseño de estrategias de posicionamiento que permita a los estudiantes aplicar los conceptos teóricos en casos prácticos.	Calidad de las estrategias de posicionamiento propuestas, claridad en la diferenciación de marca.	Diseño de casos prácticos y ejercicios de posicionamiento.

Fuente. Elaboración propia.

4.3 ENFOQUE METODOLÓGICO

La investigación adoptó un enfoque mixto que permitió obtener una aproximación más completa del objeto de estudio, combinando elementos tanto cualitativos como cuantitativos.

Como refiere Hernández, Fernández & Baptista (2003) el enfoque mixto representa una combinación completa entre los enfoques cualitativo y cuantitativo, donde se entrelazan en todas las fases del proceso de investigación, a pesar de cierta complejidad al diseño del estudio, permite aprovechar todas las ventajas de cada enfoque.

4.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por las características de la investigación es descriptiva propositiva, porque describe las características de las estrategias didácticas aplicadas en el proceso enseñanza aprendizaje en la asignatura de Marketing estratégico y propositiva porque al realizar el diagnóstico sobre las estrategias didácticas se ha elaborado una propuesta para el aprendizaje significativo de los estudiantes. Sobre este tipo de investigación Sampieri (2006), señala que permite detallar situaciones, eventos, es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

4.5 MÉTODOS TEÓRICOS

El método deductivo proporciona un marco lógico y sistemático para investigar estrategias didácticas para el aprendizaje significativo, partiendo de principios generales y utilizando la evidencia empírica para llegar a conclusiones específicas. Al respecto Dávila (2006), define que el método deductivo es un proceso que implica la transición de ideas generales a específicas, obedeciendo los principios de la lógica formal.

4.6 MÉTODOS EMPÍRICOS

Se aplicaron métodos empíricos que se caracterizan por su aporte al proceso de investigación es resultado fundamentalmente de la experiencia directamente del objeto de estudio.

Bernal (2010), hace referencia que los métodos empíricos se apoyan en la experiencia práctica y el contacto directo con la realidad. Estos métodos se basan en la experimentación, la lógica, la observación de fenómenos y el análisis estadístico, y son ampliamente utilizados tanto en las ciencias sociales como en las ciencias naturales.

Para la recolección de la información primaria, se aplicó métodos empíricos a través de la técnica de la encuesta y la entrevista estructurada.

4.7 TÉCNICA

4.7.1 *Técnica de la encuesta*

La técnica de la encuesta se aplicó a 66 estudiantes y al docente de la asignatura de Marketing Estratégico de la carrera de Ingeniería Comercial, mediante el instrumento del cuestionario con diez preguntas relacionadas a las estrategias didácticas, el aprendizaje significativo como se observa en el Anexo 1. y Anexo 2.

De acuerdo a Westreicher (2020) una encuesta es una técnica de recolección de datos que utiliza preguntas estructuradas para obtener información sobre opiniones, actitudes y características de un grupo de personas. Se utilizan para recopilar datos cuantitativos, y se pueden realizar en papel, en línea o mediante entrevistas. Es importante formular preguntas claras, evitar sesgos y garantizar la confidencialidad de las respuestas para obtener resultados válidos y confiables

4.7.2 *Técnica de la entrevista estructurada*

Esta técnica de la entrevista estructurada fue aplicada al director de la carrera de Ingeniería Comercial, para lo que se utilizó como instrumento de investigación una guía de entrevista con diez preguntas, para obtener información en el ámbito del seguimiento y cumplimiento microcurricular y en particular de la asignatura de Marketing Estratégico, estrategias didácticas, como también sobre el aprendizaje significativo y perspectivas para mejorar el proceso enseñanza aprendizaje como se observa en el Anexo 3, toda la información proporcionada ha servido para la elaboración de la propuesta de la investigación.

Folgueiras (2016) señala, que la entrevista es un método de recolección de datos que involucra una interacción directa entre un entrevistador y un entrevistado. Durante este proceso, se plantean preguntas con el objetivo de obtener información sobre las perspectivas, opiniones y experiencias del entrevistado.

Las entrevistas pueden adoptar diferentes formas, como estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas, y pueden realizarse en diversos formatos y medios. Este método se emplea en una amplia gama de disciplinas y contextos con el fin de obtener información detallada y contextualizada. Es fundamental llevar a cabo las entrevistas de manera ética y respetuosa,

asegurando la confidencialidad de los datos y obteniendo el consentimiento informado de los participantes.

4.8 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis corresponde a estudiantes de séptimo semestre, correspondiente del segundo periodo académico de la gestión 2023, el docente de la asignatura de Marketing Estratégico y el director de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando, en el departamento Pando.

4.9 POBLACIÓN Y MUESTRA

4.9.1 Población

La población en estudio correspondió a 80 estudiantes matriculados, docente de la asignatura de Marketing Estratégico y el Coordinador de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Amazónica de Pando.

4.9.2 Muestra

Estudiantes:

Para la determinación de la muestra de los estudiantes se aplicó el muestreo probabilístico, mediante la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 (p \cdot q)}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población

Z = Valor de la abscisa en la distribución normal estándar para un nivel de confianza dado.

e = Tamaño de error permitido.

p= Probabilidad de éxito en la población.

q= Probabilidad de fracaso en la población

Cálculo de la muestra Los valores estipulados para cada variable son:

$$n = ?$$

$$N = 80$$

$Z = 1,96$ obtenido de la tabla con un nivel de confianza del 95%

$e =$ error de estimación 5% 0,05

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

Reemplazando los valores:

$$n = \frac{(3,8416)(0.5)(0.5)(80)}{(0,0025) * (80 - 1) + (3,8416)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{76,832}{(0.1975) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{76,832}{1,1569}$$

$$n = 66,41$$

$$n = 66$$

Siendo la muestra de 66 estudiantes que fueron encuestados para tener conocimiento sobre las características de las estrategias didácticas aplicadas en la asignatura de Marketing Estratégico.

Se aplico el muestro no probabilístico dirigido para la selección del docente y el coordinador de carrera.

CAPÍTULO V

5 RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes, así como las entrevistas realizadas al docente de la asignatura de Marketing Estratégico y al director de la carrera de Ingeniería Comercial.

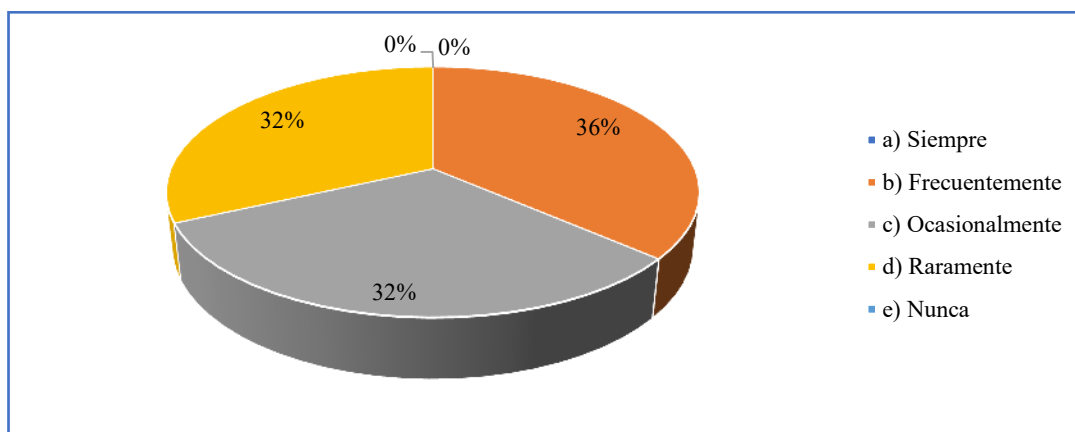
5.1 RESULTADOS PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES

5.1.1 Frecuencia y utilización de estrategias didácticas por el docente en clases

Sobre la frecuencia de utilización de estrategias didácticas por el docente en clases, respondió que es frecuentemente en un 36%, raramente utilizan técnicas y el 32% ocasionalmente.

Figura 4

Frecuencia y utilización de estrategias didácticas por el docente en clases



Fuente: Elaboración propia.

La aplicación de las estrategias didácticas en el proceso enseñanza aprendizaje es primordial, porque no solo abarcan aspectos cognitivos, afectivos y procedimentales, sino que también son fundamentales para promover la construcción y el desarrollo del aprendizaje en los estudiantes, como también, estas estrategias permiten al docente interiorizar el proceso de enseñanza.

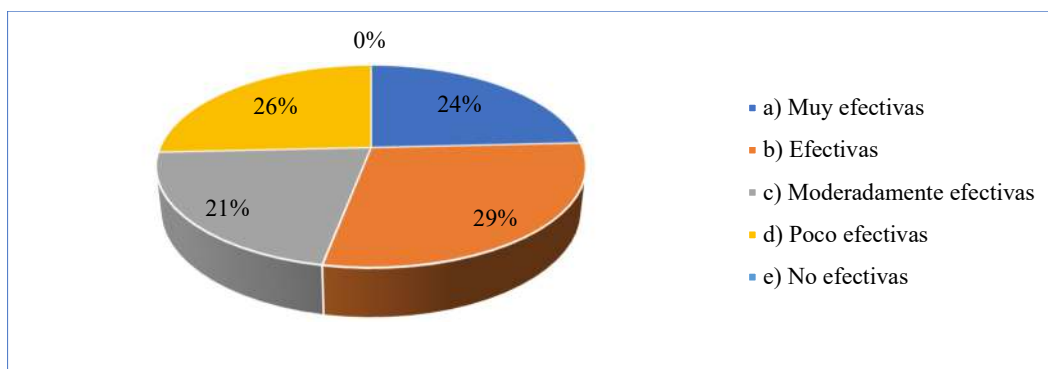
De acuerdo a los resultados obtenidos revela que un segmento significativo de los estudiantes percibe que las estrategias didácticas son utilizadas frecuentemente por el docente en clases, pero otro segmento indica que raramente y ocasionalmente son utilizadas por el docente. Esto indica que existe una brecha entre las expectativas de los estudiantes en términos de cómo desean ser enseñados y la realidad de cómo se están llevando a cabo las clases.

5.1.2 Efectividad de las estrategias didácticas para facilitar el aprendizaje

En relación a la efectividad de las estrategias didácticas para facilitar el aprendizaje de los estudiantes respondieron un 29 % que son efectivas, un 26% poco efectivas, 24% muy efectivas y un 21% moderadamente efectivas.

Figura 5

Efectividad de las estrategias didácticas para facilitar su aprendizaje



Fuente: Elaboración propia.

Las estrategias didácticas eficientes promueven la participación activa en el aula mediante actividades interactivas que mantienen el interés y la implicación de los estudiantes, como también son aquellas que se adaptan a diferentes estilos y ritmos de aprendizaje, satisfaciendo las necesidades individuales de los estudiantes, fomentan el pensamiento crítico y la resolución de problemas, habilidades esenciales para el mundo actual, y mejoran la retención y transferencia del conocimiento al permitir a los estudiantes aplicar lo aprendido en contextos nuevos y diferentes. En base a los resultados obtenidos muestran una diversidad de opiniones entre los estudiantes sobre la efectividad de las estrategias didácticas.

Un segmento refiere que son eficientes y que se está cumpliendo con el propósito, por tanto, contribuye positivamente al proceso de aprendizaje de los estudiantes según la percepción de este grupo; pero el segundo segmento que es un número considerable de estudiantes opina que las estrategias didácticas son poco efectivas en facilitar su aprendizaje. Esto podría indicar posibles deficiencias en la implementación o diseño de las estrategias por parte de los docentes, o una falta de alineación entre las estrategias utilizadas y las necesidades de los estudiantes; el tercer segmento en porcentaje importante de estudiantes considera que las estrategias didácticas son muy efectivas para facilitar su aprendizaje. Este segmento muestra una percepción muy

positiva sobre el impacto de estas estrategias en su proceso de aprendizaje, lo que sugiere que están experimentando beneficios significativos y una mayor comprensión gracias a la aplicación de estas estrategias y finalmente el cuarto segmento de estudiantes percibe que las estrategias didácticas son moderadamente efectivas para facilitar su aprendizaje.

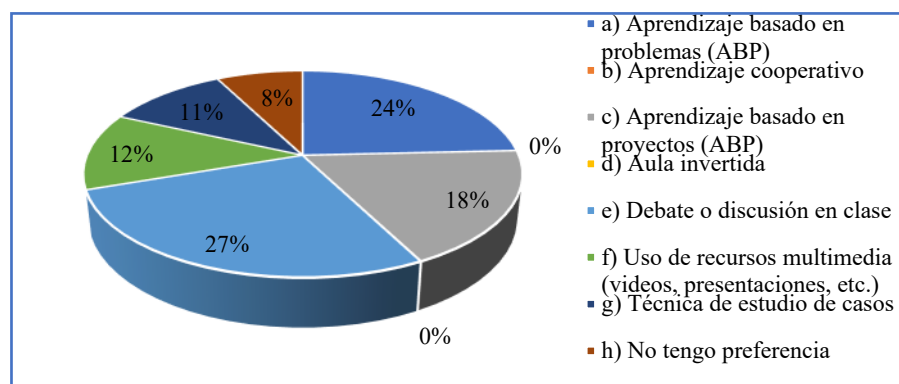
Aunque no consideran que estas estrategias sean extremadamente efectivas, tampoco las ven como inútiles. Esto indica que las estrategias tienen cierto impacto positivo, pero aún hay margen para mejorar su implementación o diversificarlas para adaptarse mejor a las necesidades individuales de los estudiantes.

5.1.3 Preferencias de los estudiantes sobre estrategias utilizadas en clases

Con relación a las preferencias de las estrategias didácticas utilizadas en clases, los estudiantes respondieron de la siguiente manera; un 27% debate o discusión, un 24% aprendizaje basado en problemas, 18% aprendizaje basado en proyectos, 12% uso de recursos multimedia y un 8% no tiene preferencia.

Figura 6

Preferencia de los estudiantes en cuanto a las estrategias utilizadas en clases



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados revelan que los estudiantes tienen diferentes preferencias sobre estrategias didácticas utilizadas en clases. En primer lugar, un grupo considerable de estudiantes prefiere el debate o discusión caracterizado porque permite expresar ideas, debatir puntos de vista y participar en un intercambio de opiniones en el aula, en segundo lugar, la estrategia de aprendizaje basado en problemas (ABP) que se centra en el aprendizaje activo y la resolución de problemas auténticos en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Otro grupo de estudiantes tiene la preferencia de estrategias en aprendizaje basado en proyectos que se caracteriza por abordar tareas y proyectos más amplios, que les permite explorar temas en profundidad, aplicar su creatividad y trabajar de manera colaborativa en la consecución de metas comunes.

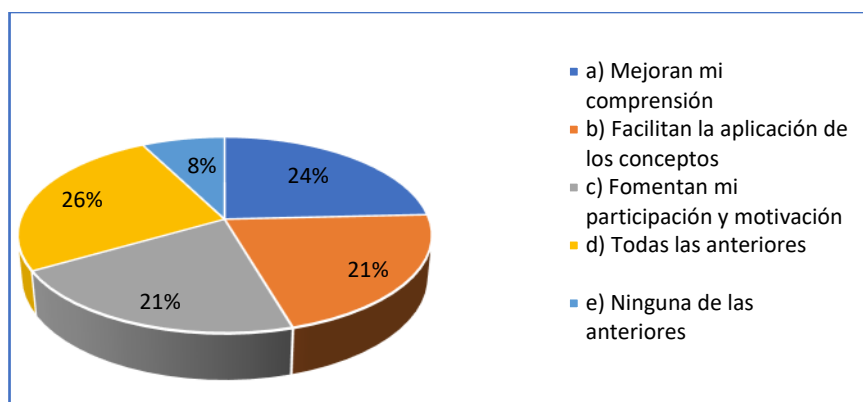
Mientras que un porcentaje menor de estudiantes prefiere las estrategias donde se utilizan el uso de recursos multimedia como videos, presentación y otros que permite enriquecer su experiencia de aprendizaje. Y un reducido porcentaje de estudiantes refirió no tener preferencia de estrategias didácticas utilizadas en clases que puede atribuirse a una variedad de factores individuales, como los estilos de aprendizaje, la conexión con el contenido, las experiencias previas, la diversidad de contextos de aprendizaje y el nivel de desarrollo cognitivo y madurez. Por lo que es importante que el docente este consciente de estas diferencias individuales y adaptar sus enfoques de enseñanza para satisfacer las necesidades de todos los estudiantes.

5.1.4 Estrategias didácticas que contribuyen a la comprensión de los temas

El 26% de los estudiantes refiere que las estrategias didácticas contribuyen a la comprensión de los temas, facilitan la aplicación de conceptos y fomentan la participación y motivación, mientras que el 24% mejoran su comprensión; el 21% facilitan la aplicación de los conceptos y un 8% ninguna de las opciones mencionadas anteriormente.

Figura 7

Comprensión de los temas a través de las estrategias didácticas



Fuente: Elaboración propia.

Los datos revelan que un porcentaje significativo de los participantes experimenta una mejora notable en su comprensión de los temas cuando se aplican estrategias didácticas. Estas

estrategias no solo les ayudan a comprender mejor los conceptos, sino que también tienen un impacto positivo en su participación y motivación.

Esta conexión entre las estrategias didácticas y la mejora en la comprensión puede potenciar significativamente el aprendizaje de los estudiantes.

Además, otro segmento de los participantes informó que su comprensión mejora cuando se aplican estrategias didácticas. Si bien este porcentaje es mínimo al anterior, sigue siendo un indicador positivo de que estas estrategias tienen un impacto beneficioso en el proceso de aprendizaje.

Es importante destacar que otro segmento de los participantes resaltó que las estrategias didácticas facilitan la aplicación de los conceptos aprendidos. Esto señala que las estrategias didácticas no solo se limitan a la comprensión teórica, sino que también ayudan a los estudiantes a transferir sus conocimientos a situaciones prácticas.

Otro aspecto relevante es que un porcentaje similar de participantes mencionó que las estrategias didácticas promueven su participación y motivación. Este hallazgo es especialmente valioso, ya que la participación activa y la motivación son factores clave para un aprendizaje efectivo.

El hecho de que las estrategias didácticas puedan influir positivamente en estos aspectos sugiere que pueden generar un entorno de aprendizaje más dinámico y estimulante. Sin embargo, es importante tener en cuenta que un pequeño porcentaje de los participantes indicó que ninguna de las opciones mencionadas anteriormente influye en su comprensión de los temas.

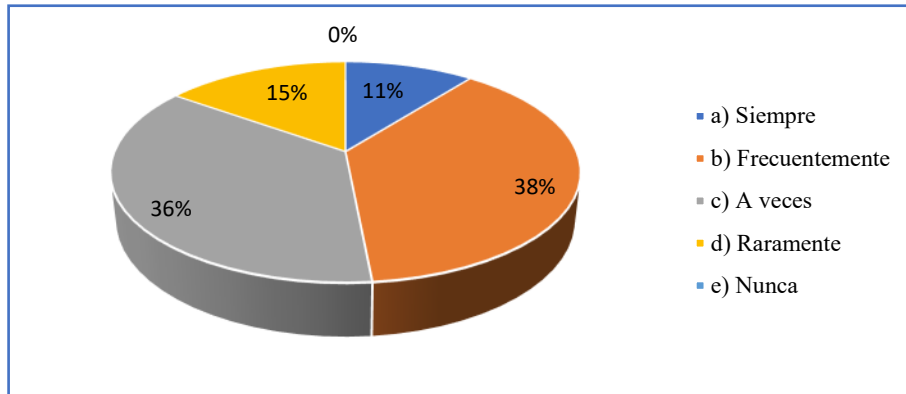
Aunque este grupo es minoritario, sus respuestas destacan la importancia de considerar las preferencias y necesidades individuales al implementar estrategias didácticas. Es posible que estos estudiantes requieran estrategias didácticas diferentes para alcanzar una comprensión aceptable.

5.1.5 *Adaptabilidad de estrategias didácticas de acuerdo a necesidades y estilos de aprendizaje de los estudiantes*

El 38% refiere que el docente frecuentemente adapta las estrategias didácticas de acuerdo a las necesidades y estilos de aprendizaje del estudiante, mientras que el 36% a veces, un 15% raramente y un 11% siempre.

Figura 8

Adaptabilidad de estrategias didácticas de acuerdo a necesidades y estilos de aprendizajes de los estudiantes



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados, un considerable porcentaje de docentes frecuentemente adapta las estrategias didácticas de acuerdo a las necesidades y estilos de aprendizaje del estudiante. Esta cifra indica una alta adopción de enfoques pedagógicos que involucran métodos y técnicas específicas para mejorar el aprendizaje de los estudiantes.

Por otro lado, un segmento de los participantes menciona utilizar estrategias didácticas a veces. Esta categoría indica una implementación intermitente o variable de estas estrategias, lo que puede sugerir una necesidad de mayor consistencia o comprensión sobre cómo utilizarlas eficazmente en el contexto educativo.

Es interesante destacar que otro segmento de los participantes refieren utilizar estrategias didácticas raramente. Esta cifra indica una baja frecuencia de uso de estas estrategias, lo cual puede tener implicaciones en la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. Sería relevante explorar las posibles razones detrás de esta baja utilización para identificar obstáculos o barreras que impidan una implementación más amplia y eficiente de las estrategias didácticas.

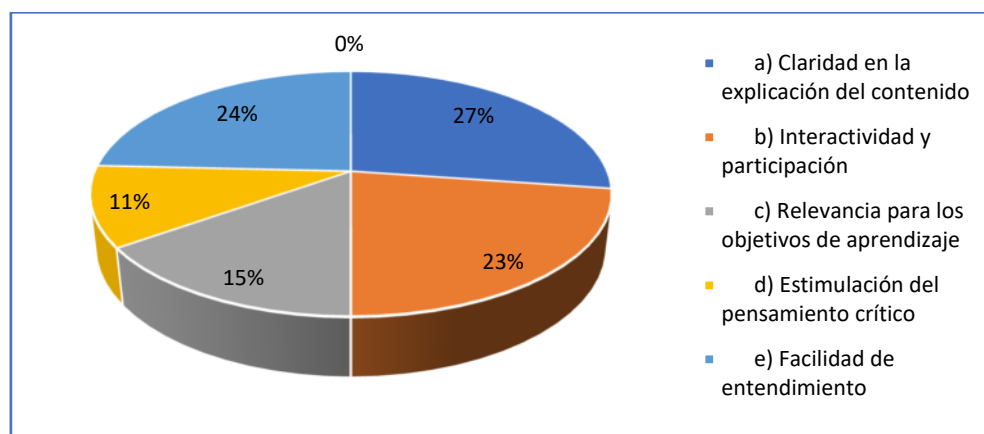
Por último, otro porcentaje de los participantes menciona utilizar las estrategias didácticas siempre. Esta cifra representa un grupo minoritario, pero significativo, que demuestra una alta adherencia y compromiso con el uso constante de estas estrategias en sus prácticas docentes.

5.1.6 Aspectos importantes para evaluar una estrategia didáctica

El 27% de los encuestados indicó que para evaluar una estrategia didáctica el aspecto que considera es la claridad de la explicación del contenido, mientras que el 24% la facilidad de entendimiento; el 23% por la interactividad y participación, el 15% por la relevancia para los objetivos de aprendizaje y 11% por la estimulación del pensamiento crítico.

Figura 9

Aspectos importantes para evaluar una estrategia didáctica



Fuente: Elaboración propia.

El análisis de los datos revela las preferencias de los encuestados en cuanto a los aspectos que consideran importantes para evaluar una estrategia didáctica. El aspecto más mencionado, con un 27%, es la claridad de la explicación del contenido. Esto indica que los encuestados valoran la capacidad del docente para presentar de manera clara y comprensible los conceptos que se están enseñando.

En segundo lugar, con un 24%, se encuentra la facilidad de entendimiento. Esto muestra que los encuestados consideran importante que la estrategia didáctica sea accesible y fácil de comprender, lo que facilita su proceso de aprendizaje.

El siguiente aspecto mencionado por el 23% de los estudiantes es la interactividad y participación. Esto indica que valoran las estrategias que fomentan la participación activa de los estudiantes, lo que les permite involucrarse en el proceso de aprendizaje y construir conocimientos de manera colaborativa.

El 15% de los encuestados menciona la relevancia para los objetivos de aprendizaje como un aspecto importante a considerar en la evaluación de una estrategia didáctica. Esto indica que los encuestados valoran que las estrategias estén alineadas con los objetivos educativos y sean relevantes para el desarrollo de competencias específicas.

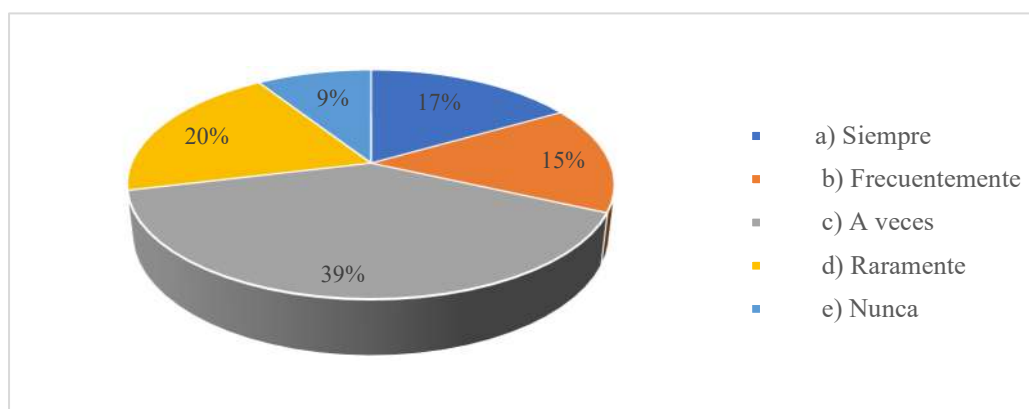
Por último, el 11% de los encuestados destaca la estimulación del pensamiento crítico como un aspecto relevante en la evaluación de las estrategias didácticas. Esto muestra que valoran las estrategias que promueven el pensamiento crítico, la reflexión y el análisis profundo de los contenidos.

5.1.7 Retroalimentación sobre su aprendizaje después de aplicar estrategias didácticas

Según los resultados obtenidos el 39% refiere que a veces realiza la retroalimentación el docente, el 20% raramente, el 17% siempre, el 15% frecuentemente y el 9% nunca.

Figura 10

Retroalimentación sobre su aprendizaje después de aplicar estrategias didácticas



Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos, se observa diferentes respuestas sobre la retroalimentación por parte del docente.

El 39% de los estudiantes indicó que a veces reciben retroalimentación por parte del docente. Esto indica que, en determinadas ocasiones, los estudiantes reciben comentarios y evaluaciones.

A su vez, el 20% de los estudiantes mencionó que raramente reciben retroalimentación. Esto puede deberse a que no se les brinda una respuesta o evaluación con frecuencia.

Por otro lado, el 17% de los estudiantes afirmó que siempre reciben retroalimentación. Esto muestra que un porcentaje significativo de los estudiantes recibe comentarios, evaluaciones constantes y consistentes por parte del docente, lo cual es beneficioso para su desarrollo académico.

El 15% de los estudiantes mencionó que la retroalimentación es recibida frecuentemente. Esto indica que estos estudiantes tienen la oportunidad de recibir comentarios y evaluaciones de manera regular, lo que les permite mejorar continuamente su desempeño académico y recibir una retroalimentación constante.

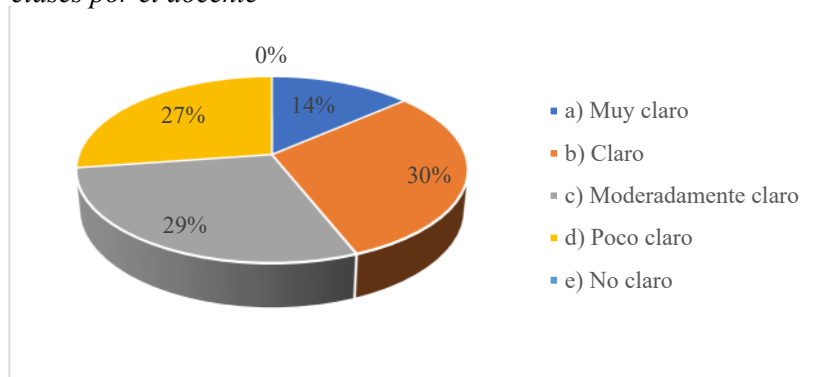
Sin embargo, el 9% de los estudiantes manifestó que nunca reciben retroalimentación por parte del docente. Esto revela que un número significativo de estudiantes no está recibiendo ningún tipo de respuesta o evaluación, lo cual puede tener un impacto negativo en su aprendizaje y desarrollo académico.

5.1.8 Claridad del propósito de estrategias didácticas utilizadas en las clases por el docente

Sobre la claridad del propósito de las estrategias utilizadas en las clases por el docente refiere el 30% respondió que es claro, el 29% moderadamente claro, el 27% poco claro y el 14% muy claro.

Figura 11

Claridad del propósito de estrategias didácticas utilizadas en las clases por el docente



Fuente: Elaboración propia

Sobre la claridad del propósito de las estrategias utilizadas por el docente en las clases de esta asignatura, los resultados muestran una variedad de percepciones por parte de los estudiantes.

El 30% de los estudiantes consideró que el propósito de las estrategias utilizadas por el docente es claro. Esto indica que una parte significativa de los estudiantes tiene una comprensión clara de las intenciones y objetivos detrás de las estrategias implementadas.

El 29% de los estudiantes respondió que el propósito es moderadamente claro. Esto sugiere que hay un grupo considerable de estudiantes que tienen una comprensión general, pero no necesariamente detallada, sobre las estrategias utilizadas en las clases.

El 27% de los estudiantes indicó que el propósito es poco claro. Esto implica que un porcentaje considerable de los estudiantes tiene dificultades para comprender claramente el propósito de las estrategias empleadas por el docente.

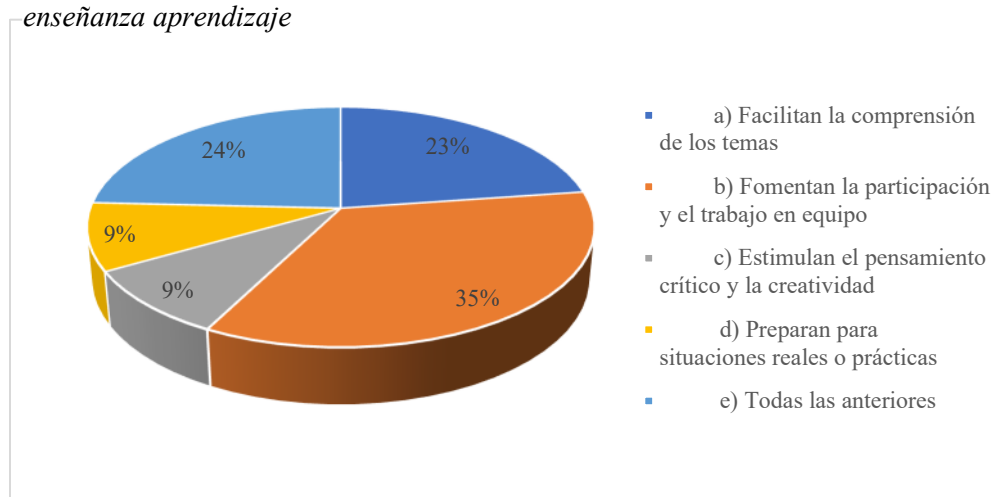
Por último, el 14% de los estudiantes consideró que el propósito es muy claro. Esto significa que una minoría de estudiantes tiene una comprensión profunda y precisa del propósito de las estrategias utilizadas en las clases.

5.1.9 Percepción sobre el beneficio de las estrategias didácticas en el proceso de enseñanza aprendizaje

Refiere el 35% que fomentan la participación y el trabajo en equipo, el 24% que facilitan la comprensión de los temas, el 23% todas las anteriores, el 9% estimulan el pensamiento crítico y la creatividad y los prepara para situaciones reales y prácticas.

Figura 12

Percepción sobre el beneficio de las estrategias didácticas en el proceso de enseñanza aprendizaje



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las estrategias utilizadas por el docente en esta asignatura, los resultados cualitativos muestran una variedad de percepciones por parte de los estudiantes en diferentes áreas.

El 35% de los estudiantes refiere que las estrategias utilizadas por el docente fomentan la participación y el trabajo en equipo. Esto indica que un porcentaje significativo de los estudiantes percibe que se les brinda la oportunidad de participar activamente y colaborar con sus compañeros en el proceso de aprendizaje.

El 24% de los estudiantes menciona que las estrategias facilitan la comprensión de los temas. Esto revela que un grupo considerable de estudiantes siente que las estrategias empleadas por el docente contribuyen a su comprensión y asimilación de los contenidos de la asignatura.

El 23% de los estudiantes considera que las estrategias abarcan todas las anteriores. Esto indica que una proporción significativa de los estudiantes percibe que las estrategias utilizadas por el docente no solo fomentan la participación y el trabajo en equipo, sino que también facilitan la comprensión de los temas en general.

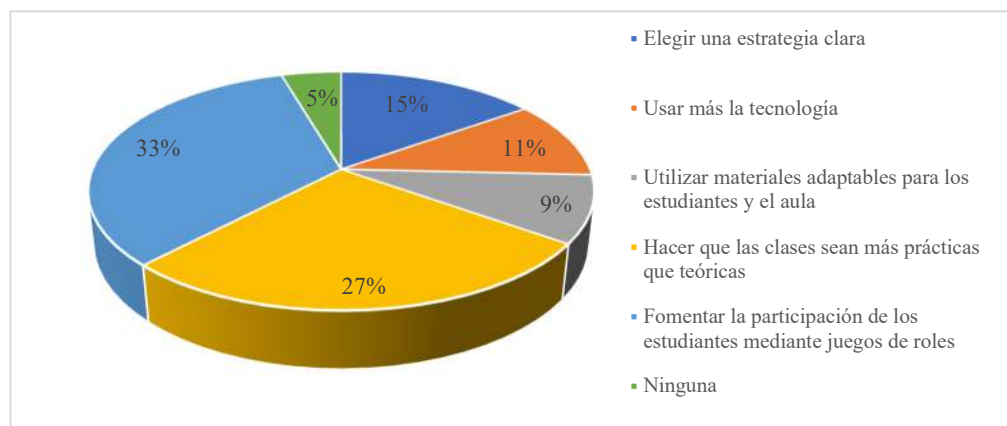
El 9% de los estudiantes refiere que las estrategias utilizadas por el docente estimulan el pensamiento crítico y la creatividad, y los prepara para situaciones reales y prácticas. Esto indica que un pequeño porcentaje de estudiantes percibe que las estrategias implementadas los desafían a pensar de manera crítica, fomentan la creatividad y los preparan para aplicar los conocimientos en situaciones reales y prácticas.

5.1.10 Recomendaciones para mejorar el uso de estrategias didácticas en clases

El 33% de los estudiantes recomendó que se fomente la participación de los estudiantes mediante juego de roles, el 27% que las clases sean más prácticas que teóricas, el 15% que la estrategia sea clara, el 11% que use más la tecnología, el 9% utilizar materiales adaptables para los estudiantes en aula y el 5% no tiene ninguna recomendación.

Figura 13

Recomendaciones para mejorar el uso de estrategias didácticas en clases



Fuente: Elaboración propia

En base a las recomendaciones de los estudiantes sobre cómo mejorar las estrategias utilizadas por el docente en la asignatura de Marketing estratégico, se pueden identificar diversas áreas de interés y necesidades específicas:

El 33% de los estudiantes recomendó que se fomente la participación mediante juegos de roles. Esta sugerencia indica que un porcentaje significativo considera que la participación activa y la interacción a través de juegos de roles pueden ser beneficiosas para su aprendizaje.

El 27% de los entrevistados recomendó que las clases sean más prácticas que teóricas. Esto indica que un grupo considerable de estudiantes prefiere un enfoque más práctico, donde puedan aplicar los conceptos y habilidades en situaciones concretas, en lugar de un enfoque predominantemente teórico.

El 15% de los estudiantes señaló que la estrategia utilizada por el docente debe ser clara. Esto indica que algunos educandos desean una mayor claridad en cuanto a los objetivos, las instrucciones, el propósito de las actividades y tareas propuestas por el docente.

El 11% de los estudiantes recomendó que se utilice más la tecnología en las clases. Esto muestra que algunos estudiantes consideran que la integración de herramientas tecnológicas puede mejorar su experiencia de aprendizaje y hacerlo más interactivo y atractivo.

El 9% de los estudiantes sugirió que se utilicen materiales adaptables en el aula. Esto señala la importancia de proporcionar materiales y recursos que se ajusten a las necesidades y características individuales de los estudiantes, permitiéndoles aprender de forma más efectiva.

Por último, el 5% de los estudiantes no presentó ninguna recomendación. Esto indica que un pequeño porcentaje de los estudiantes no tiene sugerencias específicas para mejorar las estrategias utilizadas por el docente.

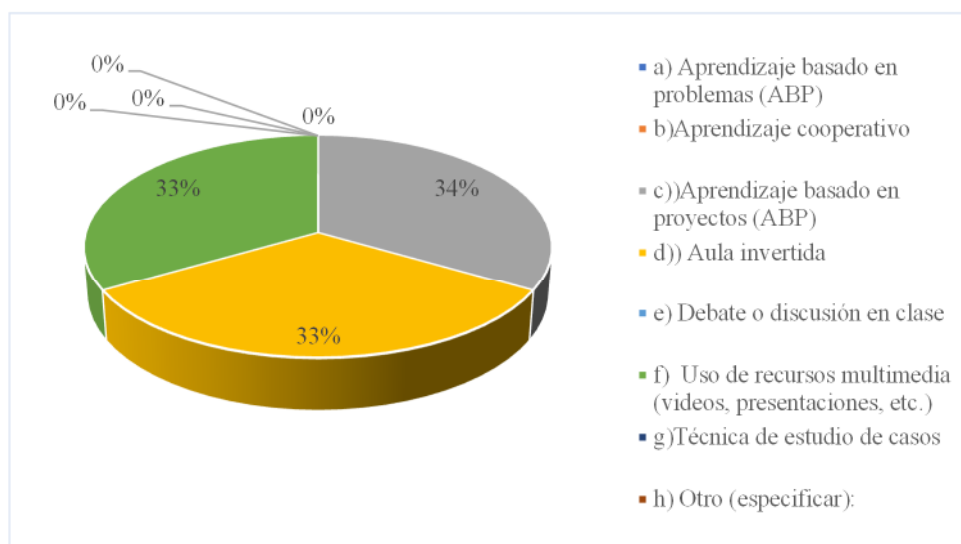
5.2 RESULTADO DE LA ENCUESTA AL DOCENTE

5.2.1 Estrategias didácticas utilizadas con mayor frecuencia en la práctica docente

En la entrevista el docente manifestó que utiliza varias estrategias didácticas y de las opciones que se le facilitó en el instrumento, refirió que utiliza el aprendizaje basado en proyectos, siendo este dato el 100%.

Figura 14

Estrategias didácticas utilizadas con mayor frecuencia en la práctica docente



Fuente: Elaboración propia

Refiere el docente que utiliza el aprendizaje basado en proyectos, lo que significa que organiza el proceso de enseñanza y aprendizaje alrededor de proyectos que involucren la investigación, colaboración y aplicación práctica de conocimientos. Pero requiere más tiempo puede necesitar materiales costosos y específicos, la gestión en el aula no es fácil cuando se trabaja con grandes grupos de estudiantes, la evaluación puede ser subjetiva y compleja en relación a la motivación

y compromiso algunos estudiantes pueden perder interés, como también requiere habilidades específicas que algunos estudiantes pueden no tener.

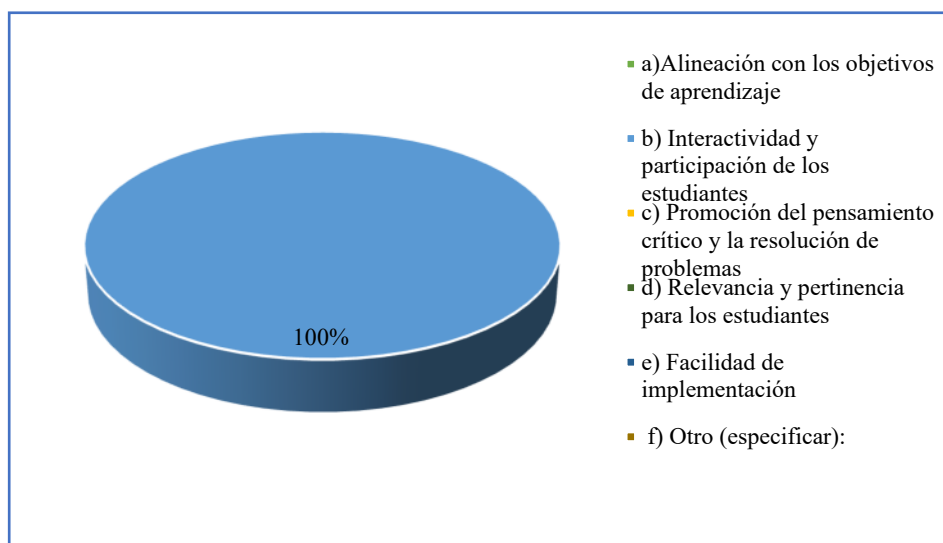
En relación de la utilización del aula invertida como una estrategia didáctica tiene la ventaja de un aprendizaje personalizado, interacción activa en el aula, acceso flexible al contenido de aprendizaje, flexibilidad en el horario de estudio y dentro de las desventajas se encuentra el acceso desigual a recursos tecnológicos, requiere autonomía y autodisciplina por parte de los estudiantes, puede aumentar la brecha de desigualdad de oportunidades y la necesidad de una planificación cuidadosa y una evaluación efectiva del aprendizaje.

5.2.2 Consideración para la selección de estrategia didáctica para la clase

Según los datos relevados se conoce que el docente para la selección de estrategia en un 100% prioriza la interactividad y participación de los estudiantes.

Figura 15

Consideración para la selección de estrategias para la clase



Fuente: Elaboración propia

El docente solo considera la interactividad y la participación de los estudiantes, por lo que puede generar un aprendizaje centrado en el estudiante, el desarrollo de habilidades sociales, promoción de un ambiente inclusivo, pero es importante la diversificación de las estrategias didácticas para adaptarse a diferentes estilos de aprendizaje y necesidades individuales.

Si se enfoca únicamente en la interactividad, puede descuidar aspectos esenciales del proceso educativo, como la transmisión de información, la práctica autónoma y la reflexión.

Para garantizar la equidad en la participación por el docente debe crear un entorno inclusivo donde todos los estudiantes se sientan seguros y alentados a contribuir, independientemente de su nivel de participación activa. Y por otra parte la evaluación del aprendizaje se vuelve desafiante al priorizar la interactividad, ya que puede ser complicado evaluarla de manera justa y equitativa.

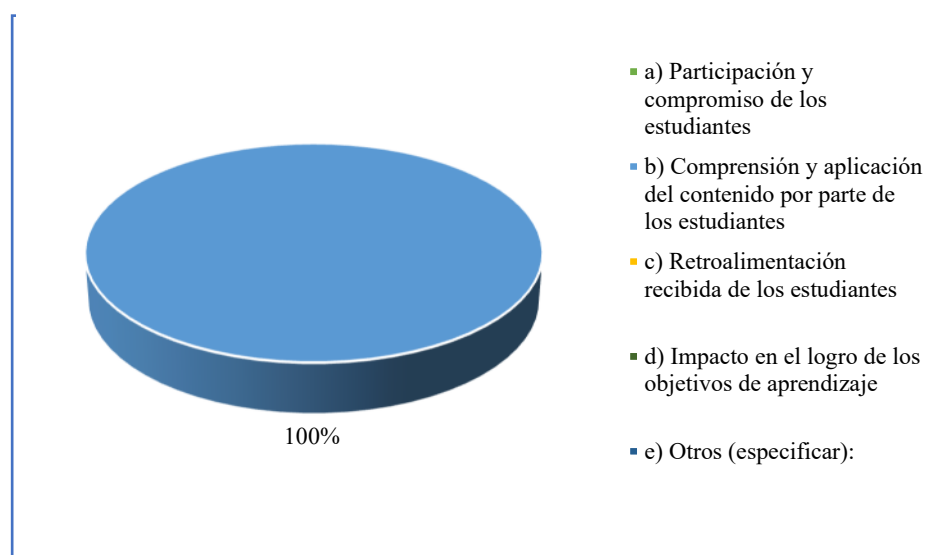
Por ello, es necesario que el docente considere métodos de evaluación que reflejen adecuadamente la participación activa de los estudiantes y la comprensión teórica

5.2.3 Consideraciones para evaluar la efectividad de una estrategia didáctica

Con relación a este aspecto, el docente manifestó en un 100% que, para evaluar la efectividad de una estrategia didáctica, toma como referencia la comprensión y aplicación del contenido por parte de los estudiantes.

Figura 16

Consideraciones para evaluar la efectividad de una estrategia didáctica



Fuente: Elaboración propia

El docente al centrarse en la comprensión y aplicación del contenido al efectuar la evaluación de la estrategia didáctica asegura que los estudiantes adquieran conocimientos y habilidades esenciales para su éxito académico y preparación para la vida real. Evaluar estos aspectos permite al docente medir el logro de objetivos específicos y proporcionar retroalimentación útil sobre la efectividad de la estrategia didáctica. Además, esta evaluación promueve el desarrollo

de habilidades de pensamiento crítico y resolución de problemas, fundamentales en diversos contextos.

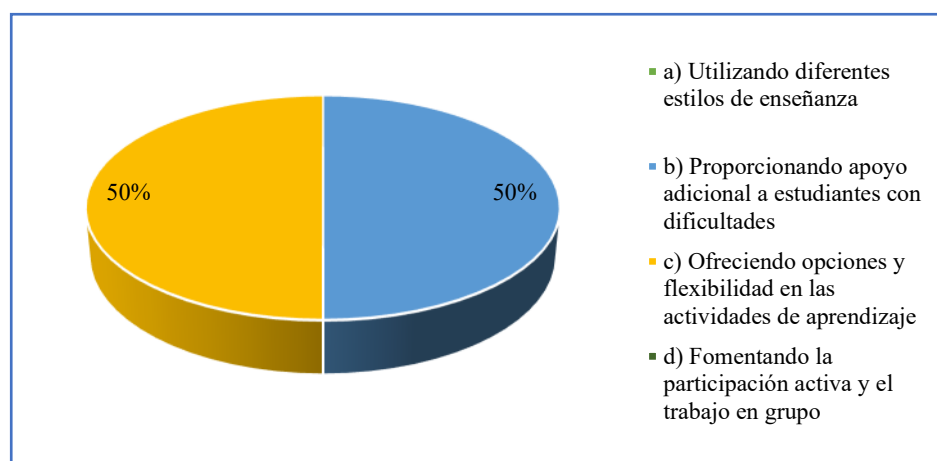
Pero centrarse únicamente en la comprensión y aplicación del contenido puede descuidar otras habilidades importantes como la creatividad, comunicación efectiva, colaboración y pensamiento crítico, lo que podría no reflejar completamente el progreso y éxito de los estudiantes en la educación. Además, esta limitación puede descuidar el desarrollo integral del estudiante, incluyendo habilidades socioemocionales y autoestima. Esto podría resultar en una falta de motivación intrínseca, afectando negativamente su compromiso y participación en el proceso educativo.

5.2.4 Adaptación de las estrategias didácticas a las necesidades individuales de los estudiantes

Con relación a la adaptación de las estrategias didácticas a las necesidades de los estudiantes, el docente manifestó dos opciones, siendo el 50% proporcionando apoyo adicional a estudiantes con dificultades y el 50% fomentando la participación activa y el trabajo en grupo.

Figura 17

Adaptación de las estrategias didácticas a las necesidades individuales de los estudiantes



Fuente: Elaboración propia

Proporcionar apoyo adicional a estudiantes con dificultades indica que el docente reconoce y busca atender las necesidades individuales de los estudiantes que enfrentan desafíos o presentan dificultades en el proceso de aprendizaje, que puede ser mediante sesiones de tutoría individualizada, adaptación de materiales educativos, utilización de recursos de apoyo como tecnología asistencial, entre otros.

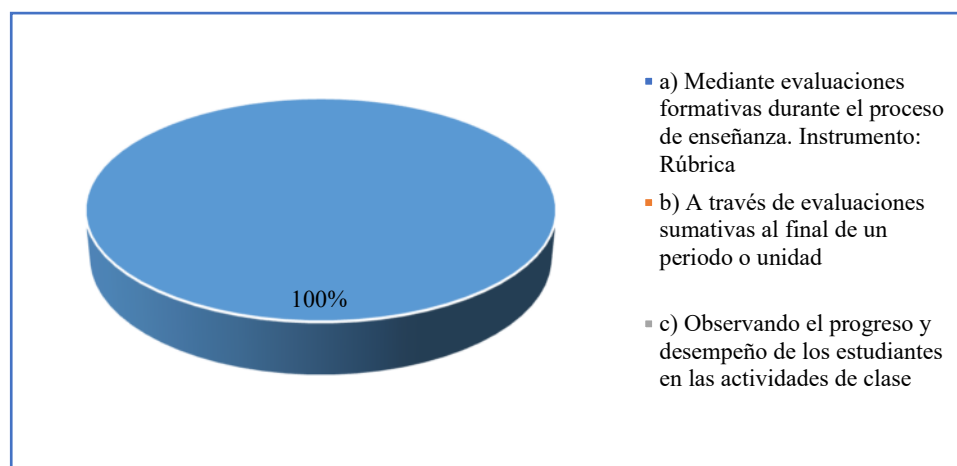
Fomentar la participación activa y el trabajo en grupo indica que el docente valora la interacción entre los estudiantes y la colaboración en el aula teniendo la oportunidad de compartir conocimientos, discutir ideas, resolver problemas en conjunto y aprender unos de otros, como también desarrollar habilidades sociales y de trabajo en equipo, mejorar la comprensión y retención del contenido al involucrar activamente a los estudiantes en su propio aprendizaje.

5.2.5 Evaluación del impacto de las estrategias didácticas en el aprendizaje de los estudiantes

Para evaluar el impacto de las estrategias didácticas en el aprendizaje de los estudiantes el docente realiza mediante evaluaciones formativas durante el proceso enseñanza y aprendizaje en un 50% y en otras realiza la evaluación utilizando el instrumento de evaluación la rúbrica para el cumplimiento de competencias.

Figura 18

Evaluación del impacto de las estrategias didácticas en el aprendizaje de los estudiantes



Fuente: Elaboración propia

La evaluación del impacto de la estrategia mediante las evaluaciones formativas permite obtener retroalimentación del progreso de los estudiantes a lo largo del proceso de enseñanza y aprendizaje; pero al no realizar la retroalimentación directa en clase y la observación del progreso y desempeño en la clase del estudiante limita realizar una evaluación del impacto de la estrategia didáctica.

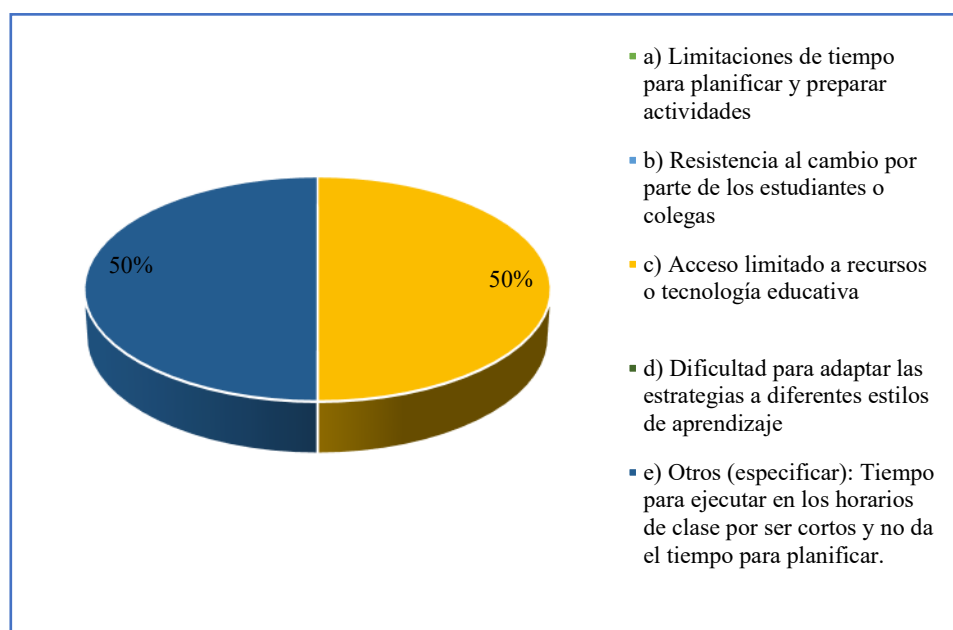
La utilización del instrumento de la rúbrica en la evaluación formativa para el cumplimiento de competencias proporciona es una herramienta efectiva para evaluar el aprendizaje de los estudiantes en relación con objetivos específicos.

5.2.6 *Desafíos que enfrenta al aplicar estrategias didácticas en el desarrollo de sus clases*

Identifico el docente dos principales desafíos en un 50% el acceso limitado a recursos o tecnología educativa y el 50% en otros el factor tiempo para ejecutar en los horarios de clase por ser cortos.

Figura 19

Desafíos que enfrenta al aplicar estrategias didácticas en el desarrollo de sus clases



Fuente: Elaboración propia

El acceso limitado a recursos o tecnología educativa genera limitaciones en la diversificación de métodos de enseñanza por el docente, dificultades en la preparación de materiales educativos interactivos y multimedia que podrían mejorar la experiencia de aprendizaje de los estudiantes. Impacto en la motivación y el compromiso de los estudiantes. Ante estas limitaciones, el docente puede necesitar adaptar y ser creativo en su enfoque pedagógico, utilizando recursos alternativos y estrategias que no dependan de la tecnología para involucrar a los estudiantes y facilitar su aprendizaje, pero la falta de acceso a tecnología en el aula puede afectar la capacidad

de los estudiantes para adquirir competencias digitales necesarias para el mundo moderno y el mercado laboral actual, lo que puede ponerlos en desventaja en el futuro.

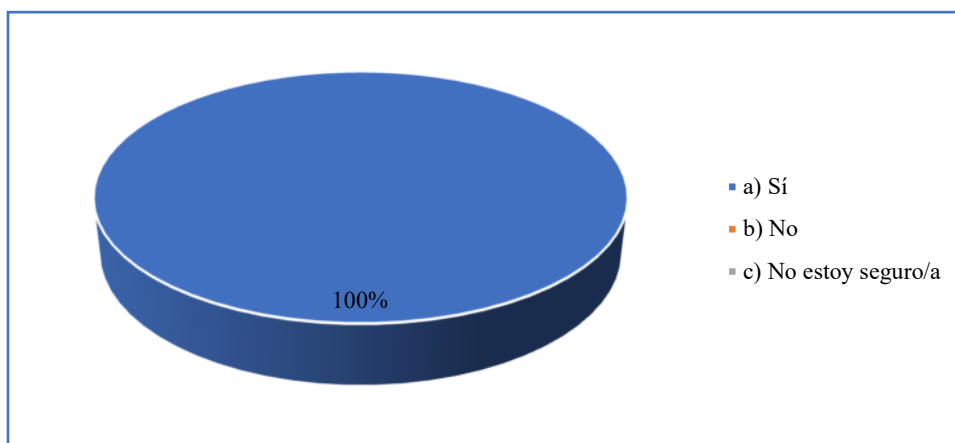
En relación al factor tiempo para ejecutar en los horarios de clase por ser cortos, el docente deberá desarrollar y emplear estrategias de enseñanza más eficientes y efectivas para maximizar el aprendizaje en el tiempo disponible. Esto puede incluir el uso de técnicas de enseñanza activa, recursos multimedia y actividades prácticas que permitan aprovechar al máximo cada minuto de clase. Lo que requiere flexibilidad, creatividad, compromiso y colaboración por parte del docente para asegurar experiencias de aprendizaje significativas y efectivas para todos los estudiantes.

5.2.7 Consideraciones sobre la importancia de la formación continua en metodologías y estrategias didácticas para el desarrollo profesional como docente

Sobre esta pregunta el docente manifestó que sí es importante la formación continua en metodologías y estrategias didácticas para el desarrollo profesional en la docencia, siendo esta respuesta el 100% del indicador.

Figura 20

Consideraciones sobre la importancia de la formación continua en metodologías y estrategias didácticas para el desarrollo profesional como docente



Fuente: Elaboración propia

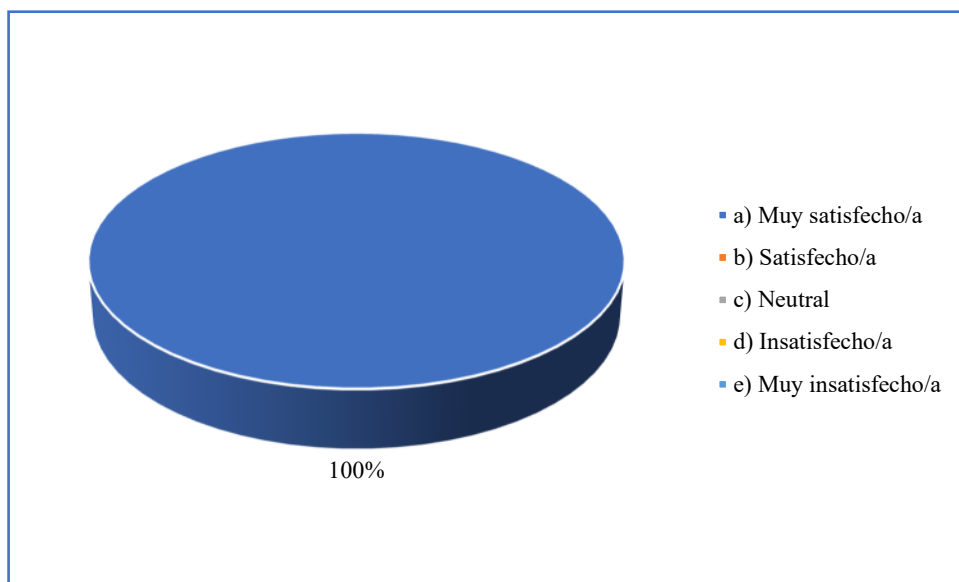
La respuesta del docente refleja una comprensión de la docencia como una profesión en constante evolución. Reconoce que las metodologías y estrategias didácticas pueden cambiar con el tiempo, y es esencial mantenerse actualizado para ofrecer una educación de calidad en un entorno educativo dinámico.

5.2.8 *Grado de satisfacción general con la aplicación de estrategias didácticas en sus clases*

El docente refirió estar satisfecho con la aplicación de estrategias didácticas que utiliza en sus clases, siendo esta respuesta el 100% del indicador.

Figura 21

Grado de satisfacción general con la aplicación de estrategias didácticas en sus clases



Fuente: Elaboración propia

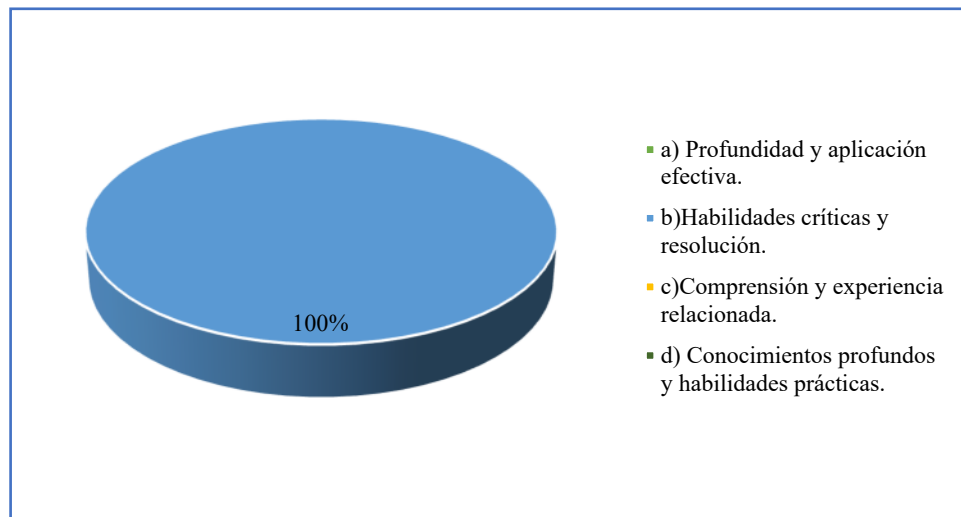
La satisfacción del docente con las estrategias didácticas aplicadas puede indicar que ha observado resultados positivos en el aprendizaje de los estudiantes. Puede percibir que las estrategias utilizadas han facilitado la comprensión, participación y compromiso de los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

5.2.9 *Importancia del aprendizaje significativo en el proceso de enseñanza aprendizaje*

El docente destacó la importancia del aprendizaje significativo en el PEA, ya que este enfoque promueve el desarrollo de habilidades críticas y de resolución de problemas. Esta información representa el 100% del indicador.

Figura 22

Importancia del aprendizaje significativo en el proceso de enseñanza aprendizaje



Fuente: Elaboración propia

El docente resaltó la importancia del aprendizaje significativo en PEA, ya que este enfoque promueve habilidades críticas y de resolución de problemas. Este indicador, indica una fuerte convicción del docente en cuanto a los beneficios de este enfoque para el desarrollo integral de los estudiantes.

5.2.10 Recomendaciones para mejorar aplicación de estrategias didácticas en el PEA

Dentro de las recomendaciones proporcionadas por el docente, para mejorar la aplicación de estrategias didácticas en el proceso enseñanza aprendizaje se describen en la tabla.

Tabla 10

Recomendación para mejorar la aplicación de estrategias didácticas en el PEA

Recomendación	Descripción
Asignación de horas libres	Se sugiere asignar horas libres en el horario de los docentes para actividades específicas, con el objetivo de evitar la necesidad de programar actividades adicionales en fines de semana y sin sobrecargar el horario de clases.
Implementación de paquetes de software	Se propone la implementación de paquetes de software en la carrera, especialmente en áreas como el marketing, donde existe una falta de conocimiento en su uso. Se menciona la necesidad de adquirir y utilizar paquetes más completos para ampliar habilidades y conocimientos de manera efectiva en áreas específicas.

Fuente: Elaboración propia

Las recomendaciones están enfocadas a la asignación de horas libres con el propósito de evitar la sobrecarga de trabajo y el agotamiento docente, así como fomentar un equilibrio entre la vida laboral y personal al eliminar la necesidad de programar actividades fuera del horario regular de trabajo. Y la implementación de paquetes de software tiene como objetivo ampliar las habilidades y conocimientos de los estudiantes de manera efectiva, proporcionándoles acceso a herramientas digitales avanzadas que pueden mejorar su aprendizaje y prepararlos mejor para el mundo laboral.

5.2.11 Tipo de apoyo o recursos que necesita para implementar con éxito estrategias didácticas innovadoras en las clases

El tipo de apoyo o recursos que necesita el docente para implementar con éxito estrategias didácticas innovadoras en las clases son las siguientes descritas en la tabla.

Tabla 11

Recursos para implementar con éxito estrategias didácticas innovadoras en las clases

Tipo de apoyo o recursos	Descripción
Adecuado equipamiento de aulas	Se sugiere garantizar que las aulas estén equipadas adecuadamente, especialmente con recursos interactivos, como computadoras que permitan utilizar programas y aplicaciones específicas. Esto facilitaría el uso efectivo de herramientas digitales en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
Capacitaciones en el uso de herramientas digitales	Se propone ofrecer capacitaciones en el uso de herramientas digitales para los docentes. Esto les permitiría adquirir las habilidades necesarias para integrar eficazmente la tecnología en su enseñanza y aprovechar al máximo los recursos digitales disponibles.

Fuente: Elaboración propia

El garantizar el equipamiento adecuado en las aulas, como computadoras, para que docentes y estudiantes puedan utilizar programas y aplicaciones específicas durante el proceso de enseñanza y aprendizaje, facilitando la integración de herramientas digitales, promueve una participación activa, un aprendizaje más dinámico y el desarrollo de habilidades digitales relevantes.

Las capacitaciones en herramientas digitales para los docentes implican proporcionar oportunidades de formación para que adquieran competencias necesarias en el uso efectivo de la tecnología en su enseñanza, que permitirá integrar herramientas digitales de manera eficaz, adaptar sus métodos de enseñanza y mejorar la calidad educativa con los recursos digitales

disponibles, pero también es importante capacitar a los estudiantes para desarrollar competencias digitales.

5.3 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA AL DIRECTOR DE CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

De acuerdo a la entrevista estructurada que se aplicó al director de carrera de Ingeniería Comercial se tienen los siguientes resultados que se describen en la siguiente tabla cualitativa.

Tabla 12

Resultado de la entrevista al director de carrera de Ingeniería Comercial

No	Dimensión	Descripción
1.	Estrategias didácticas en el contexto de la carrera	Las estrategias didácticas se enfocan en desarrollar competencias específicas en los estudiantes de acuerdo a la materia y el docente., promoviendo el desarrollo del saber ser, saber hacer y saber conocer.
2.	Perspectiva sobre la importancia de la aplicación de estrategias didácticas efectivas en el proceso de enseñanza aprendizaje	La combinación de estrategias adecuadas permite que este proceso sea más profundo y significativo. La falta de una planificación clara en cuanto a las estrategias y su momento de aplicación puede dispersar la materia y dificultar el logro de los objetivos deseados. Por tanto, es fundamental que la planificación de una materia o curso incluya las estrategias didácticas que se utilizarán para garantizar un aprendizaje óptimo.
3.	Estrategias didácticas más comunes que se utilizan en la carrera y en particular en la asignatura de Marketing Estratégico.	La aplicación de estrategias didácticas es necesaria al 100%. La combinación de estas estrategias en el proceso de enseñanza y aprendizaje profundiza la comprensión y es fundamental para evitar la dispersión y lograr los enfoques necesarios en el desarrollo de un curso.
4.	Implementación de estrategias didácticas innovadoras entre los docentes de la carrera.	Es obligatorio para los docentes elaborar un proyecto formativo que defina las estrategias didácticas a utilizar. Se capacita y se promueve el uso de nuevas técnicas y herramientas innovadoras en su práctica educativa.
5.	Significado del aprendizaje significativo en el contexto educativo.	Es cuando el estudiante adquiere las competencias que van hacer desarrollada en su ámbito laboral.

6.	Rol de las estrategias didácticas en la promoción del aprendizaje significativo entre los estudiantes	En la promoción del aprendizaje significativo entre los estudiantes es fundamental, la planificación y utilización adecuada de estas estrategias, adaptadas a la materia y al estilo de enseñanza del docente, permiten desarrollar competencias genéricas y lograr un aprendizaje significativo.
7.	Estrategias o enfoques didácticos efectivos para facilitar el aprendizaje significativo en la carrera	Hay materias muy diversas tenemos materias genéricas, especializadas, estratégicas, operativas cada materia tiene que tener un diferente enfoque y una diferente estrategia.
8.	Verificación de que los docentes estén diseñando actividades y experiencias de aprendizaje que promuevan la comprensión profunda y no aprendizaje memorístico.	Se realiza seguimiento del proyecto formativo, que es la planificación del curso, para evaluar si se están implementando las estrategias de manera efectiva. Además, se incluye la extensión y la interacción en la planificación, que están vinculadas directamente con las unidades de competencia. Estos instrumentos nos permiten evaluar, en cierta medida, si los docentes están logrando un aprendizaje significativo. Sin embargo, reconocemos que medirlo de manera precisa es difícil debido a las diferentes formas de aprendizaje de cada estudiante.
9.	Desafíos enfrentan los docentes al intentar integrar el aprendizaje significativo en sus prácticas de enseñanza.	Enfrentan varios desafíos al intentar integrar el aprendizaje significativo en sus prácticas de enseñanza. Uno de ellos es el tiempo limitado disponible para abordar las competencias en un semestre, especialmente considerando las interrupciones por actividades y feriados. Además, la falta de asignaturas o prácticas profesionales en el plan de estudios dificulta el logro de un aprendizaje significativo en campos específicos. Otro desafío es la cantidad de estudiantes en un aula, lo cual dificulta la planificación y organización.
10.	Expectativas en cuanto a la promoción del aprendizaje significativo y la mejora de las estrategias didácticas en la carrera de Ingeniería Comercial en el futuro cercano	Realizar ajustes en la malla curricular para incrementar las prácticas laborales, fortalecer el uso de las TIC y posicionar a la Ingeniería Comercial en el ámbito del comercio digital. Nuestro objetivo es que la carrera se expanda más allá del comercio tradicional y se dirija hacia el campo digital, que aún está en desarrollo en Bolivia. Buscaremos un enfoque académico basado en el nuevo modelo y nos esforzaremos por lograr un aprendizaje significativo.

Fuente: Elaboración propia en base a la entrevista estructurada al Coordinador de carrera

Sobre las respuestas obtenidas existe una serie de reflexiones sobre la aplicación de estrategias didácticas en el ámbito educativo, particularmente en el contexto de la Ingeniería Comercial. Destaca la importancia de estas estrategias para desarrollar competencias específicas en los estudiantes, alineadas con la materia y el estilo de enseñanza del docente. Se enfatiza la necesidad de una planificación clara y una aplicación efectiva de las estrategias para evitar la dispersión de la materia y garantizar el logro de los objetivos de aprendizaje.

Además, se resalta la importancia de que los docentes elaboren un proyecto formativo donde define las estrategias didácticas a utilizar, así como la necesidad de capacitación continua y promoción del uso de nuevas técnicas y herramientas innovadoras en la práctica educativa. Considerando esta respuesta, es muy importante referir que en el proyecto formativo no se describen las estrategias didácticas.

También menciona la importancia de realizar un seguimiento del proyecto formativo para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas, reconociendo que medir el aprendizaje significativo puede ser difícil debido a las diferentes formas de aprendizaje de cada estudiante. Que es una debilidad en la ejecución del proceso enseñanza aprendizaje como se observa, considerando que la utilización de estrategias didácticas adecuadas con objetivos de aprendizaje claros se lograra alcanzar los criterios de desempeño de la asignatura.

Finalmente, refiere que existen desafíos en la integración del aprendizaje significativo, como el tiempo limitado, la falta de asignaturas específicas y la cantidad de estudiantes en el aula. Propone ajustes en la malla curricular para abordar estos desafíos, fortaleciendo el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y posicionando la Ingeniería Comercial en el ámbito del comercio digital.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

En este capítulo se presenta la propuesta que ha sido elaborada en base a los resultados de la información obtenida de fuentes primarias y secundarias que a continuación se detallan. Asimismo, se presenta el esquema general de la propuesta.

Figura 23
Propuesta en base a los resultados



Fuente: elaboración propia

6.1 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Esta propuesta es importante para promover el aprendizaje significativo de los estudiantes de la carrera Ingeniería Comercial en la asignatura de Marketing Estratégico y de esta manera fortalecer los conocimientos, habilidades y destrezas prácticas en el campo del marketing estratégico.

La propuesta se basa en el enfoque constructivista que enfatiza que los estudiantes construyen su conocimiento a partir de la interacción con el entorno y la reflexión sobre sus experiencias. Por su parte, el enfoque centrado en el estudiante se caracteriza por la participación activa del estudiante en su proceso de aprendizaje, promoviendo la autonomía y el desarrollo de habilidades metacognitivas. Las teorías de Ausubel se centran en el aprendizaje significativo,

que se facilita cuando los nuevos conocimientos se relacionan de manera relevante con los conocimientos previos del estudiante.

En base al diagnóstico realizado, para el desarrollo de la propuesta, se seleccionaron los elementos para la propuesta en base a fundamentos didácticos y se elaboró la propuesta, considerando competencia a desarrollar, los criterios de desempeño y el contenido de la asignatura de Marketing Estratégico de la carrera de Ingeniería Comercial, mediante una tabla de planificación didáctica con los elementos respectivos.

6.2 PLAN GENERAL DE LA ASIGNATURA MARKETING ESTRATÉGICO

6.2.1.1 Competencia a desarrollar en la asignatura

Elaborar un plan de acción de marketing con el fin de garantizar el éxito y futuro de la organización, tomando en cuenta las tendencias y cambios del mercado.

6.2.1.2 Criterios de desempeños

CD1: Identifica las necesidades actuales y futuras de los clientes de la empresa, nuevos nichos de mercado, segmentos potenciales en base a los instrumentos óptimos de mercado.

CD2: Identifica estrategias de marketing que le permitan adaptarse al entorno y adquirir ventaja frente a la competencia en base a la bibliografía pertinente.

CD3: Diseña un plan de acción de marketing que dé respuesta a los objetivos establecidos por la organización tomando en cuenta las necesidades de la empresa.

6.2.1.3 Contenidos Analíticos

Unidad 1: Introducción.

1.1 Evolución del pensamiento en la planificación estratégica.

1.2 Misión

1.3 Visión

1.4 Valores de la empresa.

1.5 Análisis del contexto.

1.6 Sectores industriales.

- 1.7 El perfil de los competidores y mercado.
- 1.8 Análisis de las ventajas competitivas.
- 1.9 Las fuentes de la ventaja competitiva.
- 1.10 Los factores: clave de éxito y el producto.
- 1.11 Cadena de valor.
- 1.12 Competencias centrales.
- 1.13 Análisis F.O.D.A.

Unidad 2: Estrategia Competitiva.

- 2.1 Estrategia mezcla de productos.
- 2.2 Estrategia para el líder, el seguidor, el retador y el enfocado.
- 2.3 Estrategia de desarrollo.
- 2.4 Matriz Ansoff.
- 2.5 Alianzas.
- 2.6 Integración.
- 2.7 Diversificación.
- 2.8 Articulación de las decisiones de marketing de alta gerencia y la gerencia intermedia.

Unidad 3: Análisis del mercado y del producto.

- 3.1 Macro segmentación y micro segmentación del mercado.
- 3.2 Combinación de las variables de marketing.
- 3.3 Mezcla comercial.
- 3.4 Plan de negocio.
- 3.5 Tablero de comando.

Unidad 4: estrategias de posicionamiento

- 4.1 Concepto y tipo de posicionamiento

4.2 Modelos cuantitativos para el posicionamiento

4.3 Matriz de atributos y la matriz de diferenciación

4.4 Posicionamiento en los servicios

Unidad 5: Estrategias de mercadotecnia

5.1 Decisión de posicionamiento estratégico.

5.2 Posicionamiento del comportamiento de respuesta.

5.3 Cadena de valor en el análisis de la diferenciación

5.4 Análisis de la cartera de actividades.

5.5 Elección de una estrategia general.

5.6 Elección de una estrategia competitiva

5.7 Elección de una estrategia específica de ataque o defensa

5.8 Evaluación de oportunidades de crecimiento

Tabla 13

Propuesta de estrategias didácticas para el aprendizaje significativo

Criterio de desempeño	Objetivo de aprendizaje	Contenido	Estrategias didácticas	Recursos y/o medios de enseñanza	Tipo de evaluación
CD1. Identifica las necesidades actuales y futuras de los clientes de la empresa, nuevos nichos de mercado, segmentos potenciales en base a los instrumentos óptimos de mercado.	Comprender la evolución del pensamiento en la planificación estratégica.	Introducción. Evolución del pensamiento en la planificación estratégica.	Lecturas y Discusión	Material de lectura de artículos académicos y libros sobre la evolución del pensamiento en planificación estratégica.	Evaluación Diagnóstica Evaluación formativa
				Casos de estudio: Que ilustren diferentes enfoques y teorías en la planificación estratégica a lo largo del tiempo.	Autoevaluación mediante participación
				Presentaciones multimedia que resuman los hitos claves en la evolución del pensamiento estratégico	Coevaluación a través de discusiones grupales.
			Análisis de Casos	Casos de estudio históricos y contemporáneos que representen diferentes paradigmas en planificación estratégica.	Evaluación sumativa de análisis de casos.
	Comprender la misión, visión y valores de una empresa.	Misión Visión Valores de la empresa	Análisis de Casos	Casos de estudio de empresas reales que describan y analicen su Misión, Visión y Valores	Evaluación Formativa

				Documentos de empresa, como informes anuales, sitios web corporativos y documentos de políticas.	Autoevaluación a través de participación.
				Herramientas de análisis estratégico para desglosar y comprender los componentes de la empresa.	Coevaluación a través de discusiones grupales
			Visitas empresariales	Visitas a empresas locales que permitan a los estudiantes conocer de primera mano su Misión, Visión y Valores.	Evaluación Formativa durante la visita
				Charlas y presentaciones de los líderes empresariales sobre la historia y cultura de la empresa.	Heteroevaluación mediante informes de visita.
	Comprender el entorno de la organización.	Análisis del contexto	Aprendizaje basado en problemas	Texto: Especializados en marketing estratégico que aborden específicamente el tema del entorno de la organización.	Evaluación diagnóstica.

				Estudio de Caso: Relevantes en revistas académicas, libros de texto o en línea que hayan enfrentado desafíos en su entorno y hayan implementado estrategias de marketing efectivas.	Evaluación formativa
				Acceso a herramientas de investigación, para que recopilen información adicional, realicen análisis y obtengan conocimientos más profundos sobre el entorno empresarial.	Evaluación sumativa de análisis de información.
	Desarrollar habilidades necesarias para comprender, analizar y establecer adaptación a los distintos entornos sectoriales.	Sectores industriales	Análisis de Casos	Análisis de casos práctico: Textos y materiales impresos donde se aplique conocimientos de marketing estratégico a situaciones específicas en diferentes sectores	Autoevaluación
			Análisis de Casos	Análisis de la industria: Informes y análisis sobre los diferentes sectores industriales.	Coevaluación
			Uso de herramientas tecnológicas	Podcasts: Sobre cómo aplican estrategias de marketing adaptativas	Evaluación formativa

	Desarrollar la capacidad de comprender, analizar y utilizar información relevante sobre competidores y el mercado.	El perfil de los competidores y el mercado	Análisis de caso	Podcasts de empresas que muestren sus desafíos ante el mundo real.	Evaluación formativa
			Análisis de caso	Materiales impresos: Informes de investigación de mercado, publicaciones especializadas, informes financieros, noticias y artículos en línea.	Evaluación de proceso
			Análisis de caso	Presentación de diapositiva: Análisis FODA	Coevaluación
			Lectura y discusión	Plataforma de aprendizaje en línea: Análisis de datos para analizar grandes cantidades de información y extraer conclusiones relevantes.	Evaluación de proceso
	Establecer las ventajas competitivas de una organización para elaborar un plan de acción de marketing estratégico	Análisis de las ventajas competitivas	Juego de roles	Podcasts: De diferentes roles dentro de la organización, como gerente de marketing, director ejecutivo, analista de mercado	Evaluación formativa
				Documentales: Sobre los desafíos y decisiones relacionadas con las ventajas competitivas y el plan de acción de marketing estratégico	Evaluación formativa

			Materiales impresos: Artículos, estudios de casos, investigaciones académicas, libros de texto, sobre las ventajas competitivas de una organización.	Coevaluación
Desarrollar competencias para crear un plan estratégico de marketing que se adapte a las tendencias y cambios del mercado de manera eficaz	Las fuentes de la ventaja competitiva. Los factores: clave de éxito y el producto. Cadena de valor. Competencias centrales	Aprendizaje basado en proyectos	Textos digitales: Libros, artículos académicos, informes de investigación, revistas de marketing y sitios web especializados en planes estratégicos de marketing.	Evaluación formativa
		Estudios de casos	Podcasts: De situaciones desafiantes relacionadas con la elaboración de un plan de acción de marketing estratégico.	Evaluación diagnóstica
Aplicar el análisis FODA como herramienta estratégica	Análisis FODA	Explicación y ejemplificación	Presentación de diapositivas sobre el análisis FODA	Evaluación formativa
		Análisis de casos	Debates: Sobre situaciones ficticias en la cual puedan aplicar el análisis FODA	
		Retroalimentación y discusión	Juego de roles: Sobre hallazgos y recomendaciones del Análisis FODA	

CD.2 Identifica estrategias de marketing que le permitan adaptarse al entorno y adquirir ventaja frente a la competencia en base a la bibliografía pertinente.	Desarrollar estrategias competitivas basadas en la mezcla de productos y diseñar planes de acción de marketing efectivos	Estrategia Competitiva. - Estrategia de mezcla de productos	Estudios de casos	Debates: Para identificar las oportunidades, amenazas, y desarrollar estrategias de mezcla de productos y planes de acción de marketing	Evaluación formativa
			Trabajo en grupo	Juego de roles: Para que identifiquen las tendencias, cambios del mercado y desarrollen estrategias competitivas y planes de acción de marketing para la empresa asignada	Coevaluación
			Simulaciones de negocios	Juego de roles: Para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la mezcla de productos y el plan de marketing en un entorno simulado basado en escenarios reales.	Coevaluación
	Establecer las diferentes estrategias y enfoques utilizados por las organizaciones.	Estrategia para el líder, el seguidor, el retador y el enfocado.	Análisis comparativo	Análisis comparativo: Entre diferentes empresas que representen los diferentes tipos de estrategias	Evaluación formativa
			Debate	Debates: sobre las diferentes estrategias para el líder, el seguidor, el retador y el enfocado	Coevaluación

Comprender las diferentes estrategias de desarrollo	Estrategia de desarrollo.	Análisis de casos	Artículos académicos: Sobre la situación de la organización, los problemas identificados y las decisiones estratégicas tomadas	Evaluación formativa
		Análisis de casos	Informes y estudios de investigación: Que aborden el tema de la estrategia de desarrollo y los desafíos asociados	Evaluación formativa
Comprender los constructos teóricos y la aplicación de la matriz Ansoff, alianzas estratégicas, integración vertical y la diversificación como herramientas para el crecimiento y la expansión empresarial.	Matriz Ansoff. Alianzas. Integración. Diversificación.	Presentaciones	Presentación en diapositivas: Sobre una visión general de los conceptos y aplicaciones de la matriz Ansoff, las alianzas estratégicas, la integración vertical y la diversificación	Evaluación diagnóstica
		Estudios de casos	Textos y materiales impresos: Para analizar los casos, identificar las estrategias utilizadas y evaluar su efectividad	Evaluación formativa
		Juego de roles	Juego de roles: Sobre los desafíos y las implicaciones de estas estrategias en un entorno simulado, lo que les ayuda a comprender mejor su aplicación práctica.	Coevaluación

	Comprender la importancia de una adecuada comunicación y coordinación entre la alta gerencia y la gerencia intermedia en el proceso de toma de decisiones de marketing.	Articulación de las decisiones de marketing de alta gerencia y la gerencia intermedia.	Estudios de casos	Podcasts: Donde se analicen casos, identifiquen desafíos y propongan soluciones para mejorar la articulación.	Coevaluación
			Discusiones grupales	Debates: Sobre la importancia de la articulación entre la alta gerencia y la gerencia intermedia en el proceso de toma de decisiones de marketing.	Coevaluación
			Análisis y presentaciones	Artículos académicos: Destacando las estrategias y prácticas efectivas para mejorar la comunicación y coordinación	Evaluación formativa
CD.3 Diseña un plan de acción de marketing que dé respuesta a los objetivos establecidos por la organización tomando en cuenta las necesidades de la empresa.	Comprender las técnicas y herramientas de análisis del mercado y del producto para evaluar la viabilidad y el potencial de un producto o servicio en un mercado específico	Análisis del mercado y del producto. Macro segmentación y micro segmentación del mercado	Análisis crítico	Artículos académicos: Donde se identifiquen los problemas y las áreas de mejora en relación con el análisis del mercado y del producto	Evaluación formativa
			Trabajo en equipo	Debate: Sobre diferentes perspectivas y llegar a soluciones consensuadas, lo que refleja la dinámica del trabajo en el mundo real.	Coevaluación
	Desarrollar y ejecutar estrategias		Aprendizaje basado en proyectos	Documentales: Para desarrollar una estrategia de marketing	Evaluación formativa

de marketing al combinar adecuadamente las variables de marketing	Combinación de las variables de marketing	Análisis de datos	Artículos académicos: De mercado, encuestas, estudios demográficos y datos de consumo para comprender mejor el mercado objetivo y obtener información sobre las preferencias y necesidades del consumidor	Coevaluación
Desarrollar estrategias de marketing integrales al combinar adecuadamente los elementos de la mezcla comercial.	Mezcla comercial	Aprendizaje basado en proyectos	Podcasts: Sobre estrategias de marketing integral.	Evaluación diagnóstica
		Investigación y análisis	Material digital: Sobre el mercado objetivo, la competencia, las tendencias del mercado y las necesidades del cliente	Evaluación formativa
		Aprendizaje basado en proyectos	Documentales: Sobre el diseño de una estrategia de marketing integral.	Evaluación formativa
		Aprendizaje basado en proyectos	Videos educativos: Sobre tácticas y actividades específicas de cada elemento de la mezcla comercial.	Evaluación formativa
		Aprendizaje basado en proyectos	Presentaciones de diapositivas: De resultados de un proyecto de mezcla comercial	Coevaluación

Analizar los pasos que se siguen para diseñar y ejecutar planes de negocio sólidos y efectivos	Plan de negocio	Aprendizaje basado en casos	Debate: Sobre casos reales o hipotéticos de una situación compleja o un problema específico que requiere una solución	Coevaluación
		Análisis del caso	Documentales: Sobre la industria y el entorno empresarial.	Heteroevaluación
		Presentación y retroalimentación	Presentación en diapositivas: Sobre la viabilidad, la coherencia y la efectividad de los planes de negocio.	Evaluación formativa
Diseñar, implementar y utilizar un tablero de comando como una herramienta efectiva de gestión en diferentes contextos organizacionales.	Tablero de comando	Aprendizaje activo	Debates en grupos: Sobre como diseñar, implementar y utilizar un tablero de comando	Coevaluación
		Aprendizaje activo	Podcasts: Sobre el tablero de comando en situaciones prácticas	Coevaluación
		Retroalimentar	Documentales: Sobre contextos organizacionales	Evaluación formativa
Conocer las teorías y las habilidades prácticas necesarias para diseñar y aplicar estrategias de posicionamiento efectivas en el ámbito empresarial	Estrategias de posicionamiento. Concepto y tipo de posicionamiento	Exposición teórica	Artículos académicos: Que proporcionen información para diseñar y aplicar estrategias de posicionamiento efectivas.	Evaluación formativa
		Estudio de casos	Material digital: Que visualice enfoques utilizados para evaluar la efectividad en el ámbito empresarial	Coevaluación

		Actividades en grupos	Podcasts: Para definición de atributos clave y el diseño de mensajes de posicionamiento	Coevaluación
Analizar la importancia de los modelos cuantitativos en el proceso de posicionamiento y su capacidad para proporcionar una base analítica sólida	Modelos cuantitativos para el posicionamiento	Exposición teórica	Presentación de diapositivas: Sobre la importancia de los modelos cuantitativos en el proceso de posicionamiento	Evaluación diagnóstica
		Análisis de datos	Juego de roles: Sobre modelos cuantitativos han sido utilizados con éxito en el posicionamiento de productos o marcas	Coevaluación
		Discusiones grupales	Debate: Sobre hallazgos, interpretaciones y conclusiones sobre la importancia y las implicaciones de utilizar modelos cuantitativos en el proceso de posicionamiento.	Evaluación formativa
Elaborar una matriz de atributos y la matriz de diferenciación como herramientas analíticas en el proceso de posicionamiento	Matriz de atributos y la matriz de diferenciación	Presentación teórica	Juego de roles: Sobre el proceso de posicionamiento y cómo ayudan a identificar atributos clave y ventajas competitivas.	Autoevaluación
		Análisis de casos	Documentales: Con ejemplos concretos de productos o marcas y guías en la identificación de atributos relevantes	Evaluación de proceso

		Trabajo en grupo	Debates: Sobre ventajas, oportunidades e influencia en las estrategias de posicionamiento.	Coevaluación
Establecer estrategias de posicionamiento efectivas en el contexto de los servicios	Posicionamiento en los servicios	Análisis de casos	Presentar casos de estudio reales: Para que ejemplifiquen estrategias de posicionamiento exitosas en el sector de servicios	Evaluación formativa
		Trabajo grupal	Documentales: Para desarrollar una estrategia de posicionamiento	Coevaluación
Determinar estrategias de mercadotecnia efectivas, incluyendo la toma de decisiones de posicionamiento estratégico.	Estrategias de mercadotecnia. Decisión de posicionamiento estratégico	Aprendizaje basado en problemas	Casos de estudio: De estrategias de mercadotecnia para la toma de decisiones de posicionamiento estratégico.	Evaluación diagnóstica
		Análisis de casos	Artículos académicos: Para análisis de empresas que hayan implementado estrategias de mercadotecnia exitosas y hayan logrado un posicionamiento efectivo en el mercado	Evaluación formativa
		Aprendizaje colaborativo	Debate: intercambiar ideas, compartir conocimientos y construir soluciones de manera conjunta	Coevaluación

Comprender y aplicar el conocimiento sobre el posicionamiento del comportamiento de respuesta en estrategias de marketing	Posicionamiento del comportamiento de respuesta	Análisis de casos	Juego de roles: Sobre situaciones en las que el comportamiento de respuesta del consumidor ha afectado el posicionamiento de una marca	Evaluación diagnóstica
		Debates	Podscats: Sobre las implicaciones éticas y sociales de las estrategias de mercadotecnia utilizadas para influir en el comportamiento de respuesta	Coevaluación
		Recursos multimedia	Presentación de diapositivas: De conceptos abstractos, ejemplos de estrategias de mercadotecnia	Evaluación formativa
Comprender la cadena de valor y la diferenciación están interrelacionadas en el análisis estratégico.	Cadena de valor en el análisis de la diferenciación	Aprendizaje basado en proyecto	Textos: Para diseñar un proyecto de análisis de la cadena de valor y diferenciación	Evaluación formativa
Comprender sobre el análisis de la cartera de actividades	Análisis de la cartera de actividades	Análisis de casos	Juego de roles: Sobre la cartera de actividades de una organización.	Evaluación diagnóstica
		Aprendizaje basado en problemas	Debate: Sobre problemas o desafíos relacionados con la gestión de la cartera de actividades	Coevaluación

	Comprender los elementos necesarios para seleccionar una estrategia adecuada	Elección de una estrategia general	Análisis de caso	Artículos académicos: Para el análisis de conceptos teóricos y evaluar diferentes opciones estratégicas	Evaluación de proceso
			Discusiones grupales	Juegos de roles: Donde ejemplifiquen diferentes situaciones en las que se requiere elegir una estrategia general	Evaluación formativa
	Diseñar estrategias competitivas para una organización	Elección de una estrategia competitiva	Análisis de casos	Textos: Sobre casos reales de empresas que han tenido éxito o fracaso en la elección de su estrategia competitiva.	Evaluación diagnóstica
			Juego de roles	Debates: Estrategias gerenciales y toman decisiones estratégicas en un entorno competitivo simulado	Evaluación diagnóstica
			Debate	Juego de roles: Sobre estrategias competitivas, comunicación efectiva y la capacidad de persuasión	Coevaluación
	Seleccionar estrategias específicas de ataque o defensa para una organización	Elección de una estrategia específica de ataque o defensa	Análisis de casos	Artículos académicos: Sobre casos reales o situaciones empresariales en las que se requiere tomar decisiones estratégicas específicas de ataque o defensa	Evaluación diagnóstica

			Debate	Debate: Sobre estrategias de ataque y defensa de una organización	Coevaluación
	Evaluar y seleccionar oportunidades de crecimiento estratégico para una organización	Evaluación de oportunidades de crecimiento	Aprendizaje basado en proyectos	Textos y material impreso: Sobre como elaborar un proyecto de evaluación de oportunidades de crecimiento para una organización o industria específica	Evaluación diagnóstica

Fuente: Elaboracion propia

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo, se presentan las conclusiones derivadas de los objetivos establecidos en la investigación, además de ofrecer recomendaciones pertinentes

7.1 CONCLUSIONES

- Las concepciones teóricas sobre las estrategias didácticas en la educación superior destacan la importancia de una formación integral que prepare a los estudiantes para enfrentar desafíos laborales y contribuir al desarrollo sostenible. El proceso de enseñanza-aprendizaje abarca elementos clave que afectan la planificación, desarrollo y evaluación de la enseñanza.

Se analizaron diversas teorías del aprendizaje, como el conductismo, cognitivismo y constructivismo. El enfoque del aprendizaje significativo, propuesto por Ausubel, enfatiza la conexión entre nueva información y conocimientos previos. Novak y Bruner promueven el aprendizaje activo, mientras que Vygotsky resalta la interacción social y el lenguaje como elementos esenciales. Gardner introduce el concepto de múltiples inteligencias, abogando por prácticas pedagógicas inclusivas, y Rogers enfatiza la relación docente-estudiante para el crecimiento personal.

Además, se abordan estrategias didácticas que facilitan el aprendizaje significativo, como el Aprendizaje Basado en Problemas, el aprendizaje colaborativo y el Aprendizaje Basado en Proyectos, reflejando así la influencia de estas teorías en el proceso educativo.

- En la asignatura de Marketing Estratégico de la carrera de Ingeniería Comercial, se observa una falta de consistencia en la frecuencia de uso de las estrategias didácticas por parte del docente. Esto sugiere la necesidad de una mayor uniformidad en su implementación para garantizar una experiencia educativa más coherente.

Por lo que, es fundamental adaptar las estrategias didácticas para satisfacer las necesidades individuales de los estudiantes, un aspecto que tanto los estudiantes como el docente consideran esencial. Ambos grupos reconocen los beneficios de estas estrategias en términos de mejor comprensión de los temas, mayor participación y motivación en el aprendizaje, así como el estímulo del pensamiento

crítico y la creatividad. Esta convergencia en la percepción resalta la efectividad de las estrategias didácticas en el proceso educativo.

Así también, entre los desafíos identificados, tanto los estudiantes como el docente destacan problemas similares, como el acceso limitado a recursos tecnológicos y la gestión del tiempo en clases cortas. Estos desafíos requieren estrategias de enseñanza más eficientes y efectivas para maximizar el aprendizaje en el tiempo disponible, además de una mayor inversión en recursos tecnológicos y capacitación docente.

Es así que, tanto el docente como los estudiantes subrayan la importancia del aprendizaje significativo, resaltando la necesidad de promover una comprensión profunda y una aplicación práctica de los conceptos enseñados. Esto implica diseñar y aplicar estrategias didácticas que favorezcan una comprensión duradera de los contenidos.

- Se ha diseñado una propuesta de estrategias didácticas para promover el aprendizaje significativo en el proceso enseñanza aprendizaje en la asignatura de Marketing Estratégico, que va a permitir que los estudiantes se involucren activamente, aplicando los conceptos teóricos en situaciones reales o simuladas y desarrollar habilidades prácticas para fortalecer la dimensión del componente laboral en la formación profesional, como también proporcionarán a los estudiantes herramientas necesarias para comprender y aplicar los conceptos estratégicos en el mundo real. La implementación de estas estrategias contribuirá al aprendizaje significativo de los estudiantes al permitirles construir su propio conocimiento, reflexionar críticamente y colaborar con sus compañeros. Además, se fomentará la toma de decisiones estratégicas y el desarrollo de habilidades prácticas requeridas en el ámbito del marketing estratégico. Es importante tener en cuenta que estas estrategias didácticas deben adaptarse y ajustarse según las características de los estudiantes y los objetivos específicos de la asignatura. La flexibilidad y la capacidad de personalización son clave para asegurar que las estrategias sean efectivas y se ajusten a las necesidades de los estudiantes, permitiéndoles alcanzar un aprendizaje significativo y duradero en el campo del marketing estratégico para enfrentar los desafíos en el mundo empresarial.

7.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda considerar la presente propuesta para su aplicación en la asignatura de Marketing Estratégico considerando que es una asignatura troncal del rediseño curricular de la carrera de Ingeniería Comercial
- Se recomienda profundizar este tipo de investigaciones del proceso enseñanza aprendizaje en la carrera de Ingeniería Comercial, para mejorar la formación integral de los estudiantes.
- Se recomienda elaborar un plan de capacitación para la actualización de los docentes de la carrera de Ingeniería Comercial sobre las últimas tendencias, teorías, prácticas, desafíos y demandas del mundo empresarial, como también en temas relacionados a la didáctica para fortalecer sus competencias en el desempeño docente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbott, S. (1999). Teorías de aprendizaje. Revista encuentro educacional Luz. <https://es.scribd.com/presentation/162768314/introduccion constructivismo#>
- Álvarez, R. & Chamorro, D (2017). Estrategias didácticas para incorporar el diseño universal para el aprendizaje en escuelas rurales. Panorama. ISSN DIGITAL:2145308XISSN:19097433.<https://journal.poligran.edu.co/index.php/panorama/article/download/1061/968/3479>.
- Asadovay, D., & Morocho, L. (2015). La activación de los conocimientos previos para lograr un aprendizaje en niños de E.G.B. Cuenca, Ecuador: (Tesis de Grado) Universidad de Cuenca, Ecuador.
- Ausubel, N. (1983). Psicología Educativa: Un punto de vista cognoscitivo.https://bibliotecadigital.uchile.cl/discovery/fulldisplay?vid=56UDC_INST:56UDC_INST&isFrbr=true&tab=Everything&docid
- Barquero, B. (1996). Vigotsky y la psicología histórico-cultural. Psicothema, 8(2)291-302.
- Beltrán, J., Moraleda, M., García,Alcañiz, E., Calleja, F. & Santiuste, V. (1995). Psicología de la educación. Madrid: Eudema.
- Berrocal, M., & Ramírez, F. (2019). Estrategias metacognitivas para desarrollar la comprensión lectora. Revista Innova Educación, 1(4), 522-545. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2019.04.008>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales. 3ra. Edición. Pearson Educación: Colombia.
- Berger,P,&Luckman,T.(2007).Psicologíasocial.<https://www.aitillo.com/examenes/uba/psicologia/psicosoc/psicosoc2007resubergluck.a>
- Bueno, J. & Castanedo, C. (1998). Psicología de la educación aplicada. Madrid: CCS.
- Brown, A. & Jones, R. (2019). Estrategias cognitivas: Los buenos usuarios de estrategias coordinan metacognición y conocimiento. En R. J. Sternberg (Ed.), Avances en psicología de la inteligencia humana (Vol. 5, pp. 77-86). Erlbaum.Campo, R., &

- Restrepo, M. (1999). *Formación Integral: Modalidad de educación posibilitadora*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Camargo, A & Hederich, C. (2010). Jerome Bruner: dos teorías cognitivas, dos formas de significar, dos enfoques para la enseñanza de la ciencia. <https://www.redalyc.org/pdf/4975/497552357008.pdf>
- Castro, W., & Oseda, D. (2017). Estudio de estrategias cognitivas, metacognitivas y socioemocionales: Su efecto en estudiantes. *Opción*, 33(84),557-576. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31054991020.pdf>
- Castillo, N., Giraldo, D & Zapata, A. (2020). Aprendizaje por Descubrimiento: Método Alternativo en la Enseñanza de la Física. <https://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/24221>
- Colom, A., Salinas, J., & Sureda, J. (1988). Estrategias didácticas y currículo. *Cuadernos de Pedagogía*, 157, 34-39.
- Collins, A., Brown, J. S., & Duguid, P. (1989). Cognición situada y la cultura del aprendizaje. *Investigador educativo*, 18(1), 32-42.
- Contreras, J. (1990). Enseñanza, curriculum y profesorado. Introducción a la crítica didáctica. https://www.terras.edu.ar/biblioteca/1/CRRM_Contreras_Unidad_4.pdf
- Cobo, G & Valdivia, S. (2017). Aprendizaje basado en proyectos. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/170374/5.%20Aprendizaje%20Basado%20en%20Proyectos.pdf?sequence=1>
- Costa, S., & Moreira, M. (2001). La resolución de problemas como un tipo especial de aprendizaje significativo.
- Clark, A., & Lee, T. (2017). Estrategias cognitivas y resolución de problemas en matemáticas. En S. L. McDonough y J. A. McDonough (Eds.), *Navegando la educación matemática en el siglo XXI: Teoría y práctica* (pp. 47-64). Springer.
- Chipana, F. (2011). Estrategias didácticas en la Educación Superior. <https://investigacion.uab.edu.bo/pdf/1.4.pdf>
- Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Laurus*, 12, 180-205.

- Delors, J., Al Mufti, I., Amagi, I., Carneiro, R., Chung, F., & Geremek, B. (1996). La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI. París: Ediciones UNESCO.
- Díaz F. & Hernández, G. (2010). Estrategias docentes para un aprendizaje significativo una interpretación constructivista. (3ª. Edición). México. Editorial Mc Graw Hill.
- Díaz, A. (2010). Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. McGraw-Hill.
- Díaz Arceo, Hernández, F & Rojas, G. (2010). Estrategias Docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructiva. McGraw Hill. México; D.F.
- Dorado, J, & Erazo, Y. (2021). Analizar las estrategias didácticas prácticas que orientan los docentes en las asignaturas de énfasis en el programa técnico profesional en mercadeo en el proceso de enseñanza y aprendizaje en Intenalco Educación Superior. <https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/10873/Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=1>
- Ertmer, P & Newby, T. (1993). Conductismo, cognitivismo y constructivismo: una comparación de los aspectos críticos desde la perspectiva del diseño de instrucción. *Performance Improvement Quarterly*, 6(4) ,50–72. Retrieved from <http://www.aprendiendoenlinea.com>
- Escobar, M., Franco, Z & Duque, J. (2010). La formación integral en la educación superior. Significado para los docentes como actores de la vida universitaria. <https://www.redalyc.org/pdf/5859/585961833005.pdf>
- Fandos, M. (2003). Formación basada en las Tecnologías de la Información y Comunicación: Análisis didáctico del proceso de enseñanza-aprendizaje. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8909/Etesis_1.pdf
- Flavell, J. (1987). Especulaciones sobre la naturaleza y el desarrollo de la metacognición. *Metacognición, motivación y comprensión*, 21-29.
- Gaitán, C., López, E., Quintero., M, & Salazar, W. (2010). Orientaciones pedagógicas para la Filosofía en la educación media. Bogotá: Ministerio de Educación Nacional. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cuestiones_filosofia/article/download/9026/8416/32206
- Galindo, R. (2012). Acercamiento conceptual al aprendizaje colaborativo. <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/325/290#:~:text=Para%20Vigotsky%2C%20el%20aprendizaje%20colaborativo,la%20que%20destacan%20los%20beneficios>
- Gardner,H.(2001).Inteligencias.múltiples.<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4531340.pdf>
- García, J., Martínez, M. C., & López, A. (2021). Promoción del pensamiento crítico en la educación superior: Una revisión sistemática. *Higher Education Research y Development*, 40(1), 191-207

- Gallego, W & Oblitas, A. (2014). Aprendizaje por descubrimiento vs. Aprendizaje significativo: Un experimento en el curso de historia de la psicología. <https://www.redalyc.org/pdf/946/94632922010.pdf>
- Guerra, E., & Forero, C. (2015). Estrategias para el desarrollo de la comprensión de textos académicos. *Zona Próxima*, 22, 3355. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2145-94442015000100004&lng=en&tlng=es.
- Hernández, G. (2008). Descripción del paradigma conductista y sus aplicaciones e implicancias. <https://intropsicologiaeducativa.files.wordpress.com/2017/08/herne3alndez-et-al-paradigma-conductista.pdf>
- Hernández, M. (2016). Análisis de los constructos teóricos de la formación humanística del Ingeniero en alimentos desde la perspectiva de los actores implicados. <https://espacio.digital.upel.edu.ve/index.php/TD/article/view/86/87>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación (3ª ed.). México: Editorial Mc Graw-Hill.
- Jaeger, W. (2001). Paideia. México, Fondo de Cultura Económica.
- Jiménez, A & Robles, F. (2016). Las estrategias didácticas y su papel en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje. <http://192.100.162.123:8080/bitstream/123456789/1439/1/Las%20estrategias%20didacticas.pdf>
- Johnson, B. (2010). Conceptualizando el papel de la instrucción de estrategias en la enseñanza y el aprendizaje de las matemáticas. En Manual de investigación sobre la enseñanza y el aprendizaje de las matemáticas (pp. 931-949).
- Johnson, E., Smith, K., & Brown, S. (2020). Estrategias cognitivas para el aprendizaje de contenidos complejos en la educación superior. En M. J. Everson y M. G. Winn (Eds.), Manual de investigación sobre aprendizaje e instrucción (pp. 207-226). Routledge.
- Klimenko, O. (2009). La enseñanza de las estrategias cognitivas y metacognitivas como una vía de apoyo para el aprendizaje autónomo en los niños con déficit de atención sostenida. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 27, 1-19. <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194215432005.pdf>
- Londoño, P., & Calvache, J. (2010). Las estrategias de enseñanza: aproximación teórico-conceptual. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/fce.unisalle/20170117011106/Estrategias.pdf>
- López, E., & Molina, C. (2011). Plan estratégico de Marketing para poseer una marca, e imagen de la compañía. Interbyte S.A. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3124/1/UPS-GT000218.pdf>

- Macías, M. (2002). Las múltiples inteligencias. <https://www.redalyc.org/pdf/213/21301003.pdf>
- Martínez, P. (1992). Procesos mentales y cognitivismo. *Revista de Filosofía*, V (7), 143–160. https://doi.org/10.5209/rev_RESF.1992.v7.12679
- Martí, J., Heydrich, M., Rojas, M., & Hernández, A. (2010). Aprendizaje basado en proyectos: una experiencia de innovación docente. <https://www.redalyc.org/pdf/215/21520993002.pdf>
- Matos, C. (1996). Vigotsky, L.S. (1896-1934). En *Diccionario de la Psicología*. Editorial Popular.
- Maya, A. (2003). *Conceptos básicos para una pedagogía de la ternura*. Bogotá: ECOE.
- Méndez, A. (2002). Constructivismo social. Artículo curso 1 de Epistemología, Centros Comunitarios de Aprendizaje de Universidad Virtual del Tecnológico de Monterrey, México. http://www.cca.org.mx/dds/cursos/cep21/modulo_1/main0_35.htm
- Méndez, M. (2016). La Teoría de la Personalidad de Carl Rogers. https://www.researchgate.net/publication/301749346_La_Teoria_de_la_Personalidad_de_Carl_Rogers_Apunte_de_Catedra_Postitulo_en_Psicoterapia_Humanista_Transpersonal
- Molina, P & García, I. (2019). El proceso de enseñanza-aprendizaje en la Educación Superior. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7152630.pdf>
- Moreira, M. (2017). Aprendizaje significativo como un referente para la organización de la enseñanza. *Archivos de Ciencias de la Educación*, 11 (12), pp. 2-16. <https://www.archivosdeciencias.fahce.unlp.edu.ar/article/download/.../9007/>
- Morin, E. (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. París: Unesco.
- Morales, P., & Landa, V. (2004). Aprendizaje basado en problemas. <http://www.ubiobio.cl/theoria/v/v13/13.pdf>
- Olazaran, M. (2013). El entorno regional y formación profesional. https://www.researchgate.net/profile/MikelOlazaran/publication/260019057_Entorno_regional_y_formacion_profesional
- Orozco, J. (1999). La formación integral y su importancia en la educación superior. *Revista Educación*, 23(2), 27-45.
- Osorio, L., Vidanovic, A & Finol, M (2022). Elementos del proceso de enseñanza – aprendizaje y su Interacción en el ámbito educativo. <https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/117>

- Palomino, C, & Eleizalde, M. (2010). Aprendizaje por descubrimiento y su eficacia en la enseñanza de la Biotecnología," Revista de investigación, vol. 34, n° 71. ISSN: 0798-0329, pp. 271-290.
- Palacios, Z. (2006). Estrategias didácticas para desarrollar habilidades prácticas comunicativas orales y escritas, en los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial y Empresarial de la Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/55028/1/D-92265.pdf>
- Piaget, J. (1973). Comprender es inventar: El futuro de la educación. Editorial Grossman.
- Peñalosa, M. (2017). Teoría del aprendizaje, conceptualización. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1341/Teorías%20del%20Aprendizaje%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, M. (2004). Revisión de las teorías del aprendizaje más sobresalientes del siglo xx. <https://www.redalyc.org/pdf/311/31101003.pdf>
- Pinto, N. (2012). El Acto Didáctico del Docente Una Perspectiva Multidimensional Dialógica9(2).86110.En:<http://revistas.upel.edu.ve/index.php/dialogica/article/view/1541>.
- Pimienta, J. (2008). Constructivismo, estrategias para aprender a aprender. (3ª. Edición). México, S.A. de V.C. Pearson Educación.
- Piña, M. (2015). Mapa conceptual, una estrategia de aprendizaje significativa. Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación, volumen 9 (2), pp. 97-110. https://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/eduweb/v_9n2/art07.pdf
- Posso, R., Barba, L & Otáñez, N. (2020). El conductismo en la formación de los estudiantes universitarios. https://www.researchgate.net/publication/341500767_El_conductismo_
- Remolina, G., Baena, G., y Gaitán, C. (2001). Tres palabras sobre formación. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Rincón, G. (1999). Formación integral: Un enfoque de la educación superior. Revista Innovar, 14(23), 7-21.
- Rivera, J. (2021). Marketing: Concepciones y Estrategias. <https://core.ac.uk/download/pdf/44310136.pdf>
- Roa, J. (2021). Importancia del aprendizaje significativo en la construcción de conocimientos. <https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11608>
- Roberts, T., & Johnson, C. (2022). Estrategias de aprendizaje autorregulado en la educación superior. En B. J. Zimmerman y D. H. Schunk (Eds.), Manual de autorregulación del aprendizaje y el desempeño (3.ª ed., pp. 251-268). Routledge.

- Rodríguez, M. (2011). La teoría del aprendizaje significativo: una revisión aplicable a la escuela. http://www.in.uib.cat/pags/volumenes/vol3_num1/rodriguez/index.html
- Roque, Y., Valdivia, P., Alonso, S. & Zagalaz, M. (2018). Metacognición y aprendizaje autónomo en la Educación Superior. *Educación Médica Superior*, 32(4), 293-302. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412018000400024&lng=es&tlng=es.
- Ruiz, A. (2003). La función básica de la formación integral *Revista de Educación*, 39, 39-52.
- Saldarriaga, J., Bravo, R. & Llor, R. (2016). La teoría constructivista de Jean Piaget y su significación para la pedagogía contemporánea. *Revista Científica Dominio de Las Ciencias*, 2(esp.), 127–137. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v2i3%20Especial.298>
- Salas, A. (2001). Implicaciones educativas de la teoría sociocultural de Vigotsky. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44025206.pdf>
- Sánchez, R., Costa, O., Mañoso, L., Novillo, M. Á. & Pericacho, F. (2019). Orígenes del Conectivismo como nuevo paradigma del aprendizaje en la era digital. *Educación y Humanismo*, 21(36), 113–136. <https://doi.org/10.17081/eduhum.21.36.3265>
- Simmons, J., Nelson, L., & Simonsohn, U. (2020). Psicología de falsos positivos: La flexibilidad no revelada en la recolección y análisis de datos permite presentar cualquier cosa como significativa. *Psychological Science*, 22(11), 1359-1366.
- Solé. M. (1998). Estrategias de lectura (Octava). Editorial Graó. <https://media.utp.edu.co/referenciasbibliograficas/uploads/referencias/libro/1142-estrategias-de-lecturapdf-N0aU6-libro.pdf>
- Skinner, B. (1954). La ciencia del aprendizaje y el arte de enseñar. *Harvard Educational Review*, 24(2), 86-97.
- Smith, J., & Johnson, L. (2023). Mejorando el aprendizaje en la educación superior a través de estrategias cognitivas. *Journal of Higher Education*, 94(3), 127-143.
- Smith, J. (2018). Estrategias cognitivas en la educación superior: Comprensión del rol de la metacognición y la autorregulación. *Journal of College Student Development*, 59(1), 85-101.
- Tapia, J. (2021). Estrategias metacognitivas con la comprensión lectora en estudiantes de educación secundaria. *Conrado*, 17(79), 6268. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S199086442021000200062&lng=es&tlng=es
- Torre, S. (2001). Concepciones didácticas de profesores y alumnos. *Revista de Educación*, 325, 107-135.
- Tobón, S. (2010). Formación integral y competencias: pensar y hacer en educación. Pearson.

UNED (2005). *El modelo pedagógico*. <http://estatico.uned.ac.cr/paa/pdf/Materiales-autoev/24.pdf>

Viteri, B., Telmo, A., & Vázquez, S. (2016). Formación de habilidades de investigación formativa en los estudiantes de la carrera de ingeniería comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(1), 36-44. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221836202016000100006&lng=es&tlng=es.

Vygotsky, L. (1978). *La mente en la sociedad: El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Editorial Harvard University Press.

Zumalabe, J. (2012). La transición del conductismo al cognitivismo. Retrieved from <http://repositorio.ucjc.edu/bitstream/handle/20.500.12020/55/C00044059.pdf?sequence=1>

Universidad Amazónica de Pando (2019). *Rediseño curricular carrera de Ingeniería Comercial*.

ANEXOS

ANEXO N.º 1

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES

No.....

Estimado estudiante agradezco tu participación en esta encuesta que está diseñada para caracterizar la aplicación de estrategias didácticas en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Tu colaboración es fundamental para mejorar tu aprendizaje. Por favor, responde honestamente a las siguientes preguntas.

*Estrategia didáctica: Es un proceso planificado de la enseñanza en el cual el docente selecciona los métodos, las técnicas y actividades para lograr los objetivos de aprendizaje en cada clase.

1. ¿Con qué frecuencia utiliza el docente estrategias didácticas durante las clases?
 - a) Siempre
 - b) Frecuentemente
 - c) Ocasionalmente
 - d) Raramente
 - e) Nunca
2. ¿Qué tan efectivas consideras que son las estrategias didácticas para facilitar tu aprendizaje?
 - a) Muy efectivas
 - b) Efectivas
 - c) Moderadamente efectivas
 - d) Poco efectivas
 - e) No efectivas
3. ¿Qué tipo de estrategias didácticas prefieres en tus clases?
 - a) Aprendizaje basado en problemas (ABP)
 - b) Aprendizaje cooperativo
 - c) Aprendizaje basado en proyectos (ABP)
 - d) Aula invertida
 - e) Debate o discusión en clase
 - f) Uso de recursos multimedia (videos, presentaciones, etc.)
 - g) Técnica de estudio de casos
 - h) No tengo preferencia
4. ¿Cómo crees que las estrategias didácticas contribuyen a tu comprensión de los temas?
 - a) Mejoran mi comprensión
 - b) Facilitan la aplicación de los conceptos

- c) Fomentan mi participación y motivación
 - d) Todas las anteriores
 - e) Ninguna de las anteriores
5. ¿Sientes que el docente adapta las estrategias didácticas a tus necesidades y estilos de aprendizaje?
- a) Siempre
 - b) Frecuentemente
 - c) A veces
 - d) Raramente
 - e) Nunca
6. ¿Qué aspecto consideras más importante al evaluar una estrategia didáctica?
- a) Claridad en la explicación del contenido
 - b) Interactividad y participación
 - c) Relevancia para los objetivos de aprendizaje
 - d) Estimulación del pensamiento crítico
 - e) Facilidad de entendimiento
 - f) Otro (especificar):
7. ¿Sueles recibir retroalimentación sobre tu aprendizaje después de aplicar las estrategias didácticas?
- a) Siempre
 - b) Frecuentemente
 - c) A veces
 - d) Raramente
 - e) Nunca
8. ¿Qué tan claro encuentras el propósito de las estrategias didácticas utilizadas en tus clases?
- a) Muy claro
 - b) Claro
 - c) Moderadamente claro
 - d) Poco claro
 - e) No claro
9. ¿Cuál crees que es el mayor beneficio de las estrategias didácticas en el proceso de enseñanza aprendizaje?
- a) Facilitan la comprensión de los temas
 - b) Fomentan la participación y el trabajo en equipo

- c) Estimulan el pensamiento crítico y la creatividad
- d) Preparan para situaciones reales o prácticas
- e) Todas las anteriores

10. ¿Qué sugerencias o recomendaciones tendrías para mejorar el uso de estrategias didácticas en tus clases?

¡Muchas Gracias!

ANEXO N.º 2

ENCUESTA PARA DOCENTE

Estimado docente, se le solicita contestar las siguientes encuestas sobre la aplicación de las estrategias didácticas en el proceso enseñanza aprendizaje en la asignatura que imparte de Marketing Empresarial. Por favor responda con la mayor honestidad las siguientes preguntas. Se le agradece de antemano.

1.¿Qué estrategias didácticas utiliza con mayor frecuencia en tu práctica docente? (Seleccione todas las que apliques)

- a) Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- b) Aprendizaje cooperativo
- c) Aprendizaje basado en proyectos (ABP)
- d) Aula invertida
- e) Debate o discusión en clase
- f) Uso de recursos multimedia (videos, presentaciones, etc.)
- g) Técnica de estudio de casos
- h) Otro (especificar):

2.¿Qué considera más importante al seleccionar una estrategia didáctica para sus clases? (Selecciona una)

- a) Alineación con los objetivos de aprendizaje
- b) Interactividad y participación de los estudiantes
- c) Promoción del pensamiento crítico y la resolución de problemas
- d) Relevancia y pertinencia para los estudiantes
- e) Facilidad de implementación
- f) Otro (especificar):

3.¿Qué aspectos considera al evaluar la efectividad de una estrategia didáctica?

- a) Participación y compromiso de los estudiantes
- b) Comprensión y aplicación del contenido por parte de los estudiantes
- c) Retroalimentación recibida de los estudiantes
- d) Impacto en el logro de los objetivos de aprendizaje
- e) Otros (especificar):

4.¿Cómo adapta las estrategias didácticas a las necesidades individuales de sus estudiantes?

- a) Utilizando diferentes estilos de enseñanza
- b) Proporcionando apoyo adicional a estudiantes con dificultades
- c) Ofreciendo opciones y flexibilidad en las actividades de aprendizaje
- d) Fomentando la participación activa y el trabajo en grupo
- e) Otras (especificar):

5.¿Cómo evalúa el impacto de las estrategias didácticas en el aprendizaje de tus estudiantes?

- a) Mediante evaluaciones formativas durante el proceso de enseñanza
- b) A través de evaluaciones sumativas al final de un periodo o unidad
- c) Observando el progreso y desempeño de los estudiantes en las actividades de clase
- d) Recibiendo retroalimentación directa de los estudiantes
- e) Otras (especificar):

6.¿Qué desafíos enfrenta al aplicar estrategias didácticas en el desarrollo de sus clases?

- a) Limitaciones de tiempo para planificar y preparar actividades
- b) Resistencia al cambio por parte de los estudiantes o colegas
- c) Acceso limitado a recursos o tecnología educativa
- d) Dificultad para adaptar las estrategias a diferentes estilos de aprendizaje
- e) Otros (especificar):

7.¿Qué sugerencias o recomendaciones tendría para mejorar la aplicación de estrategias didácticas en el proceso de enseñanza-aprendizaje?

8.¿Qué tipo de apoyo o recursos necesitaría para implementar con éxito estrategias didácticas innovadoras en sus clases?

9.¿Considera que la formación continua en metodologías y estrategias didácticas es importante para su desarrollo profesional como docente?

- a) Sí
- b) No
- c) No estoy seguro/a

10.¿Cuál es su grado de satisfacción general con la aplicación de estrategias didácticas en sus clases?

- a) Muy satisfecho/a
- b) Satisfecho/a
- c) Neutral
- d) Insatisfecho/a
- e) Muy insatisfecho/a

11.Considera que el aprendizaje significativo es importante en el proceso enseñanza aprendizaje en la asignatura que imparte, por la:

- a) Profundidad y aplicación efectiva.
- b) Habilidades críticas y resolución.
- c)Comprensión y experiencia relacionada.
- d) Conocimientos profundos y habilidades prácticas.

ANEXO N.º 3

GUÍA DE ENTREVISTA A DIRECTOR DE CARRERA

El propósito de esta entrevista es conocer sobre la aplicación de estrategias didácticas en el proceso de enseñanza aprendizaje dentro de la carrera de Ingeniería Comercial y en particular sobre la asignatura de Marketing Estratégico, así como también considerar sobre la importancia del aprendizaje significativo. Sus ideas y opiniones permitirán comprender sobre esta temática tan importante. Para empezar:

1. ¿Cómo definiría el concepto de estrategias didácticas en el contexto de la carrera?
2. ¿Cuál es su perspectiva sobre la importancia de aplicar estrategias didácticas efectivas en el proceso de enseñanza aprendizaje?
3. ¿Cuáles son algunas de las estrategias didácticas más comunes que se utilizan actualmente en la carrera y en particular en la asignatura de Marketing Estratégico?
4. ¿Cómo se fomenta o promueve la implementación de estrategias didácticas innovadoras entre los docentes de la carrera?
5. Hablemos ahora sobre el aprendizaje significativo. ¿Qué significa para Ud. el aprendizaje significativo en el contexto educativo?
6. ¿Cuál cree que es el papel de las estrategias didácticas en la promoción del aprendizaje significativo entre los estudiantes?
7. ¿Qué estrategias o enfoques didácticos considera más efectivos para facilitar el aprendizaje significativo en la carrera?
8. ¿Cómo se asegura de que los docentes están diseñando actividades y experiencias de aprendizaje que promuevan la comprensión profunda y la transferencia de conocimientos en lugar de simplemente memorizar hechos?
9. ¿Qué desafíos enfrentan los docentes al intentar integrar el aprendizaje significativo en sus prácticas de enseñanza?
10. ¿Cuáles son sus expectativas o metas en cuanto a la promoción del aprendizaje significativo y la mejora de las estrategias didácticas en la carrera de Ingeniería Comercial en el futuro cercano?

Agradezco sinceramente su participación en esta entrevista y tus valiosas aportaciones sobre este tema tan importante. Todas las respuestas realizadas serán de gran ayuda para elaborar una propuesta para mejorar la calidad del proceso de enseñanza aprendizaje en la asignatura de Marketing Estratégico.

ANEXO N.º 4

MEMORIA FOTOGRAFÍA



Aplicación de entrevista a director de



Aplicación entrevista a docente de asignatura en Marketing



Aplicación encuesta a estudiantes

Glosario

1. **Aprendizaje Significativo:** Proceso en el que los estudiantes conectan nueva información con conocimientos previos.
2. **Estrategias Didácticas:** Métodos y técnicas utilizadas para facilitar el aprendizaje.
3. **Marketing Estratégico:** Enfoque que busca optimizar la relación entre la empresa y el mercado.
4. **Ingeniería Comercial:** Carrera que combina aspectos de negocios, economía y administración.
5. **Unidad de Análisis:** Elemento o conjunto que se estudia en una investigación.
6. **Población:** Conjunto total de individuos que comparten características relevantes para el estudio.
7. **Muestra:** Subgrupo seleccionado de la población para realizar la investigación.
8. **Recolección de Datos:** Proceso de obtener información relevante para el análisis.
9. **Método de Investigación:** Enfoque sistemático para abordar una pregunta de investigación.
10. **Evaluación:** Proceso de medir el aprendizaje y el desempeño de los estudiantes.
11. **Interacción:** Relación y comunicación entre estudiantes y docentes durante el aprendizaje.
12. **Reflexión Crítica:** Análisis profundo sobre el propio aprendizaje y su aplicación.
13. **Colaboración:** Trabajo conjunto entre estudiantes para alcanzar objetivos comunes.
14. **Contextualización:** Adaptación del contenido a situaciones y realidades específicas.
15. **Autonomía:** Capacidad del estudiante para dirigir su propio proceso de aprendizaje.